

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Filología Española III



**EL LENGUAJE HABLADO EN LA BOLSA:
APROXIMACIÓN A LA JERGA BURSÁTIL**

**MEMORIA PRESENTADA PARA OPTAR AL GRADO DE
DOCTOR POR**

Ana Gisela Yépez Peñalver

Bajo la dirección de la Doctora:

Ana María Vigara Tauste

Madrid, 2002

ISBN: 84-669-2237-7

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, en primer lugar, a la doctora Ana María Vígara Tauste que como profesora de doctorado despertó mi interés por el estudio de la lengua hablada y avivó mi curiosidad hacía aquellas grabaciones con las que tuve la suerte de tropezar; como tutora me asesoró eficientemente, apuntándome la bibliografía adecuada y corrigiendo los sucesivos borradores presentados; y como persona quiero agradecerle su paciencia, cariño y dedicación.

En segundo lugar, quiero dar las gracias a Rafael Ronda López por su asesoramiento en todo lo referente al mundo de los mercados financieros, permitiéndome dar una visión fidedigna y en ocasiones inédita de la operatividad de la labor bursátil y del ambiente inaccesible de las mesas de contratación. Además, sin su ayuda, habría sido imposible comprender cabalmente los registros magnetofónicos.

En tercer lugar, agradezco a mi hija Alejandra que, sin saberlo, me dio el motivo que me impulsó a terminar este proyecto.

TESIS DOCTORAL

**EL LENGUAJE HABLADO EN LA BOLSA:
APROXIMACIÓN A LA JERGA BURSÁTIL**

Autora

Ana Gisela Yépez Peñalver

Directora

Ana María Vígara Tauste

Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias de la Información
Departamento de Filología Española III
2002

EL LENGUAJE HABLADO EN LA BOLSA:
APROXIMACIÓN A LA JERGA BURSÁTIL

Ana Gisela Yépez Peñalver

Universidad Complutense de Madrid (UCM)
2002

ÍNDICE

EL LENGUAJE HABLADO EN LA BOLSA:
APROXIMACIÓN A LA JERGA BURSÁTIL

INTRODUCCIÓN GENERAL	10
----------------------------	----

PRIMERA PARTE

I. LA VARIEDAD BURSÁTIL

Introducción	21
1. Las variedades técnicas o especializadas	22
2. La jerga bursátil	24
3. Carácter oral de las comunicaciones bursátiles	26
4. Discurso oral/ discurso escrito. Algunas diferencias	31
5. El registro “coloquial” en el contexto bursátil	35
Conclusiones	47

II. CONTEXTO GENERAL DE LA COMUNICACIÓN BURSÁTIL

Introducción	51
1. Contexto explícito: el universo del discurso	53
2. Contexto expresivo	56
3. Contexto práctico u ocasional	61
4. Contexto implícito	66
5. Los registros bursátiles:	71
5.1. El análisis financiero.....	72
5.2. La contratación y las ventas.....	73

SEGUNDA PARTE

III. LA CONTRATACIÓN: EL LENGUAJE DE LA ORDEN

Introducción	83
1. Necesidades comunicativas ventas o <i>dealer</i>	87
1.1. Eficacia comunicativa: pertinencia	88
1.2. La urgencia comunicativa: la elipsis	92

2. La geografía bursátil: la deixis	95
2.1. Coordenadas espaciales	96
2.2. Coordenadas temporales	103
2.3. Coordenadas personales	106
3. Marcas de control del contacto	110
4. El orden pragmático: la despreocupación formal	121
4.1. Dislocación sintáctica	124
4.2. La condensación y síncope sintáctico-expresivas	135
4.3. El realce en el lenguaje de la contratación	142
4.4. La parcelación del mensaje	153
4.5. En definitiva: improvisación formal	158

IV. LAS VENTAS: EL LENGUAJE DE LA PERSUASIÓN

1. Las ventas: la labor del <i>sale</i>	165
2. Necesidades comunicativas de las ventas	169
3. El desarrollo discursivo: exponer y argumentar	170
3.1. La exposición.....	171
3.2. La argumentación	177
4. Estrategias persuasivas: el realce y la atenuación	185
Conclusión	201

V. LA REALIZACIÓN DEL SENTIDO EN LA COMUNICACIÓN BURSÁTIL

Introducción	205
1. En búsqueda de la coherencia	207
2. Las palabras y sus relaciones en el texto	215
3. Siguiendo las pistas	226
4. La realización del sentido por aproximación	239
Conclusión	248

TERCERA PARTE

VI. SOBRE LA TERMINOLOGÍA BURSÁTIL

Introducción	255
1. El término bursátil	259
2. La creación léxica en el habla bursátil	264
3. La habilitación formal	277
4. Préstamos de otras lenguas e internos	286
5. La frase bursátil	294
Conclusión	298

VII. EL DISCURSO DE GÉNERO EN LA BOLSA

1. Un oficio de hombres	303
2. Lenguaje femenino, lenguaje masculino	304
3. El género del oficio bursátil: marcas masculinas	312
3.1. El chiste en la comunicación entre corredores	320
3.2. La cortesía verbal en la Bolsa: ¿una marca de habla masculina?	328
3.3. El poder y el habla masculina en la Bolsa	336
Conclusión	345
CONCLUSIONES GENERALES	349
APÉNDICES	
1. Glosario	365
2. Transcripciones del corpus	397
BIBLIOGRAFÍA	447

INTRODUCCIÓN GENERAL

La Bolsa se presenta ante la mirada ajena como una actividad apasionante y frenética en donde un grupo de hombres, entre gritos y empujones, intentan colocar sus operaciones en el mercado. Son las diez de la mañana y la sesión está abierta, las ofertas y demandas tiemblan en las pantallas, los teléfonos repican, los clientes demandan consejo y preguntan por sus inversiones a través de las diferentes líneas telefónicas, los idiomas se confunden y todo se mueve con cierta rapidez. Los corredores trabajan en medio del ruido de fondo: las voces, los gritos y hasta las maldiciones de sus compañeros de mesa, las alarmas del *reuter*, el sonido de los teléfonos, la compañera que pregunta: “¿quién tiene la boleta del rapaz?”, “¿ha salido ya el dato de Nueva York?”

El *bolsista* debe "correr" para conquistar las primeras posiciones, para colocar sus ofertas o demandas a los precios acordados con el cliente, para adelantarse a las estrategias de otros inversores o para evitar que finalice el mercado sin haber cerrado posiciones de riesgo. Para el corredor, considerado (y hasta mitificado) como un individuo ambicioso, de vida vertiginosa y estresante, marcada por la lucha de intereses y por la necesidad de sobrevivir en un mundo hostil en el que (a diferencia de lo que ocurre en otras actividades de alta responsabilidad, en las que el documento escrito se antepone a la palabra) el habla cobra una especial importancia. En la Bolsa, toda operación financiera se realiza de forma oral, cara a cara o por teléfono, sin la necesidad (inmediata) de un documento que garantice la legalidad de la operación. Por esto, para el corredor *hablar* es siempre *actuar*; su palabra se convierte inmediatamente en acción, ya que es a través de ella como se concretan y avalan todas las operaciones (compra o venta de acciones, bonos, divisas, etc.).

Al ser la palabra el elemento que hace funcionar el sistema, todo lo que se dice en una mesa de contratación es *confidencial*, factor que dificulta el acceso al lenguaje realmente utilizado por los corredores en sus operaciones. Además, la circunscripción de dicho lenguaje a un mundo cerrado puede y suele convertir todo lo relativo a la comunicación en la Bolsa en poco menos que *críptico* para el hombre corriente y para el estudioso, que difícilmente consiguen entender siquiera películas como *Wall Street*, cuyo eje central es precisamente la ajetreada vida de los corredores profesionales en la bolsa de Nueva York. Sin embargo, ahora que el lenguaje oral cobra una importancia cada vez mayor en la didáctica y se va imponiendo un punto de vista “comunicativo” o “pragmático” en su estudio, todas estas dificultades con que tropieza el investigador no deben ser sino un

incentivo más para acercarse a un lenguaje creativo y que, sobre todo, nos muestra una faceta distinta de lo que hasta ahora se había estudiado dentro de los llamados lenguajes de especialidad.

La elección del tema y nuestro interés por la lengua hablada surgió en el curso de doctorado dirigido por la Dr. Ana María Vigara Tauste en (1993-1994), en la UCM, bajo el título *La investigación lingüística del texto oral*. El acceso a las fuentes documentales (registros magnetofónicos) y la disposición de los corredores informantes a colaborar con el proyecto completaron la viabilidad del estudio que ahora defendemos.

Nuestro trabajo pretende ser el punto de partida que vincule dos campos hasta ahora difíciles de conjugar, al menos en estudios en lengua castellana, como es el mundo de la Bolsa y el del análisis lingüístico. Este desencuentro es producto de la dificultad que entraña para los conocedores de la lengua acceder a los registros técnicos bursátiles y de la poca curiosidad que ha despertado y despierta en los corredores su particular forma de comunicarse. De ahí que encontremos, por un lado, estudios sobre el lenguaje técnico financiero, en los que se hace hincapié en su léxico especializado, y por otro, manuales que enseñan la forma correcta de operar en Bolsa, acompañados de glosarios elementales que permiten al inversor iniciado adentrarse en el complicado mundo de los mercados.

Cuando hablamos de la Bolsa nos referimos a un universo amplio y complejo imposible de abarcar en un solo estudio. Como bien refleja el título, nos ocuparemos del lenguaje hablado en la Bolsa, dejando de lado los textos escritos –básicamente de análisis financiero o material administrativo– por considerar que no son representativos de la labor estricta que desempeña el corredor en la mesa de contratación. Estamos, pues, ante una *variedad especializada oral*, más específicamente una “jerga” profesional o conjunto de caracteres lingüísticos específicos de un grupo de hablantes dedicado a una actividad determinada. Pero lo que hace realmente especial a la comunicación bursátil, más allá de su carácter especializado o críptico, es su expresión estrictamente oral, es decir, no existe comunicación bursátil escrita.

Todo lenguaje especializado, aun los que tienen una tradición escrita documentada y ampliamente estudiada como el médico o el jurídico, tienen una vertiente oral más in-

formal y, por cierto, poco investigada. Nos referimos a, por ejemplo, una charla distendida entre dos colegas médicos en cualquier pasillo de un hospital sobre un paciente en común. Pero el lenguaje bursátil no es la expresión oral que acompaña o complementa un informe técnico escrito o una conferencia leída ante un grupo de clientes o analistas financieros, sino que es la única posibilidad expresiva de una actividad profesional especializada. Y decimos bien cuando utilizamos el término “posibilidad”, ya que la labor bursátil sería imposible sin la palabra hablada.

Por tanto, el discurso que nos interesa estudiar es aquel que usa realmente el corredor cuando, sentado frente al ordenador y a través de las líneas telefónicas, negocia, ordena, ejecuta, argumenta, persuade y hasta maldice; en términos formales: el lenguaje hablado por el corredor en la mesa de contratación cuando negocia valores en renta variable en el mercado continuo español. La selección de este discurso no es arbitraria, sino que responde a razones bien concretas: por un lado, nuestro estudio se origina con la observación del fenómeno del habla real de los corredores en su entorno laboral gracias a los registros magnetofónicos obtenidos de la grabadora central de dos mesas de contratación de Madrid que recogen las conversaciones de esta actividad en específico: contratación y venta de renta variable en el mercado continuo. Por otro, y a diferencia de lo que ocurre con otros países europeos y Norteamérica, la actividad bursátil que se realiza también oralmente en el parqué madrileño es escasa y está limitada a la contratación de unos pocos valores de reciente entrada en mercado, lo que ha motivado que dejemos de lado este discurso.

En concreto, contamos con el registro magnetofónico de cinco horas de conversaciones reales y espontáneas de los corredores en su medio de trabajo, obtenidas tanto de la grabadora central de la mesa como de grabaciones hechas de forma unilateral por los corredores informantes. Dichos registros pueden ser considerados, si no estamos equivocados, como los únicos que han sido copiados y transcritos con motivos puramente académicos y de análisis lingüístico, al menos en España. Como complemento a esta primera fuente, recurrimos a los diccionarios especializados en lenguaje económico-financiero y a glosarios específicos de terminología bursátil. Además de los corredores informantes, en especial a Rafael Ronda, sin cuya ayuda habría sido imposible comprender ni los registros magnetofónicos ni las claves que explican el universo de la Bolsa..

La confidencialidad y el celo con el que las agencias manejan los registros de la grabadora central de la mesa de contratación los hace prácticamente inaccesibles. De ahí nuestra obligación para con los corredores que han aportado los registros de variar a veces los nombres propios de los *brokers*, de los clientes y de algunas de las empresas cuyas acciones eran objeto de negociación. Por otra parte, esta misma reserva nos ha impedido conocer la fecha exacta en la que se produjeron muchas de las conversaciones. Gracias a la ayuda de estos mismos corredores hemos podido, no sin dificultad, transcribir y descifrar el contenido de unas conversaciones inicialmente crípticas. Otra labor importante que no habría sido posible sin la ayuda de estos profesionales fue la reconstrucción del ambiente laboral (del físico –entornos bursátiles–, el abstracto-virtual –pantallas– y el hasta psicológico –reacciones de los hablantes a los cambios del entorno–); del registro de parte del léxico empleado por los corredores y que no ha sido recogido por ningún diccionario especializado, y por último, toda aquella información contextual que resultaba fundamental para la completa comprensión del lenguaje y que no encontramos en los textos especializados. Este trabajo directo con los actantes del discurso nos ha permitido dar una visión bastante fiel y global del trabajo de los corredores en el mercado continuo, sustituyendo la fuente escrita –manuales especializados en la labor bursátil– por la entrevista de campo.

El carácter oral del lenguaje bursátil, por un lado, y su contenido y uso especializado, por otro, han sido dos factores condicionantes de la perspectiva de investigación adoptada, al conjugar dos aspectos en principio, y como veremos en los primeros planteamientos, contrapuestos: la oralidad y el lenguaje especializado. La mayor parte de los estudios realizados que tienen como objeto los lenguajes técnicos basan sus observaciones en textos escritos, con la intención, sobre todo, de describir la especificidad de sus propiedades léxicas, dejando de lado el proceso de producción y comprensión textual, es decir, su dimensión comunicativa. Como hemos venido apuntando, el lenguaje bursátil es una *modalidad oral de lengua especializada*, factor que condiciona el enfoque de cualquier estudio, al obligar al investigador a centrarse en el habla real, en las realizaciones concretas e individuales, ya que parte de las claves que definen la especificidad de esta peculiar “jerga” están no sólo en su producto (lenguaje transcrito), sino en el proceso comunicativo que lo genera y en la actuación coordinada y simultánea de todos los factores que actúan en cualquier acto comunicativo (emisor, receptor, circunstancias comunicativas, canal, etc.).

Esta misma condición de modalidad oral acerca, como veremos ampliamente, el lenguaje bursátil al registro “coloquial”, factor que nos obligó a completar y hasta sustituir las perspectivas teóricas habituales en el estudio de los lenguajes especializados, y a recurrir a un enfoque comunicativo (pragmático, conversacional), en el cual debíamos analizar el proceso mismo de la comunicación para entender cabalmente el producto: las conversaciones de los corredores en la Bolsa. Si bien el lenguaje bursátil posee una serie de rasgos formales asociados, sobre todo, a sus contenidos, al predominio del factor informativo y al mayor o menor grado de planificación previa, el uso del canal oral facilita, a su vez, otros rasgos dependientes de las especiales condiciones de la producción y emisión de dichos discursos. Por otro lado, el uso del canal oral favorece que entren en juego factores que no intervienen en la producción y difusión de los textos escritos, como la necesidad de contar, para la comprensión del mensaje con las circunstancias contextuales presentes en el momento de la actualización.

Este doble carácter (oral y especializado) ha orientado desde el principio nuestros apoyos teóricos hacia dos tendencias principales. En primer lugar recurrimos a los estudios sobre lenguajes de especialidad o tecnolectos, fundamentalmente al trabajo de Bertha M. Gutiérrez (1998), que nos aportó las claves necesarias para centrar el objeto de estudio dentro de los lenguajes técnicos y, a su vez, encontrar y describir las diferencias entre el discurso bursátil y otros tecnolectos. En este mismo sentido debemos mencionar los trabajos de Julio Calonge (1996), Maitena Extebarría (1997), M^a Antonia Martín Zorraquino (1977) y los estudios publicados por la Universidad de Alcalá en las *Actas de las II Jornadas de Lenguas para Fines Específicos* y en *Lenguas para Fines Específicos III, IV, V*. Además de estos estudios generales, consultamos manuales y textos específicamente relacionados con el mundo financiero y bursátil, siendo en este sentido primordial para nuestro trabajo la *Enciclopedia básica del inversor financiero y bursátil* de J.R. Cano Rico (1997), publicada en cuatro tomos por el diario *Expansión*. Con esta misma orientación cabe señalar dos trabajos: Ramón Tamames y Santiago Gallego (1994) y L. Cuervo y J.A. Rodríguez Sáiz (1995). En cuanto a la lengua hablada debemos señalar principalmente los trabajos de dos autores generalistas que marcan dos tendencias dentro del estudio actual del español coloquial; hablamos de Ana María Vigara Tauste (1992) y Antonio Briz (1998). Con el mismo carácter general, debemos mucho a la reciente obra de Helena Casalmiglia y Amparo Tusón (2000). Otros autores nos han servido para explicar y describir aspectos

más concretos relacionados con la estructura formal: Jacques Moeschler y Anne Reboul (1999), Juan Antonio Vicente Mateu (1994), Manuel Alvar Ezquerro (1996), Beaugrande y Dressler (1997), Julio Casares (1950), George Lakoff y Mark Johnson (1991) entre otros; o con una perspectiva más cerca de la pragmática: Dan Sperber y Deirdre Wilson (1986), Jean-claude Ascombre y Oswald Ducrot (1994), Henk Haverkate (1994), Victoria Escandell (1995), Irene Lozano (1995) o Deborah Tannen (1990).

En este sentido cabe puntualizar para terminar que fue precisamente el objeto de estudio –el discurso hablado en la Bolsa– el que condicionó el camino bibliográfico seguido, supeditándose por tanto el desarrollo teórico a la necesidad de explicarnos y explicar las especificidades de un producto de habla concreto y real, las conversaciones de los corredores en su medio laboral. Así, nuestro estudio parte del texto, de las grabaciones, de la palabra viva del profesional para posteriormente recurrir a las herramientas teóricas que pensamos podían ayudarnos a describir el mayor número de aspectos y fenómenos tanto lingüísticos como comunicativos.

Por último apuntar que nuestro objetivo no era la exhaustividad en el análisis de los distintos rasgos tanto comunicativos como lingüísticos del lenguaje de los corredores, básicamente por falta de espacio y porque nuestro interés, al menos en el presente trabajo, consistía en hacer una primera aproximación a una forma de comunicación hasta ahora desconocida, abriendo con nuestra descripción diferentes facetas desde las cuales estudiar con mayor cuidado dicho lenguaje.

PRIMERA PARTE

I

LA VARIEDAD BURSÁTIL

INTRODUCCIÓN

La lengua es variable y se manifiesta de forma variable. Los hablantes utilizan elementos lingüísticos distintos tanto para expresar conceptos diferentes como para expresar las mismas cosas. La noción de *variación* ha pasado a centrar los estudios científicos de la lingüística moderna, dejando de lado la antigua concepción de la lengua como un todo monolítico, como un sistema de signos homogéneos.

Una de las más importantes formas de aproximación al estudio del modelo variacionista lo aporta sin duda la sociolingüística, definida por F. Gimeno como “el análisis de la variedad y variación de la lengua en relación con la estructura social de las comunidades de habla, y en general, el estudio de la covariación de los hechos lingüísticos y sociales” (1992: 15). Precisamente gracias a la sociolingüística sabemos que la lengua se diversifica no sólo dialectalmente, sino también en variedades relativas a ámbitos sociales e institucionales de uso y a tipos de relaciones interlocutivas particulares. Basándonos en este principio, entenderemos por *variedad lingüística* “el uso de la lengua específico de situaciones, clases y grupos, las variedades interpersonales e intrapersonales, las funcionales, inherentes a toda comunidad lingüística, así como también las variaciones de registro o estilo” (Etxebarria, 1997: 342). En otras palabras, lo que nos permite hablar de *variación lingüística* es la diversidad de usos que un grupo de hablantes tiene la posibilidad de producir utilizando el mismo sistema lingüístico y las distintas estructuras que se generan gracias a esta diversidad de usos. Es evidente que toda variación conlleva un patrón con respecto al cual se varía. Ese patrón no es más que la llamada “lengua estándar”, entendiendo por tal “aquella variedad de lengua que no estuviera marcada por ninguno de los factores sincrónicos de variación, esto es, que no tenga rasgos que se correlacionen con la distribución geográfica, social o contextual” (Cortés, 1994: 23).

En la lengua se describen cuatro clases de variedades, según cuatro tipos de factores: el tiempo, el espacio, las clases sociales y las situaciones comunicativas. El primer tipo de variedad está relacionada con la evolución de la lengua a lo largo de la historia; en

tal caso, hablaremos genéricamente de variedad *diacrónica*. El segundo concierne a las diversificaciones que pueden producirse en la lengua gracias al origen y distribución geográfica de sus hablantes, o variedad *diatópica*. El tercer tipo está determinado por la procedencia y situación sociocultural de los hablantes. Es una variedad social, también llamada sociolecto o variedad *diastrática*. Por último, la variedad *diafásica* está determinada por el uso que hacemos de la lengua en distintas situaciones o contextos en que podemos encontrarnos al emplearla. Aquí la noción de contexto es determinante, ya que es el factor que regula y condiciona las conductas lingüísticas y extralingüísticas de los hablantes, los cuales tienden a acomodar sus actos cotidianos de comunicación a la situación precisa en que tienen lugar.

Mientras los dialectos y sociolectos son variedades de uso según las características propias del usuario, *los registros* vienen determinados por la situación de uso, por el contexto comunicativo. Siempre que un hablante se encuentra en una situación comunicativa se ve en la necesidad de seleccionar un conjunto de elementos lingüístico-textuales adecuados. Precisamente ese conjunto de elementos (su presencia, su frecuencia) dibuja el perfil del registro. Entonces, la noción de registro está relacionada con la posibilidad que tiene el hablante de escoger entre un surtido de variedades lingüísticas, que empleará según las necesidades comunicativas de cada ocasión. En definitiva, *registro* “es un conjunto de rasgos pertenecientes a diversos planos del lenguaje –fonéticos, léxicos, morfológicos, sintácticos, etc.– que se ponen de manifiesto según el contexto de la situación en que se encuentra el hablante” (E. Lorenzo, 1991: 7). Por otra parte, en una misma situación comunicativa, un registro se puede mantener o cambiar para señalar falta de competencia por parte del hablante, un cambio de situación o bien una intención de utilizarlo como recurso expresivo. Además, la ruptura de registro puede suscitar efectos sorprendidos, provocativos o cómicos. Así, el registro no tiene un significado en sí mismo, sino que debe verse como las diferentes y las necesarias acomodaciones del habla a la situación concreta de uso.

1. LAS VARIEDADES TÉCNICAS O ESPECIALIZADAS

Además de las variedades señaladas, la lengua puede producir otro tipo de variedades, otros grupos de diferencias, y asociarlas a situaciones extralingüísticas concretas. Al-

gunas de estas variedades han sido constituidas por elementos léxicos; de ahí que suelen definirse como conjuntos de diferencias localizadas en el nivel léxico de la lengua. En este nivel se encuentran las *variedades técnicas o especializadas*, aquéllas que están condicionadas por el uso de una terminología propia de ciertas profesiones u oficios.

En este contexto debemos situar los “lenguajes especializados”: variedades que la lengua adopta cuando es utilizada como instrumento de comunicación (formal y funcional) entre especialistas de una materia determinada. Dichos lenguajes son *variaciones del sistema de la lengua común de las que dispone un grupo restringido de hablantes y que remite a conocimientos específicos compartidos por dicho grupo*. Variaciones éstas que no responden a criterios geográficos como los dialectos, sino de tipo social y, sobre todo, profesional.

Así, los lenguajes de especialidad son básicamente subsistemas sintácticos y léxicos parásitos que toman de la lengua común los recursos léxicos y de sintaxis idóneos para resolver problemas de designación. En definitiva, ambos coinciden en el mismo código gráfico, en el sistema fonológico y en la estructura morfológica interna, pero difieren en aspectos lingüísticos, pragmáticos y funcionales.

Rodríguez Díez (1981: 46-47), después de examinar definiciones de autores como Bally, Vendryes, Lázaro Carreter y Seco, entre otros, propone, como bastante generalizada, la siguiente definición de lengua especializada: “lengua de un grupo social en tanto que ésta difiere de la lengua común, no estando definido el grupo social por criterios geográficos”. Coincidiendo en ello con la mayoría de estudiosos, Rodríguez Díez destaca dos propiedades fundamentales de las lenguas especiales: su subsidiaridad con respecto a la lengua común y la especificidad de su léxico. Es cierto que, comparado con la lengua común, el léxico es a primera vista el elemento diferenciador más ostensible; pero hay otros no tan perceptibles como las peculiaridades fonéticas, los rasgos sintácticos específicos y, sobre todo, la diversidad de registros en función de los objetivos de la comunicación. Las lenguas especiales no son registros monocordes, sino que ofrecen matices, niveles que afectan tanto a fenómenos lingüísticos como pragmáticos.

Si nos atenemos a este último criterio, que contempla otros aspectos además del léxico, podemos adelantar que *el lenguaje bursátil hablado* se define por la totalidad de los recursos lingüísticos (morfológicos, léxicos, sintácticos, fonéticos) y extralingüísticos que usan, para comunicarse entre sí, los trabajadores de la Bolsa de Valores¹.

Si las lenguas de especialidad, como se ha apuntado, son en general variaciones restrictivas del sistema de la lengua común, *el lenguaje bursátil* es un subsistema que además se alimenta del lenguaje económico-financiero. Un “bolsista”² necesita conocer y manejar correctamente términos propios de la economía y las finanzas, con el fin de obtener una base teórica que le permita acceder a los fenómenos que inciden en el comportamiento de la Bolsa y de los productos financieros e interpretarlos. Posteriormente, dicha información es adaptada a las especiales necesidades comunicativas de la labor bursátil, lo que se traduce en un conjunto de estrategias y, sobre todo, diversidad de registros que sólo manejan y comprenden los propios trabajadores.

2. LA JERGA BURSÁTIL

Dentro de las variedades que reciben el calificativo de “especiales”, encontramos las llamadas “jergas”, definidas como un conjunto de caracteres lingüísticos específicos de un grupo de hablantes dedicados a una actividad determinada.

Podemos hablar de jerga cuando se hace referencia a los usos característicos de grupos gremiales, cuya comunicación puramente profesional no ha de tener una intención o un carácter críptico, por más que su dominio corresponda normalmente a individuos iniciados. Estamos ante lo que suele denominarse *variedades sectoriales*, *especializadas* o *lenguas de grupo* o, en expresión más sintética, *tecnolecto*.

¹ El término Bolsa de Valores responde a una realidad mucho más compleja y extensa de la que pretendemos abarcar en este estudio. Cuando hablamos de la Bolsa, nos referimos más concretamente a una parte de dicha realidad financiera como es el mercado de renta variable.

² Término acuñado y utilizado por los periodistas especializados en temas económico-financieros. Los corredores jamás utilizan este término para nombrarse.

En general, nos referimos a variedades que utilizan un lenguaje más o menos accesible a individuos ajenos al grupo, que no tienen una intención críptica y que no suelen utilizarse fuera de la comunicación grupal, aunque algunas transfieren con mayor facilidad que otras recursos a la lengua general.

Todos los rasgos que definen a las variedades especiales conocidas como “jergas” están presentes en el lenguaje hablado en la Bolsa. Si las “jergas” son subgrupos o clases específicas de variedades especiales o tecnolectos, la *jerga bursátil* es un subgrupo específico de una variedad especializada más amplia: *el lenguaje económico-financiero*.

Rodríguez Díez (1981) distingue tres grandes grupos de variedades especiales: los científicos-técnicos, los argots y los lenguajes sectoriales. Los primeros serían las nomenclaturas específicas (tecnicismo) de cada una de las ciencias en cuanto tales productos científicos; los argots corresponderían a las lenguas de grupo, en muchos casos utilizados con una finalidad críptica; y, por último, los lenguajes sectoriales comprenderían las jergas de las profesiones que identifican un determinado dominio de actividad social (si bien en ellos, como ya hemos señalado, no se percibe una finalidad críptica por parte de los usuarios).

Muy cercana a la noción de lenguaje sectorial encontramos la definición que de *particularismos profesionales* da Julio Casares (1969: 278): “las hablas que sólo tienen el carácter común de ser respectivamente peculiares de una determinada profesión”. En este grupo incluye Casares la “jerga”, el “particularismo artesanal” y el “particularismo técnico” de las artes liberales, de las industrias y de la ciencia.

Completando las anteriores clasificaciones, la de Hoffman (1976) se apoya en criterios como el grado de abstracción del lenguaje, la artificiosidad de sus elementos y recursos, la organización sintáctica y el contexto en el que se desenvuelve el intercambio comunicativo. Así, divide las lenguas de especialidad en lenguajes profesionales, lenguajes técnicos, lenguajes científicos y lenguajes simbólicos.

Resumiendo y adaptando ambas teorías, el lenguaje hablado en la Bolsa es una *jerga o particularismo profesional* que identifica a una determinada actividad social: la

labor bursátil. En cuanto a sus rasgos generales, podemos apuntar, siguiendo a Hoffmann, que su lenguaje no tiene un alto grado de abstracción, ya que, salvando las lógicas dificultades contextuales, es más o menos accesible a los no iniciados; se sirve de la lengua común al adaptar sus vocablos a la labor específica; hace un considerable uso de léxico especializado, casi siempre producto tanto de la traducción y castellanización de términos ingleses, como de la especialización de léxico común; todo ello expresado con una sintaxis libre, cercana a la de la conversación cotidiana.

3. CARÁCTER ORAL DE LAS COMUNICACIONES BURSÁTILES

La mayor parte de los estudios realizados sobre los lenguajes especiales basan sus observaciones en textos impresos, con el fin, sobre todo, de describir la especificidad de sus propiedades léxicas, olvidando cualquier consideración de cómo se produce el texto o de cómo se recibe, es decir, de su dimensión comunicativa. Por el contrario, el lenguaje bursátil es una *modalidad oral de lengua especializada*, factor que condiciona el enfoque de cualquier estudio, ya que partimos del habla o “hablar real” (Coseriu), de una materialización concreta e individual, no de un sistema abstracto. No es posible hablar de un discurso escrito propiamente bursátil, ya que los corredores raramente utilizan el canal escrito para comunicarse y cuando lo hacen usan el inglés. Así, cualquier lingüista que pretenda acercarse al estudio del lenguaje bursátil debe recurrir inevitablemente a las grabaciones magnetofónicas que registran el discurso directo de los corredores en su medio de trabajo: la mesa de contratación.

La mayoría del material escrito³ que llega a las manos de un corredor es producto de la labor de muy diferentes especialistas, como por ejemplo analistas financieros y economistas, periodistas especializados en temas financieros o políticos, tanto en prensa escrita como en agencias de información (*Efe*, *Reuter*, *CNN*) en formato electrónico, portavoces gubernamentales, etc. Todas estas fuentes ofrecen al corredor gran cantidad de información que no pertenece a su directa competencia y que debe procesar con el fin de predecir la incidencia de un conjunto amplio de acontecimientos en el comportamiento de los

mercados financieros. Así, debemos ver el lenguaje bursátil como una *modalidad de habla especializada* que se nutre tanto de la lengua común como de otros lenguajes especializados.

Por otra parte, el carácter *oral* de las comunicaciones bursátiles aleja nuestra perspectiva de los estudios que tradicionalmente tienen como objeto los lenguajes de especialidad que utilizan el canal escrito. De hecho, cuando intentamos aplicar las características específicas propuestas por Hoffmann para los lenguajes técnicos, podemos comprobar que éstas describen poco y no muy adecuadamente a las comunicaciones bursátiles. Veámoslo.

- a) La primera característica es su *formalidad*. Los lenguajes técnicos son utilizados al margen de la comunicación informal, lo que facilita el predominio de los rasgos de absoluta neutralidad afectiva y de impersonalidad.

Si bien existen en el lenguaje bursátil usos de tipo formal, como por ejemplo *las presentaciones, el morning meeting*⁴ o las órdenes directas, en la gran mayoría de los intercambios los elementos expresivos se constituyen en estrategias comunicativas que sirven a las más variadas necesidades. Por ejemplo, la de *convencer* a un cliente para que adopte la línea personal de actuación marcada por el corredor ante la caída brusca de los mercados. Para este objetivo, el hablante no duda en personalizar la estrategia y en dejar claras huellas de su subjetividad (emotividad o afectividad), empleando para ello un lenguaje más cercano a la charla coloquial que al intercambio profesional, con el fin de enfatizar su postura.

RAFA: [...] esto es de gilipollas de verdad/ de gilipollas/ no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para un nacional con dos cojones/ (D-1)

- b) Otra característica es *la ordenación rigurosa de los contenidos* que viene dada a partir de la secuencia lógica del discurso, lo que condiciona que los textos especializados tengan una sintaxis relativamente controlada.

³ Parte del material escrito dirigido tanto a corredores como a clientes se redacta en inglés y se distribuye, en forma de texto electrónico, a través de la red (internet) o como informe manuscrito.

Tal característica conviene bien, sin duda, a los textos técnicos escritos; sin embargo, el carácter oral del lenguaje bursátil, como cabe esperar, obliga al hablante a estructurar su mensaje siguiendo los impulsos de su pensamiento, sin tiempo para reflexionar acerca de la corrección de su expresión. Esta organización “urgente” del enunciado propicia las construcciones gramaticales no previsibles lógicamente, en las que el corredor habla “según le van surgiendo las ideas, según lo que va oyendo a su interlocutor, según van cambiando sus intereses o fines, según su percepción puntual del contexto” (Vigara, 1992: 402):

RAMÓN: Espérate/ es que/ es que/ no lo[gro]/ es que venga comunicando el teléfono y estoy venga a marcar/ espérate un moment[ito] (pausa larga)

(A-17)

En el ejemplo, el corredor habla por teléfono con un compañero y, simultáneamente, intenta comunicarse con un cliente, con el fin de cerrar una operación. La organización de la frase depende de la acción, prolongada en el tiempo, de intentar comunicarse con una tercera persona. De ahí el uso de la perífrasis verbal iterativa, primero en gerundio (“venga comunicando”) y después en infinitivo (“venga a marcar”), que le permite reflejar verbalmente con precisión una acción que continúa en el presente.

- c) Una característica que el lenguaje bursátil sí comparte con los lenguajes especiales es, sin duda, la de la *funcionalidad*, es decir, el logro de una comunicación eficaz, indispensable en la actividad, aunque con sus propias peculiaridades.

Los hablantes de la Bolsa se comunican por y para un propósito en concreto; sin embargo, no es raro encontrar intercambios “huecos”, casi absurdos, que sólo sirven para, por ejemplo, relajar la tensión de los corredores en una jornada tensa:

ALVARO: ¿Cómo vendrá Wall Street esta tarde?

ALBERTO: Depende del *Labor Report*/ ¿sabes?/ depende mucho del *Labor Report*

ALVARO: ¿Y del dólar?

ALBERTO: Y del dólar, claro

ALVARO: Si subiera, ¿qué esperaríais ?

⁴ Conferencia telefónica diaria en la que los analistas informan a los corredores de las diferentes mesas de contratación del grupo bancario sus recomendaciones de inversión.

ALBERTO: ¿En cuánto a qué?/ perdona
ALVARO: ¿Qué qué interpretación le darías?
ALBERTO: La interpretación de qué/ ¿del *Labor Report*?
ALVARO: Es que si sale alto, sería bueno
ALBERTO: Claro/ claro siempre/ eso en cualquier caso, siempre/ ha salido el de aquí ¿eh?/ diez mil quinientos eeh/ absolutamente en línea
ALVARO: Vale, gracias/ hablamos más tarde
ALBERTO: De acuerdo/ hasta luego.

(C-1)

En la anterior conversación, el hablante B no proporciona a su interlocutor ninguna información nueva, ningún dato que no conociera de antemano. Podríamos hablar, informativamente, de una comunicación nula o ineficiente, además de una serie de equívocos que hacen pensar en el hecho de que el hablante A no presta toda la atención debida al hablante B. También es posible que aquel mantenga más de una conversación simultáneamente, lo cual justificaría su comportamiento como producto de las interferencias en el canal.

La concisión y la precisión son dos criterios básicos que se desprenden del carácter funcional, y que promueven una sintaxis caracterizada por la elipsis, las pronominalizaciones y la selección rigurosa de las formas lingüísticas, que terminarán por convertirse, muchas veces, en fórmulas fijas que economizan y aseguran la comunicación. En el lenguaje bursátil, dichos criterios están muy presentes en la mayoría de los usos, pero también encontramos ejemplos en los cuales la imprecisión y la reiteración no interrumpen ni la fluidez del intercambio ni la comprensión global del mensaje, es decir, no son en rigor antieconómicas. La preocupación por la repetición es un principio que obsesiona al usuario de la lengua escrita y que no tiene validez en la lengua hablada. Las circunstancias de actualización que impone el medio bursátil (la inmediatez y la rapidez) propician, a pesar de la finalidad básicamente informativa, un uso altamente improvisado del lenguaje. A lo largo del presente estudio demostraremos como la improvisación formal no está reñida con la función informativa del lenguaje profesional.

Ambos criterios contrapuestos, concisión y reiteración, están presentes en el registro bursátil dominados y condicionados por las circunstancias contextuales. Son, por tanto, éstas las que determinan el uso de uno u otro recurso:

ALVARO: ¿El *libor*?
ALBERTO: El *libor*/ siete cinco tres

ALVARO: ¿Pero hay compradores o no?

ALBERTO: Aquí pues con laaa/ muchas cautelas/ hombree, hay algún aaah/ sabes algunaaa
(C-1)

En este diálogo tenemos una muestra de la utilización de ambos recursos. El hablante B es conciso y sintético al expresar la cifra de un patrón técnico que no requiere explicación, mientras que su segunda respuesta es imprecisa y no aclara en absoluto la duda de su interlocutor.

La precisión parece ser un criterio que debe imponerse en la Bolsa a otros como la estética o la expresividad. Esto segundo habría que matizarlo cuando nos referimos al lenguaje bursátil. Como hemos visto en anteriores ejemplos, la expresión de la afectividad del sujeto hablante en la Bolsa no resta eficacia a la comunicación, más bien suele contribuir a, por ejemplo, enfatizar las recomendaciones que un corredor da a un cliente.

ALFONSO: Vale tío/ pues eeh/ puf/ yo que sé/ qué hago/ me metoo/ me/ ¿tú qué harías?/
¿comprarías diez mil, por lo menos?

RAFA: Mira, diez mil me parece una mariconada/ o sea luego te vas a tirar de los pelos/ yo que tú empezaría a pillar, antes de que esto tire/ cómprate/ mínimo mínimo mínimo mínimo/ treinta mil/ y luego ya veremos, ¿sabes?/ si si sigue tirando/ y vemos que esto tiene una reacción fuerte, joder/ podemos incluso descargar/ pero por lo menos, treinta mil tienes que pillar

ALFONSO: Vale

RAFA: Oye/ pues hablamos de esto cuando, abra el mercado/ y te digo precios

ALFONSO: Venga

RAFA: Hala/ hasta luego.

(D-22)

En definitiva, los rasgos que normalmente definen los lenguajes de especialidad no se cumplen plenamente cuando se aplican al lenguaje bursátil. Si es verdad que el léxico técnico, la función informativa y la temática especializada son rasgos específicos y definitorios del lenguaje hablado en la Bolsa, más aún lo son –como veremos– aquellos que actúan como condicionantes específicos de la oralidad.

Como ya se ha apuntado, los estudios realizados sobre los lenguajes especializados, que se basan generalmente en textos escritos y se centran –sobre todo– en la especialización léxica, han llegado a constituirse en “norma abstracta”, que ha servido para caracterizar a muchos lenguajes técnicos, como el jurídico-administrativo, el médico, el científico, el periodístico, etc. Este estudio pretende acercarse a un lenguaje especializado que utiliza el canal oral para expresarse y que, por lo tanto, no puede explicarse, al menos en gran parte, por las “normas” que han venido definiendo a otras lenguas de especialidad.

4. DISCURSO ORAL/ DISCURSO ESCRITO. ALGUNAS DIFERENCIAS

Cuando hablamos de lenguajes técnicos, inmediatamente pensamos en un recurso jurídico, un informe científico o el balance anual de una empresa, por ejemplo. Así, al pensar en el carácter especializado del lenguaje bursátil y la evidente presencia de rasgos formales, nos podría parecer que el canal idóneo para su expresión es el escrito. Sin embargo, el carácter oral de la comunicación bursátil y su estilo cercano al registro “coloquial” nos obliga a abandonar las perspectivas teóricas habituales en el estudio de los lenguajes especializados, al estar ante un uso especializado que se expresa oralmente. Si bien el lenguaje bursátil posee una serie de rasgos formales asociados, sobre todo, a sus contenidos, al predominio del factor informativo y al mayor o menor grado de planificación previa, el uso del canal oral facilita, a su vez, otros rasgos dependientes de las especiales condiciones de la producción y emisión de dichos discursos.

El uso del canal oral propicia que entren en juego factores que no intervienen en la producción y difusión de los textos escritos, como la necesidad de contar, para la comprensión del mensaje, con las circunstancias contextuales presentes en el momento de su actualización. Estamos ante una modalidad de habla especializada, condicionada por dos rasgos importantes, y quizá hasta ahora contrapuestos: *la especialización y la oralidad*.

El lenguaje hablado en la Bolsa es, en esencia, la manifestación verbal, paraverbal y extraverbal de un acto comunicativo entre corredores. Concebido de esta manera, cada texto es único, ya que es producto de un proceso comunicativo que ha sido diferente en cada momento. Sin embargo, y sobre todo en el mundo reducido de la Bolsa, muchos textos se parecen (en la estructura, las estrategias que utilizan, la temática...). La abstracción de esos rasgos comunes hace posible que podamos hablar “de ciertos condicionantes específicos de la oralidad, ‘constantes’ que parecen funcionar como auténticas ‘normas’ de actualización discursiva [...]” (Vigara, 1997: 118).

El modo oral del lenguaje bursátil hace necesario adoptar un punto de vista comunicativo o pragmático que nos permita entender cómo sus rasgos específicos están condi-

cionados por las circunstancias, objetivos y necesidades presentes en cada acto comunicativo concreto. Por otra parte, es importante destacar que las restricciones y convenciones que la comunicación escrita exige al texto son diferentes de las que impone la comunicación oral. Por ejemplo, un diálogo vivo entre corredores en medio de una tensa sesión bursátil y el análisis financiero escrito por un analista que explica el rendimiento de una empresa constituyen modalidades muy diferentes.

- a) Una diferencia fundamental entre el texto oral y el texto escrito es el tipo de interacción, que se refleja sobre todo en la manera en que se estructura el enunciado. La inmediatez comunicativa condiciona en el texto oral un modo de realización muy distinta del escrito, con clara preponderancia de las funciones pragmáticas sobre las estrictamente sintácticas. Así, el hablante elabora su discurso improvisándolo sobre la marcha, con lo que la sintaxis suele estar mucho menos rígidamente estructurada que la de la lengua escrita.

En la comunicación bursátil no hay tiempo para cuidar la estructuración del mensaje; en ocasiones, y dependiendo del ritmo del *mercado*, ni siquiera para la reflexión. Las circunstancias contextuales que dominan la comunicación en la Bolsa cambian día a día, y hasta minuto a minuto, lo que obliga al corredor a adaptar su discurso rápidamente a las nuevas circunstancias. Esta condición hace que la *improvisación formal* sea una de las constantes del lenguaje en la Bolsa.

- b) Otra diferencia esencial es el hecho de que el texto escrito se nos ofrece como algo “acabado”, cerrado; mientras que el texto oral refleja “el puro proceso en su transcurso vivo” (Vigara, 1997: 122). Al hablar no se puede tachar, la única manera de corregir es continuar hablando; el hablante sólo puede sustituir o matizar las expresiones al hilo del habla.

Este aspecto condiciona de forma definitiva el discurso y las estrategias que adopta el corredor ante una situación comunicativa cambiante, y muchas veces, imprevisible. El corredor habla mientras examina de forma simultánea un conjunto de factores que van condicionando, corrigiendo o reforzando su mensaje. Una orden dada previamente puede

ser anulada o corregida sobre la marcha ante el cambio repentino y brusco de las cotizaciones o del panorama financiero.

- c) La comunicación oral siempre tiene lugar en un tiempo y en un espacio determinado, comunes a los interlocutores. “Es, pues, efímera y está condicionada por la inmediatez” (Vigara, 1997: 122). Mientras que en la lengua escrita, donde el contexto compartido es menor, es necesario especificar lingüísticamente elementos que en el coloquio se infieren con facilidad.

El discurso de un corredor sólo tiene sentido dentro del universo de los mercados financieros en un día de sesión concreta. Un *rebote*⁵, por ejemplo, obliga al corredor a cambiar la estrategia de una negociación o variar bruscamente los términos de una orden. En definitiva, el corredor está a merced de las circunstancias puntuales que le rodean y debe –es parte esencial de su competencia profesional– ser capaz de adaptar a ellas su actuación y su lenguaje.

- d) Los hablantes, para poder comunicarse, tienen que compartir un conjunto de conocimientos, tienen que actuar de manera coordinada, en fin, deben contar el uno con el otro, tanto en la producción como en la interpretación de sus emisiones.

El carácter especializado del discurso bursátil hace que sea necesario y vital que los interlocutores compartan una serie de conocimientos y estrategias; por ello, el corredor sabe que debe adaptar su discurso al tipo de interlocutor con el fin de lograr una mayor y más rápida comprensión del mensaje; de ahí que dependa de manera decisiva del contexto más inmediato, cosa que, por otra parte, propicia la ausencia de elementos lingüísticos que aseguren la coherencia (como es el caso de la conversación entre corredores vivencialmente próximos).

En suma, los límites y condicionamientos que la comunicación escrita impone al texto imposibilitaría del todo el necesario dinamismo de la comunicación bursátil, que exi-

⁵ Variación violenta en el recorrido alcista o bajista del precio de un valor.

ge la rápida acomodación del discurso a las circunstancias de cada momento. El lenguaje del corredor sólo puede entenderse y estudiarse desde sus manifestaciones concretas, sus discursos orales. Hablar y actuar son para el corredor una misma cosa, ya que es únicamente a través de la palabra como se activa y mantiene todo el engranaje de la maquinaria bursátil

Antes de entrar a describir los rasgos lingüísticos y comunicativos propios del lenguaje hablado en la Bolsa, consecuencia directa del uso del canal oral y de los condicionantes comunicativos consustanciales a este tipo de discurso, adelantaremos los estilos o formas de expresión (orales) utilizados por el corredor.

- a) La *presentación* consiste en la exposición oral y gráfica (diapositivas, transparencias, informes) de un tema económico-financiero en concreto, con el fin de vender el punto de vista de análisis de la agencia (bursátil) sobre, por ejemplo, una compañía, la economía española en general, las estrategias de negociación frente a determinados mercados, etc. El contenido teórico de la presentación, tanto el material audiovisual como el escrito, suele estar elaborado por los analistas de la agencia o banco, no es producto de un estudio directo de los corredores. Posteriormente, la exposición oral de los contenidos también suele estar a cargo de los analistas (dominio teórico), pero con el apoyo de los agentes bursátiles que, en definitiva, son los que van a llevar a la práctica las estrategias acordadas. La *presentación* es una actividad esporádica en la labor de los agentes, ya que en realidad éstos tienen una actuación más bien complementaria a la del analista. Además, el material escrito y gráfico y también a veces la presentación oral se escriben y se expresan en inglés.

- b) La *conversación* es el tipo de discurso oral básico en las comunicaciones bursátiles. Conversar, en la Bolsa, es más que nada negociar por y para el acuerdo agente-cliente o agente-corredor. Las conversaciones suelen ser telefónicas, al menos para aquellos corredores que operan en el Mercado Continuo (y cara a cara para la minoría que labora en los corros). Si tomamos en cuenta los rasgos definitorios que Briz (1996: 32) atribuye a la *conversación*, rasgos como a) *la interlocución en presencia*, b) *inmediatez y actualidad (aquí y ahora)*, c) *con*

toma de turnos no predeterminada, d) dinámica, e) con alternancia de turnos inmediata, e) cooperativa en relación con el tema de conversación y la intervención del otro, podemos afirmar con propiedad que el tipo de discurso hablado usado en la Bolsa es la *conversación*. En la Bolsa se registran, como cabe esperar, conversaciones más o menos formales, como por ejemplo las órdenes directas o los informes técnicos; y otras de carácter más informal y espontáneo, como los intercambios diarios entre corredores o entre clientes de confianza con sus agentes bursátiles.

En definitiva, cuando nos referimos al discurso bursátil en realidad habría que hablar de la *conversación bursátil*, ya que es a través de este tipo de discurso oral como se comunican entre sí los agentes. Nos atreveríamos a afirmar que no ha existido ni puede existir negociación bursátil sin la interacción verbal simultánea y coordinada de dos o más personas, ya sea cara a cara o por teléfono.

5. EL REGISTRO COLOQUIAL EN EL CONTEXTO BURSÁTIL

Cuando hablamos de *conversación* es difícil abstraerse del término “coloquial”. Luis Cortés (1992: 52) insiste en que el término coloquial no es sinónimo de conversacional, “cuando en realidad éste se ha de aplicar a todo tipo de diálogo, desde los graves a los triviales e intrascendentes”. La conversación es el tipo de discurso hablado usado por los corredores en sus comunicaciones en la Bolsa, de ahí que pasemos a determinar si la conversación bursátil puede ser considerada “coloquial” o, por el contrario, se limita a un diálogo, más o menos formal, entre profesionales. Con este fin, repasaremos algunas de las propuestas más reconocidas que buscan definir y caracterizar el registro coloquial: específicamente los estudios de Ana María Vígara Tauste (1992, 1998) y del grupo Val. Es. Co. dirigidos en la Universidad de Valencia por Antonio Briz (1995, 1998, 2000).

El trabajo de Ana M. Vígara Tauste⁶ se fundamenta en la consideración del lenguaje coloquial como producto de una determinada modalidad de actualización oral: la con-

⁶ Vígara Tauste, Ana M^a., *Morfosintaxis del español coloquial. Esbozo estilístico*, Madrid, Gredos, 1992.

versación (el coloquio); sin duda, determinada por las circunstancias en que se produce dicho acto concreto de comunicación. Así, considera al lenguaje coloquial un “nivel de habla”, es decir, una “forma concreta de realización”: oral y de carácter conversacional:

El acto coloquial es la única circunstancia comunicativa en que la actualización de todos y cada uno de los elementos que intervienen en la comunicación (interlocutores, mensaje, código de uso y contexto) es estrictamente simultánea y, además, activamente interinfluyente (Vigara, 1992: 11)

Y añade: el mayor grado de realización coloquial tiene lugar, sin duda, en la conversación cotidiana:

[...] espontánea e irreflexiva, en la que emisor y receptor son interlocutores activos (y alternantes) que cuentan mutuamente el uno con el otro, y cuyo mensaje es codificado, alterado o completado (es decir, actualizado, hecho actual) en virtud del contexto inmediato.

Examinemos en el contexto bursátil lo dicho por la autora. Es evidente que no podríamos calificar de “charla o parloteo” cotidiano la conversación entre dos corredores que buscan cerrar una venta de acciones. Si bien, por un lado, es cierto que su conversación no es del todo irreflexiva y espontánea (no hablan por hablar), por otro, tampoco puede considerarse enteramente planificada y ensayada, como es el caso de una conferencia científica, entre otras cosas, por razones de eficacia comunicativa. Es necesario que el corredor conozca y use un conjunto de conocimientos teóricos y técnicos, siempre latentes a modo de “contexto especializado”, que le permitan ser competente en su labor. Sin embargo, *esta planificación previa, que podemos pero no solemos encontrar en la conversación cotidiana, no restringe la improvisación de la enunciación*. En medio de una sesión algo tensa e imprevisible, el corredor no se detiene a calibrar la forma de su expresión ni sus estrategias. Esto en cuanto se refiere a la condición de conversación espontánea e irreflexiva.

Otros factores determinantes del registro coloquial están presente en la conversación bursátil: los elementos que intervienen en la comunicación (hablantes, mensaje, código, canal y contexto) se actualizan de forma conjunta y simultánea. Emisor y receptor son interlocutores activos (y alternantes) que cuentan mutuamente el uno con el otro. Este último factor es básico, quizá más que en la conversación cotidiana. Por fuerza de la especialización temática y contextual, si los corredores no cuentan con la información que maneja su interlocutor y con su colaboración estrecha, el éxito de la negociación y hasta la

propia comunicación sería imposible. Cuanto mayor es la compenetración entre los interlocutores, mayor es el grado de fluidez comunicativa. Por último, otra de las condiciones que señala Ana M. Vigara es *la necesidad* de codificar, modificar o alterar el mensaje en virtud del contexto inmediato. Esta condición es esencial para la comunicación bursátil, ya que sería imposible comprender ni uno solo de los enunciados si no se hace la debida lectura contextualizada.

Por otro lado, también encontramos intercambios donde el carácter ritualizado de la expresión bursátil, sobre todo en la *contratación*, hace de la conversación un proceso mecánico, más o menos predecible, que resta espontaneidad al discurso, alejando a la conversación bursátil del registro coloquial pleno. Sin embargo, hasta en estos casos, en los que la necesidad de ser rápido lleva al corredor a emitir una orden concreta cercana a una fórmula fija, vemos cómo la expresión resultante está más cerca del discurso espontáneo que del discurso formal.

Con el término “conversación coloquial”, los investigadores del grupo Val. Es. Co. dirigidos en la Universidad de Valencia por el profesor Antonio Briz⁷ señalan su objeto de estudio. Antonio Briz comienza por insistir en que el término “coloquial” no es sinónimo de conversacional, y se apura en separar el *español coloquial* (como registro de uso de la lengua en situaciones comunicativas concretas) de la *conversación*, a la que considera “un tipo de discurso oral –ciertamente, el más auténtico– caracterizado por su inmediatez o carácter actual, por la toma de turno no predeterminada, por su dinamismo, por su interlocución en presencia...” (1995: 104). Así, cuando Briz habla de *conversación coloquial* se refiere a un tipo de discurso oral que conjuga los rasgos característicos de la conversación y los que determinan la ubicación de esa conversación dentro del “registro coloquial”.

En su estudio, Briz (1998: 41) pasa a distinguir los rasgos asociados al contexto comunicativo que favorecen el empleo del registro coloquial o rasgos *coloquializadores*, de los rasgos *primarios*:

⁷ Briz, Antonio (1998): *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmatogramática*, Barcelona, Ariel Lingüística.

- a) Rasgos *coloquializadores*: la *relación de igualdad*, ya sea social o funcional, la *relación vivencial de proximidad* (saber y experiencia compartidos), el *marco discursivo familiar* (determinado por la relación concreta de los participantes con el espacio o lugar), la *temática no especializada* (cotidianidad).
- b) Rasgos *primarios*: la ausencia de planificación (planificación sobre la marcha), la finalidad interpersonal (la comunicación por la comunicación), y el tono informal (“que es, en suma, el resultado de todos los rasgos mencionados y que, a la postre, sirve para nombrar también el registro coloquial”).

Así pues, una conversación será “coloquial prototípica” cuando estén presente los rasgos primarios ya señalados, o “coloquial periférica” según la mayor o menor presencia de los rasgos coloquializadores. Estos últimos permitirían hablar de registro coloquial en una conversación que prototípicamente no lo es.

En suma, para Antonio Briz, una “conversación coloquial prototípica” es aquella que no está planificada, que tiene una finalidad interpersonal, es de carácter informal, tiene lugar en un contexto familiar, entre iguales que comparten experiencias comunes, y en la que se habla de temas cotidianos. Si aplicáramos estos argumentos al contexto bursátil, veríamos que la conversación entre corredores incumple todos los rasgos *primarios* descritos por Briz (ausencia de planificación, finalidad interpersonal y, en definitiva, tono informal); y de los rasgos *coloquializadores*, sólo la relación vivencial de proximidad y la relación de igualdad entre los corredores podrían acercarla al prototipo de conversación coloquial.

Volvamos al trabajo de Ana M. Vigara⁸ para comprobar que tiene un punto de partida distinto, así como distinta es su caracterización del registro coloquial. Vigara parte de la documentación “al oído” de una serie de fenómenos que observa se repiten en situaciones comunicativas muy distintas. Sin duda, concluye, “porque los procesos comunicativos que surgen en todas esas situaciones aparentemente tan diferentes deben de tener algo en común” (1998: 127).

⁸ *Lengua oral y comentario de textos coloquiales*, Anejo XVII de *Analecta Malacitana*, 1998, Málaga.

Partiendo de esta observación y documentación de un hablar real, Vigara hace una caracterización del registro coloquial mucho más amplia y elástica que la de Briz y sus colaboradores. Lo que para éstos es la única variedad de conversación coloquial (registro), para ésta constituye la variedad plena de un registro que denomina “coloquial”, y que bien podría abarcar a todo discurso hablado (no escrito ni recitado). Este registro acoge variedades diferentes que generan textos también muy diferentes, pero que comparten unos rasgos coloquiales básicos que coinciden con los que Briz atribuye a la conversación: *la inmediatez, la actualización verbal oral improvisada y en función del otro*.

Vigara define la variedad coloquial como “una modalidad de uso contextual del lenguaje (es decir, un registro) *oral e improvisado*, en el sentido de *actualizado instantáneamente aquí y ahora*, sin formalización previa y al ritmo elocutivo del hablante (de su pensamiento-sentimiento), que lo expresa *para otro y en función de ese ‘otro’* (1998: 128). Así, la definición de Vigara limita los condicionantes del registro coloquial a la situación de uso, dejando de lado otros niveles como los diastráticos (“tono informal”) o diatópicos, que si bien actúan de fondo, no pueden ser considerados condicionantes específicos del registro. Se trata, así, de una modalidad “monoclase”.

Al igual que Briz, Vigara considera que en la modalidad coloquial se establecen grados “según como se realicen en cada acto comunicativo concreto los múltiples condicionantes del registro” (Vigara, 1998:128). El grado de plenitud viene dado por la “conversación informal y cotidiana”⁹. Así, ambos autores consideran que existen en la modalidad coloquial grados de mayor o menor “coloquialidad”, y que dicha graduación responde al cumplimiento o no de ciertos condicionantes específicos. Para Vigara, a diferencia de Briz, dichos condicionantes actúan desde el interior de la situación de uso y esto está relacionado con los factores que intervienen directamente en el acto comunicativo en cada actualización. Mientras que para Briz, por ejemplo, la *relación de igualdad (social o funcional)* de los interlocutores es un condicionante restrictivo, para Vigara basta con que el emisor y el receptor se comporten como *sujetos activos (potencialmente) alternantes* para que sea coloquial.

En definitiva, lo que separa ambas posturas es el punto de partida, no tanto los rasgos propios del registro, en los que están básicamente de acuerdo. Mientras Briz somete la condición de “coloquial” a factores más “sociales” –*relación de igualdad, relación vivencial de proximidad, marco discursivo familiar y temática no especializada*– que contextuales, Vigara considera que son precisamente los condicionantes contextuales propios del tipo de discurso oral “conversación” –*inmediatez, toma de turno no predeterminada e interlocución activa*– los que determinan la naturaleza coloquial del registro. De modo que equipara, a diferencia de Briz, conversación a coloquio, si bien, al igual que éste, habla de grados. Resumiendo, Briz establece una serie de condiciones a priori (rasgos primarios y rasgos coloquializadores) de carácter más social que contextual (variedad diastrática) que posteriormente deben guiar las consideraciones de si tal o cual texto (habla real) es o no “conversación coloquial”. Para Vigara son los propios condicionamientos contextuales presentes en la conversación (al margen de cualquier consideración social) los que determinan los rasgos característicos de una modalidad amplia, “modalidad coloquial”

Si nos guiamos por los razonamientos de la propuesta de Antonio Briz, deberíamos aceptar que el discurso bursátil no puede ser definido de “coloquial”, ya que, como adelantamos, no cumple con ninguno de los rasgos *primarios*, y sólo con algunos de los rasgos *coloquializadores*. Por otro lado, sin embargo, las muestras recogidas del discurso hablado en la Bolsa nos revelan claramente que las constantes formales “coloquiales” descritas tanto por Ana María Vigara como por el grupo Val. Es.Co. están claramente presentes en nuestros registros. Para explicar esta aparente contradicción, hemos decidido buscar la mayor parte de *las constantes formales* caracterizadoras y hasta exclusivas del registro coloquial (en la conversación) descritas por Briz (1998) –no muy distintas de las descritas por Vigara ya en 1992, a pesar del diferente punto de partida de ambos– en las muestras recogidas producto del intercambio profesional entre corredores. Y las hemos encontrado...

En la Bolsa, el objetivo de la mayoría de las conversaciones consiste en lograr un beneficio económico, la temática y el léxico son especializados, los interlocutores conocen de antemano los términos de la negociación y cuáles son los objetivos, con lo cual se po-

⁹ Véase el cuadro de la página 129, donde la autora describe con detalle los condicionantes específicos del

dría hablar de cierto grado de saber previo. A pesar de todos estos rasgos contrarios a los descritos como “coloquiales” o “coloquializadores” por Briz, lo que el autor define como “la obligada planificación rápida”¹⁰ y, en consecuencia, el descuido total por la producción del mensaje determinan una sintaxis no convencional, que presenta los siguientes rasgos generales:

- a) Sintaxis concatenada, en la que los enunciados que constituyen la intervención de los hablantes parecen añadirse según vienen a la mente del que habla.

PEDRO: Tengo aquí en el teléfono a la persona indicada/ me pregunta que si todavía hay algo
 RAMÓN: Hay/ hombre/ claro que ahí está/ lo que pasa es que tengo que llamar, al tío/ porque si voy otra vez con la misma música/ y lo tengo media hora, me va a mandar a hacer pijos
 (A-17)

- b) Como resultado de la concatenación y acumulación de enunciados, el modo de glosar se presenta parcelado. Todo ello favorece la paráfrasis, los continuos rodeos, la aparición de sintagmas empotrados, insertados, paréntesis asociativos que redundan en lo dicho. Tras tanta explicación y precisión se hace necesario recurrir a engarces, conectores restauradores que permiten retomar el hilo comunicativo.

Jaime: Ramón/ ¡qué pasa! (por otra línea)/¿una partidita?/ y no nos comemos una rosca/ ja // ya/ ya/ vale/ vale mira el problema está, en quee estee, Lefort/ que son tuyas/ ¿eh?/ está metido en una reunión, ahora mismo me llama/ eeh/ de momento sabes que teníamos más/ tres cuatro cinco/ entonces/ este hombre, ¿tú crees que tomaría? (PAUSA LARGA)
 (A-19)

- c) Alto grado de redundancia, repeticiones y reelaboraciones sobre la marcha. Se recurre a la repetición como medio para retener el turno, como realce expresivo, otras veces con el fin de reelaborar lo que se está diciendo, ya sea por falta de palabras, o porque se considera comunicativamente necesario.

RAFA: No somos una panda de imbéciles/ si es que/ es que/ sabes lo que está pasando aquí/ están todos los clientes pequeños/ los que tenían dinero dinero en FIAMM/ soltando como locos/ sabes y eso es lo que está pasando/ entonces bueno/ yo a estoy niveles/ es que no/ o sea es que no/ o me voy a casa/ ooo/ paso/ es que paso de vender/ yo estoy comprando, tío/ estoy comprando/ o sea

acto oral-coloquial pleno.

¹⁰ Término que Briz equipara al de improvisación, cuando en realidad ambos actúan en momentos comunicativos distintos: la improvisación corresponde a la enunciación y la planificación a los momentos previos, es decir, a la producción del enunciado. Véase Vigara, 1998:134.

no tiene ningún sentido que nos caigamos un quince por ciento/ o sea/ no lo tiene/ es de locos joder/ es absolutamente de locos/ no no no/ lo que sea/ o sea/ aquí no se fijan en ningún fundamental/ no se fijan en qué compañía tiene más (()) que otra/ esto es (()) absurdo e indiscriminado/ es el pánico más tonto que he visto en mi vida/ se tiene que dar la vuelta/ se tiene que dar la vuelta en dos minutos o en dos semanas/ no es lógico que nos hayamos comido todos los beneficios/ (SONIDO TELÉFONO) oye/ espera un segundo/ por favor

(D-1)

- d) La unión entre los enunciados es abierta, sin fuertes ataduras sintácticas. Esto permite ir y venir, volver sobre lo dicho, reelaborar, incrustar comentarios, sin perturbar gravemente la comunicación. En el ejemplo, un corredor expone diferentes argumentos a un cliente que le reclama que adopte una estrategia concreta; dichos argumentos se retoman una y otra vez, ampliados, explicados o justificados.

JAVIER: Sí laa/ hombre es que estamooooo/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ no es que no hagamos nada/ estamos ahí a ver siii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí/ pues, oye/ ya habrá una nota, de análisis/ recomendandoo/ el valor/ yyy/ ya/ pues bueno/ tendremos la base suficiente/ como paraaa/ pues bueno/ pues ser activos en ese tema <pero>/ a mí también me están llamando algunos aseguradores/ eeeh/ pues/ eh porque es lógico/ el que, ha tomado ahhh/ posiciones asegurando/ pues/ no quiere quedarse con el papel <meh>/ eh/ y entonces eeeh/ oye nos están llamando/ pueees/ varios de los aseguradores/ pues BBV/ la Caixa/ <en concreto, en concreto> pero eso eso es normal/ es decir/ porque ellos son aseguradores/ y se aseguran, yo qué sé/ pues cinco mil, diez mil kilos/ pues eeeh/ antes de que se les adelante otro, pues tienen queee/ tomar posiciones

(C-2)

- e) La conexión entre los enunciados se logra a través de lo que S. Gili Gaya denominó *enlaces extraoracionales* “conexiones mentales que van más allá de la oración” (1976: 36). Entre estos están los *conectores pragmáticos* (*marcadores discursivos, reguladores fáticos*) y de múltiples recursos entonativos que actúan a modo de conjunciones. Es decir, la atadura sintáctica se convierte en atadura semántico-pragmática. En el ejemplo, un conector como *pues* le permite al hablante recuperar, tras la acumulación de argumentos, la idea principal, aunque no de forma explícita.

NACHO: Oye/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso/ que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

(C-2)

- f) La inmediatez comunicativa explicaría que el orden de las palabras responda, antes que a la función sintáctica o semántica, a la función pragmática. En el ejemplo, la sintaxis no mantiene un orden lineal, sino más bien un orden jerárquico semántico-pragmático.

RAFA: Mira esto macho/ que cada vez que sube el número de parados, la gente de Walt Street se frota las manos (RISAS)/ y los pasaban a cuchillo

ALVARO: Es verdad, macho/ como cuando yo quedo con mi cuñado/ cuando estoy comiendo con mi cuñado/ y le digo/ ¿qué tal ha salido lo del convenio, y tal?/ y fatal/ fatal/ <cojonudo y tal>/ de puta madre/ como suba/ como suba un cinco por ciento más, macho/ es la leche/ se hunde Telefónica/ la cotización.

CARLOS: Porque el/ en este/ en este buen caso/ claro o sea/ el que el que

ALVARO: El que se siente mal soy yo ¿no?/ porque/ no porque vaya perjudicial a un familiar mío/ y tal/ sino porque/ aunque sólo sea por el hecho, de que es un trabajador que le suban/ el neto de él/ pero bueno

CARLOS: Joaquín/ Telefónica ha conseguido negociar los de/ el fax de/ diario de (())/ es anti coment Telefónica ((ar chiquin de worker))/ no sé qué/ mi cuñado ahí, macho/ jodido

RAFA: Es de coña

(D-16)

- g) En la conversación coloquial, el mensaje lingüístico presenta una fuerte dependencia contextual. Esta dependencia explicaría, en todos los ejemplos, la elipsis no sólo gramatical, sino contextual, y la necesidad de completar el mensaje con información no contenida en las palabras. Sólo la situación puntual de los mercados (fuertes caídas), la tensión a la que está sometido el corredor (pánico de sus clientes, colapso de los medios técnicos), las órdenes recibidas previamente (que debe ejecutar de inmediato), etc., pueden completar la información necesaria para la correcta comprensión de, por ejemplo, el siguiente texto:

RAFA: ¿Dónde está?/ ¿te han dado eso? <no lo cogen>// ¿dónde cojones están éstos?/ es que me voy a cagar en/ ¿dónde están? ¿dónde están? <cuatro> ¿quién?/ ¿pero quién es? <Antonio Pérez> ya pero si es que no hemos podido conseguir/ dile que estoy intentando hablar con éstos <lo estoy intentando otra vez>// es que de verdad es pa cagarse/ la puta de oros, eh

(D-20)

Si algo está claro en este ejemplo, es su falta de formalización previa y ausencia total de planificación; es decir, su “improvisación” en cuanto a la forma en que se materializa y el contenido que expresa. Si bien a este corredor no le mueve una “finalidad interpersonal”, sería difícil sostener ante rasgos tan evidentes (múltiples repeticiones, interrogaciones retóricas, vocabulario soez, elementos elididos, dislocaciones sintácticas, ausencia

de léxico especializado...) que no estamos ante un texto de tono claramente informal, “que es en suma, el resultado de todos los rasgos mencionados y que, a la postre, sirve para nombrar también el registro coloquial” (Briz, 1998: 41)

Es interesante destacar, a la luz de los anteriores ejemplos, cómo *la temática especializada*, que para Briz es un rasgo que contradice la cotidianidad, en la comunicación bursátil no resta espontaneidad al discurso. Más aún, pensamos que la temática especializada no es un freno, sino más bien el terreno común, familiar y cotidiano en el que se mueven cómodamente los hablantes y les permite, en virtud de esa misma comodidad, una comunicación más o menos informal y libre de ataduras sintácticas. El problema surgiría si el receptor no acepta como coherente el discurso, al no compartir el mismo conocimiento acerca de la situación en la que están interactuando. Este sería el caso de un corredor que intenta explicar a un cliente ajeno al mundo de la Bolsa y con pocos conocimientos financieros las razones de la evolución al alza o a la baja de sus acciones. En un caso semejante, el corredor necesitaría un gran esfuerzo de planificación y de organización discursiva para que su discurso sea coherente y pueda ser comprendido por un receptor poco competente. Es evidente que estaríamos ante un intercambio formal, poco improvisado y altamente planificado. Pero este no es el caso de la conversación bursátil, en la cual los interlocutores habituales manejan el contexto especializado y las circunstancias especiales con la misma o mayor naturalidad con la que se comunican en su vida cotidiana, fuera del ámbito laboral. Este hecho genera, como ya hemos demostrado y señalado en los ejemplos, un registro que está más cerca de la conversación coloquial que del intercambio especializado.

En otras palabras, sólo cuando un corredor se encuentra en una mesa de contratación frente a su pantalla, intentando negociar con otros corredores la venta o la compra de acciones, pone en marcha una serie de recursos lingüísticos y estrategias comunicativas que se constituyen en el *estilo conversacional* que nosotros llamamos bursátil y que, si bien no en un sentido pleno, comparte gran parte de las constantes del registro coloquial.

Esta postura permite plantearnos que una conversación entre profesionales de la Bolsa, si bien presentaría rasgos poco frecuentes en una “conversación normal o cotidiana” (como por ejemplo el intercambio entre profesionales, temática y léxico especializado, objetivo básicamente informativo, cierto grado de planificación previa, etc.), siempre que,

al margen de otros rasgos que puedan considerarse coloquiales, constituya un acto comunicativo real en el cual dos o más hablantes intervienen de forma simultánea y solidaria, condicionados por la inmediatez de la oralidad, difícilmente podrá sustraerse a los condicionantes propios del registro coloquial.

En fin, la caracterización que hace Vigara del registro coloquial como variedad diáfásica admite casi todos los textos orales de carácter *conversacional y hablado (no leídos, ni recitados)*, siempre que se cumplan dos condiciones básicas: que el lenguaje no haya sido previamente formalizado y que sea un acto solidario, es decir, que los intervinientes cuenten el uno con el otro (al menos potencialmente), en *alternancia y reversibilidad interlocutiva*.

Otro rasgo importante y característico del discurso bursátil es la *improvisación formal*. Como ya mencionamos, el medio bursátil es cambiante y en ocasiones imprevisibles, de modo que el hablante se ve en la necesidad de modificar rápidamente su discurso al hilo de la nueva situación; en otras palabras, se ve obligado a improvisar. Por otro lado, como todo lenguaje especializado, depende de cierto grado de planificación, término que aleja al discurso bursátil, según Briz, del registro coloquial.

Si bien el corredor, cuando inicia una nueva jornada en la Bolsa, parte de una serie de supuestos previos y conocimientos operativos básicos que le preparan para ser competente en su labor, es frecuente que se vea inmerso en una situación improvisada, en la que debe reelaborar tanto sus estrategias comerciales como su lenguaje al ritmo de los cambios del mercado. Así, *improvisación y planificación*, como explica Vigara (1998: 134), no deben ser considerados términos equivalentes. Mientras que la *planificación* –aunque reconocemos tras el término la adopción del tecnicismo inglés *planed/unplaned*– parece evidente que en español corresponde a un momento previo al proceso mismo de la enunciación, “la *improvisación* (verbal), pertenece a la instancia de la enunciación, tiene lugar en el proceso vivo de la comunicación” (Vigara, 1998: 134).

En el ejemplo siguiente, el hablante se ve sorprendido en una situación imprevista. Su plan previo era vender unas acciones a un precio determinado (doce un cuarto); con este fin pide a su corredor que coloque su oferta de venta en el mercado, con la mala fortuna de que el precio de las acciones comienza a bajar y él pierde dinero. Esta bajada le toma por sorpresa y en un principio le es difícil reaccionar.

Jesús: Sí
 Esteban: ¿Oye?
 Jesús: ¡Qué!
 Esteban: Hechos a setenta
 Jesús: Cien a setenta (a los de la mesa)
 Esteban: Tengo quince mil pelás de gastos ahí, ¿eh?/ en el ciego
 Jesús: ¿Por qué?
 Esteban: Porque es de cien/¿entiendes?
 Jesús: Quince mil pelás de gastos (a los de la mesa)// °(joder tío)°
 Esteban: Es que es de cien
 Jesús: °(Vale)° (ruido de fondo de otras conversaciones)
 Esteban: ¿Vale?
 Jesús: Hasta luego/ (silbido) ¡oye! ((...))

(A-8)

Para Ana M. Vigara, *la improvisación formal* y no el “tono informal” es lo que caracteriza a todas las modalidades del registro coloquial, se realicen o no en un acto de habla “planificado”. Así, el corredor de nuestro ejemplo, aunque haya planificado, posiblemente a la luz de las recomendaciones de su analista, la venta de las acciones a un precio concreto, se ve sorprendido en una situación imprevista (bajada brusca del valor), en la cual debe cambiar su actuación y la manera en que actualiza verbalmente esa información. Es más, una de las cualidades fundamentales que debe tener el trabajador de la Bolsa es su capacidad de reacción a los cambios bruscos, tanto en sus actos como en su lenguaje. Así, el corredor no sólo debe estar preparado para un cambio imprevisto de estrategia puramente operativa, sino también en la manera como comunica dicho cambio a través de su discurso.

CONCLUSIONES

Rasgos como la temática y el léxico especializados, la planificación o el saber previo y la finalidad comunicativa informativa, que en principio contradicen las condiciones necesarias descritas por Antonio Briz para la conversación coloquial, no impiden que otros factores propios de la oralidad como *la inmediatez o la actualización oral improvisada y en función del otro* generen un discurso donde –como hemos comprobado– las constantes expresivas están más cerca de “la gramática coloquial” que de la convencional. Por otro lado, comprobamos que todas *las constantes formales* que Antonio Briz y el Grupo Val. Es. Co. consideran caracterizadoras y hasta exclusivas del registro coloquial están presentes en casi todos los usos orales que hemos podido documentar en la Bolsa, a pesar de que la mayoría de ellos carecen de los rasgos coloquiales “primarios” y no cumplen plenamente con todos los rasgos “coloquializadores”.

Es evidente que el carácter especializado, el objetivo informativo y, sobre todo, las circunstancias más o menos tipificadas, hacen que muchos de los intercambios del lenguaje bursátil respondan a rutinas verbales que restan espontaneidad al discurso. Sin embargo, la fuerte dependencia de la (rápida) actualización inmediata (aquí y ahora) que propicia que el mensaje sea codificado, alterado o completado en relación al contexto inmediato hace de la conversación bursátil un fenómeno de habla improvisado. Además, en la Bolsa no todo está “atado” no siempre las operaciones son tan predecibles como “a tanto compro tantas acciones”, las situaciones imprevistas son frecuentes y con ellas el cambio, sobre la marcha, de planes, estrategias y modos de expresión.

Es innegable, por un lado, que el lenguaje bursátil es *conversacional*, ya que reúne todas las características que, por ejemplo, tanto Briz como Cortés han descrito para esta modalidad comunicativa; por otro lado, está más cerca de lo *coloquial* que del discurso técnico especializado porque todos los rasgos o constantes formales y estilísticas que tanto Vigara como Briz atribuyen a dicho registro están claramente presentes en las conversaciones entre corredores. Sin embargo, y desde un punto de vista puramente teórico, si nos atenemos estrictamente a los condicionantes que Antonio Briz impone a la *conversación*

coloquial y que no están presentes en el lenguaje bursátil –como son la temática no especializada y la finalidad interpersonal–, deberíamos renunciar a calificar de “conversación coloquial” al lenguaje bursátil. Sin embargo, creemos que al margen de cualquier consideración teórica, alejada de la realidad concreta “habla en la Bolsa”, la inmediatez de la oralidad es el factor que propicia la presencia innegable de múltiples fenómenos lingüísticos típicamente coloquiales en un lenguaje que, por su carácter especializado y técnico, no sería estudiado, al menos hasta ahora, bajo una perspectiva conversacional, coloquial o simplemente comunicativa.

Si aplicamos a la comunicación hablada en la Bolsa los criterios o rasgos que Payrató apuntaba como prototípicos del registro coloquial, veríamos que describen bastante bien a los intercambios bursátiles “1) CAMP: quotidianitat 2) MODE: oral espontani 3) TENOR: interactiu y 4) TO: informal (Payrató, 1996 :50) Es evidente que la jerga bursátil no puede ser considerada una modalidad cotidiana, es decir, aquella que oímos hablar a cualquiera fuera de los límites de las mesas de contratación. Sin embargo, ¿quién le dice a un corredor que la forma que usa para comunicarse con sus compañeros de trabajo durante muchas horas al día no es cotidiana? Es decir, hablamos de cotidianidad como término que tiene una influencia directa en la selección y uso de un registro en el habla concreta, no en su consideración teórica. Para dos corredores acostumbrados a hablar y entenderse día a día, que manejan de forma espontánea los mismos recursos verbales y las mismas estrategias comunicativas, que comparten el mismo contexto y los mismos conocimientos, sus conversaciones en el medio laboral son del todo cotidianas y naturales. Pero lo importante es que, por encima de cualquier criterio teórico que pretenda constreñir un fenómeno de habla que está ahí, en boca de un grupo de hombres y mujeres reales, lo que no podemos obviar es que todos los rasgos que son consustanciales a la jerga bursátil se acercan de forma evidente a lo que los estudiosos definen como “registro coloquial”.

II

CONTEXTO GENERAL DE LA CONVERSACIÓN BURSÁTIL

INTRODUCCIÓN

Las expresiones lingüísticas habituales en una mesa de contratación¹ no comunican nada al oyente ajeno al mundo de la Bolsa, son los corredores los que les dan sentido al utilizarlas en un contexto y en una situación determinada. De ahí la importancia que tiene para la comprensión de cualquier lenguaje especializado el conocimiento por parte de los hablantes de la información contextual dada, sobre todo, por la particular situación comunicativa. *La comunicación bursátil sería imposible si el hablante y el oyente no compartieran los mismos conocimientos, las mismas suposiciones y las mismas circunstancias.*

El carácter oral de las comunicaciones bursátiles obliga al investigador de la lengua a considerar factores que no intervienen en la producción y difusión de los textos escritos, como son las circunstancias contextuales presentes en el momento de la actualización del mensaje. Partiendo de esta premisa, nos disponemos a estudiar las circunstancias que influyen en la comunicación bursátil para, así, acercarnos a las condiciones de adecuación que hacen que dichas emisiones sean o no relevantes. Por otro lado, la inaccesibilidad del mundo bursátil al individuo común, entre ellos a los estudiosos del lenguaje, nos exige dedicar unas páginas a describir cómo funciona la Bolsa, para facilitar así la comprensión del posterior estudio de lenguaje.

Para empezar, debemos aclarar qué se entiende por contexto. De acuerdo con Van Dijk (1995: 274), "El contexto real se define por el período de tiempo y el lugar en que se realizan las tareas comunes del hablante y del oyente, y que satisface las propiedades de (aquí y ahora) lógica, física y cognoscitivamente". La definición de Van Dijk circunscribe el contexto a factores espacio-temporales, olvidando, entre otros, los lingüísticos que se van generando en el propio discurso. En el lenguaje coloquial todo suele formar parte del contexto, tanto el entorno como el propio signo. Por esto, el contexto debe entenderse co-

¹Se denomina *mesa de contratación* al espacio físico (sala generalmente acristalada con equipo técnico) donde se desarrolla la labor del corredor de Bolsa

mo el conjunto de elementos lingüísticos y extralingüísticos presentes en el momento del intercambio, que permiten la comprensión entre los interlocutores.

En un intento por definir ese contexto real que condiciona la comunicación en la Bolsa, hemos tomado como fondo teórico la clasificación del contexto que propone Ana M^a Vigara (1992), después de introducir algunas modificaciones al modelo de *entornos* de Coseriu incluyendo de forma explícita la influencia que tiene la subjetividad de los comunicantes en la configuración del mensaje. Otro aspecto que la autora echa de menos en el modelo de Coseriu es el contexto socioeducativo, que explicaría la influencia que tienen en la comunicación el origen social y el grado de educación de los hablantes, aspectos que considera decisivos en todo comportamiento lingüístico. Vigara no habla de *entornos*, sino de *contexto*, término que le parece más adecuado para designar "esa totalidad que rodea al signo (y de la que el propio signo forma parte)" (1992: 338). A continuación nos serviremos de dicha clasificación (*contexto general del coloquio*)² con el fin de describir los fac-

² Por su valor didáctico, reproducimos aquí el cuadro en el que dicha autora resume todos los factores que configuran el contexto y que sirve de base a nuestra descripción (pág. 340)

CONTEXTO GENERAL DEL COLOQUIO	
(Conjunto de las circunstancias físicas, psicológicas, lingüísticas, socioculturales... en las cuales se desarrolla el acto de comunicación coloquial, que permiten un suficiente nivel de comprensión entre los interlocutores)	
EXPLÍCITO	<p>Actualizado en el propio acto de comunicación coloquial y generador de "estados nuevos" en el coloquio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Universo del discurso</i>: el propio coloquio (modalidad comunicativa con todas sus particularidades como "sistema universal" de significaciones al que pertenece el discurso, y que determina su validez y su sentido. • <i>Expresivo</i>: el que se establece con y entre las propias palabras del coloquio. Puede ser: <ul style="list-style-type: none"> –<i>Sistemático</i>: creado por el propio sistema de la lengua, que actúa sobre las asociaciones sintagmáticas y semánticas de los signos realizados. –<i>Temático</i>: proporciona las claves para establecer lo que conocen los interlocutores a partir de lo dicho o comunicado; y –<i>Verbal inmediato</i>: lo dicho antes y lo que sigue inmediatamente después. • <i>Práctico u ocasional</i>: la particular coyuntura en la que ocurre el discurso. Puede ser: <ul style="list-style-type: none"> –<i>Situación</i>: unidad espacio-temporal en la que participan los interlocutores. –<i>Psicológico ocasional</i> (de los comunicantes): algo así como "contexto mental de situación": conocimiento del hablante acerca del oyente mismo sobre el tema específico de interlocución, convivencia, imagen que los interlocutores tienen de sí mismos, el uno del otro, que creen que el otro tiene de uno mismo (creencias), motivos, intenciones...; –<i>Paralingüístico</i> (conurrencia): los gestos y expresiones del oyente, que permiten al hablante calcular hasta qué punto se está comunicando y está siendo entendido.
IMPLÍCITO	<p>Contribuye, como "fondo" constante del sujeto hablante, a la explicitación de los contextos actualizados en el coloquio. Puede ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> –<i>Idiomático</i>: delimitado por la lengua (como sistema abstracto supraindividual) de que depende el signo; –<i>Psicológico estable</i>: personalidad, carácter, visión del mundo, etc.; –<i>Socio-educativo</i> (el origen social y grado de educación de los seres humanos adultos no es coyuntural –por lo tanto, no suele modificarse a lo largo de una conversación–, sino que afecta a un período delimitado de su existencia –o no es modificado nunca–); –<i>Físico</i>: horizonte perceptible en la comunicación; –<i>Empírico</i>: "estado de cosas" conocido por los hablante; –<i>Histórico</i>: circunstancias históricas conocidas por los hablantes; –<i>De región</i>: espacio (zona, ámbito, ambiente) en la que un signo tiene validez; –<i>Cultural</i> (de la comunidad).

tores contextuales que intervienen directamente en la comunicación bursátil, dejando de lado aquellos que consideramos tienen poca o ninguna incidencia.

1. CONTEXTO EXPLÍCITO: EL UNIVERSO DEL DISCURSO

El universo del discurso, en lo que se refiere a la Bolsa, engloba a los diferentes mercados donde se reúnen y operan los profesionales que venden y compran títulos o valores mobiliarios a un precio negociado, llamado “cotización”.

Estamos hablando de un mundo reducido y cerrado, cuyo lenguaje se circunscribe estrictamente a los límites que empiezan y terminan en la mesa de contratación y en sus líneas telefónicas, al menos en lo que respecta al entorno específico que estudiamos: el mercado continuo español. Cualquier otro profesional del área económica ajeno al "mundillo" de la Bolsa desconoce su léxico, su sintaxis y sus peculiares estrategias comunicativas. Por tanto, estamos ante un lenguaje "muy especializado", que sólo es utilizado y comprendido por una élite de hablantes, como son los corredores y algunos de sus clientes. En definitiva, como modalidad comunicativa, el lenguaje bursátil tiene validez dentro del universo conformado por los mercados financieros y en el marco del presente estudio, por el *mercado continuo de renta fija y de renta variable*.

Esta acotación del campo de estudio está motivada por la inaccesibilidad del material magnetofónico y por la imposibilidad de abarcar en un mismo trabajo la globalidad de los lenguajes de los distintos mercados. Constreñida por dicha dificultad, me limito a reseñar brevemente los diferentes mercados que componen la Bolsa española, para dar así una panorámica general de la complejidad de la actividad financiera:

- *Mercado de valores primarios o de emisiones*, en el que se desarrolla la oferta y la demanda de valores de una empresa que desea cotizar en Bolsa o ampliar su capital.
-

- El *Mercado secundario organizado o mercado bursátil*, en el que se produce la confrontación de ofertas y demandas de valores ya admitidos a negociación en Bolsa. Sólo este último es el conocido popularmente como *Bolsa*, ya que está abierto a cualquier tipo de inversor: público, privado, pequeño, grande, etc.

Junto a estos dos grandes mercados encontramos otros como *el Mercado de Deuda*, *el Mercado de Divisas*, *el Mercado de Derivados (Futuros y Opciones)*, *el Mercado de Materia Prima (Valencia)*, *el Mercado Hipotecario*, *el Mercado de Capitales* y *el Mercado Gris* (organizado por los miembros del mercado legal o autorizado para realizar la compra-venta de títulos que no tienen todavía cotización oficial). Este último es un mercado que no tiene ningún tipo de obligatoriedad más allá de la palabra dada entre los corredores. Cada uno de estos mercados, a pesar de compartir algunas expresiones y elementos comunicativos semejantes, utilizan léxico, estructuras sintácticas, contextos y estrategias diferentes. Es posible que un corredor del mercado secundario de renta variable no sea capaz de entender en su totalidad el discurso de un corredor del mercado de divisas.

Para llegar a comprender este complejo y desconocido mundo es necesario tener claro cuáles son, más que los diferentes tipos de mercados, los dos *sistemas de contratación bursátil*, la contratación a *viva voz* y el mercado continuo.

- a) La contratación a *viva voz* era el sistema tradicional de contratación en la Bolsa hasta la implantación en 1989 de los sistemas de contratación informáticos. El mercado de *corros* es una subasta abierta entre los distintos miembros del mercado, en *corros* para distintos valores y con horarios limitados para cada sector de valores (diez minutos para cada grupo de valor). El ejemplo más conocido de este tipo de contratación lo tenemos en el *parqué* de Wall Street. El mercado de *corros* en España ha quedado limitado a unos pocos valores, sobre todo aquellos de reciente entrada en la Bolsa.
- b) La contratación a *viva voz* perdió en España su hegemonía con la llegada del *mercado continuo*, informatizado y único. Es *continuo* porque se pueden introducir órdenes en el sistema sobre cualquier valor durante todo el transcurso de

la sesión. A diferencia del mercado de corros, los operadores no están físicamente presentes en el acto de contratación; es una "contratación entre ausentes", conectados por medio de una red de ordenadores, dispersos geográficamente, en donde se introducen las órdenes. La difusión informativa del mercado se da en tiempo real a través de las redifusoras³, con lo cual se pueden conocer al instante las diferentes posiciones compradoras o vendedoras. En el momento de la contratación, las órdenes se hacen efectivas gracias a los operadores "miembros del mercado"⁴ que las introducen en el ordenador desde las diferentes entidades financieras. Aquellos bancos o entidades financieras que no sean miembros del mercado deben canalizar sus órdenes a través de un *broker*⁵ de otra entidad. Todas las operaciones y su evolución se siguen a través de los diferentes sistemas de información y difusión –como el *reuter*– o las páginas oficiales del mercado. Los corredores que no tienen acceso a los ordenadores del mercado reciben la información del movimiento del precio y el volumen de las acciones con unos segundos de retraso.

Resumiendo y simplificando, toda negociación hecha en el mercado continuo debe cumplir, al menos, con los siguientes pasos:

- a) El agente de Bolsa, después de analizar todos los informes y previsiones tanto de las empresas como de los mercados, se pone en contacto telefónico con sus clientes para hacerles llegar las recomendaciones del día, es decir, para aconsejarles qué valores deben comprar o vender.
- b) Una vez convencido, el cliente da su orden y el corredor se pone en contacto con otros corredores para negociar la venta o la compra del paquete de acciones.

³Las redifusoras son las agencias de información como *Reuter* o la pantalla de información oficial del mercado continuo, que transmite en tiempo real todas las operaciones que se realizan en cualquier Bolsa española.

⁴Las Agencias de Valores miembros del mercado son aquellas que pueden ejecutar directamente sus operaciones en el sistema informático de la Bolsa española sin necesidad de acudir a intermediarios.

⁵El término inglés *broker* designa no sólo al trabajador de la Bolsa, sino también a las Agencias de Valores que no forman parte de un banco y que son miembros del mercado.

En este punto entra en juego la habilidad del agente para negociar y conseguir el trato más conveniente a los intereses de su cliente.

- c) Una vez cerrada la negociación con la compra o venta del paquete, el agente llama a su cliente para confirmarle el cierre de la operación.

2. CONTEXTO EXPRESIVO

En la negociación bursátil, el hablante no cuenta con un referente escrito, lo que se dice –el propio discurso– pasa inmediatamente a constituirse en contexto. Hablamos de un contexto que se genera con el propio discurso y entre las mismas palabras que construyen el intercambio. De ahí la importancia de conocer los dos sistemas de contratación para entender el valor que adquiere el lenguaje con la llegada y el predominio de la contratación informatizada. En este punto, analizaremos algunos aspectos que englobaremos en el *contexto expresivo*, como son el manejo especializado que el corredor hace del sistema de la lengua, la importancia que tiene para los corredores compartir y mantener activos el conocimiento enciclopédico, el tema del mensaje y el *contexto verbal inmediato*.

En la contratación telefónica, la palabra (y no el gesto) se antepone al documento escrito, ya que toda operación se realiza de forma oral, generalmente por teléfono, sin la necesidad (inmediata) de un documento que garantice la legalidad de la operación. Para el corredor, hablar es siempre actuar; su palabra se convierte inmediatamente en acción, ya que es a través de la palabra como se concretan y avalan todas las operaciones (compra o venta de productos financieros). Al sustituir la palabra al gesto, el corredor se ve en la necesidad de reelaborar rápidamente su código lingüístico, basado, casi por entero, en el lenguaje corporal. En el antiguo parqué, al *barandillero*⁶ le bastaba con levantar un dedo para que su interlocutor entendiera e hiciera efectiva la operación. En la contratación telefónica, el corredor no cuenta con las ventajas de la contratación cara a cara, así que debe echar mano del sistema lingüístico que hasta hace poco le había servido para comunicarse fuera de su entorno profesional y adaptarlo a las necesidades de la nueva situación comuni-

⁶ Persona situada en la barandilla del parqué, interesada en las negociaciones bursátiles de viva voz.

cativa. Los gestos son sustituidos por equivalentes lingüísticos, como por ejemplo, la palabra "tomar" que viene a suplantar el gesto de atraer un determinado número de dedos (número de acciones en unidades de diez o mil) hacia el rostro del emisor. Con estos signos, el antiguo y nuevo corredor indican al operador que aceptan (que compren) las acciones, en los términos en que se han negociado. El lenguaje hablado va más allá, y sintetiza "tomar" con el posesivo "míos".

ANSELMO: ¡Hola Rafa!
 RAFA: ¡Qué hay!
 ANSELMO: Oye/ me ofrecen veinte mil populares/ todo o nada/ a veintisiete tres
 RAFA: ¿Firmes?
 ANSELMO: Sí
 RAFA: ¡Míos!

(A-21)

Como se puede intuir en el ejemplo anterior, si para la comunicación coloquial ordinaria es importante un conocimiento compartido del *contexto sistemático* (por parte de los hablantes), es decir, del sistema de la lengua, en la comunicación bursátil se suma un estilo particular o especializado de manejar dicho sistema. De tal manera que a un hablante competente del español estándar le sería imposible entender las expresiones habituales de una mesa de contratación, ya que el hablante posee (para cada situación comunicativa, más o menos ritualizada) un conjunto de elementos significativos y de códigos expresivos que adquiere gracias a su experiencia en circunstancias precedentes y que utiliza de forma consciente o inconsciente. Esta experiencia en el uso de un determinado lenguaje es lo que se denomina "competencia de género". Precisamente, gracias a esta competencia, el hablante elige y organiza los medios lingüísticos de su discurso.

Titov aplica la definición de género al estilo científico y nosotros la inscribimos en el estilo bursátil:

Género es una categoría textual con la cual designamos tipos de textos utilizados en una determinada esfera de la comunicación y acabados en cuanto a su temática y sentido que tienen una intención comunicativa y función pragmática típica y que se destacan por su estructura formal y rasgos lingüísticos típicos (1992: 140).

El género es producto de la combinación de una serie de factores extralingüísticos y categorías textuales, de los cuales la intención comunicativa del hablante es el factor extralingüístico más importante, ya que determina los principales rasgos del género.

El rasgo más característico de la comunicación entre corredores es el abandono del lenguaje técnico financiero en favor de la “jerga bursátil”. En virtud de este cambio de registro, reelaboran y recrean el lenguaje ordinario para introducir nuevas palabras o adaptar otras del uso coloquial a los contenidos bursátiles con el fin de completar una carencia en el sistema, tanto de la lengua común como de la lengua especializada. Esta recreación del lenguaje responde a la necesidad de disponer de significantes nuevos que ya cuentan con otros en el vocabulario técnico. Por ejemplo, el uso de la sinécdoque *papel*, que sustituye, en la mayoría de las emisiones registradas, a la palabra *acciones*. La palabra *dinero* sustituye a la palabra “demanda”. Así, si un corredor tiene “dinero” significa que quiere comprar y necesita “papel”.

ÁLEX: ¿Qué no hay papel? <no>/ ¿y dinero?

ÁLEX: A nivel de cuarenta y seis hay dinero/ espera un segundo (A ALGUIEN EN LA MESA)
¿Cuánto dinero hay/ ah ah límite para arriba cuarenta y siete hay dinero/ ¿eh?

(A-9)

Estas creaciones superan a los tecnicismos por su expresividad, síntesis y exactitud informativa.

Un rasgo complementario de este proceso es la *intertextualidad*, que permite a los hablantes incorporar a su diccionario de uso, generalmente con intenciones humorísticas, frases de la publicidad, del cine, de la televisión o de la música que puntualmente circulan en los medios de comunicación. Ejemplo de esto es la adaptación de la frase “Huston, tenemos un problema” de la película Norteamericana *Apolo XII* para significar que un corredor tiene problemas con algunas de sus negociaciones o que el índice del mercado está cayendo.

En el lenguaje bursátil encontramos, por un lado, términos unívocos y estables, y por otro, una gran flexibilidad expresiva que da cabida a enunciados con una vigencia temporal. Este constate cambio o renovación hace indispensable para la competencia lingüística de los hablantes conocer el contexto temático y el contexto verbal inmediato.

En suma, la presencia del *contexto sistemático* como sustrato cognitivo es lo que garantiza la comprensión y, en definitiva, la comunicación frente a recursos habituales en la Bolsa como la síntesis expresiva, la improvisación formal, la especialización léxica, entre otros.

Junto al conocimiento del especial estilo del lenguaje bursátil, también es importante que los hablantes compartan el *contexto temático*, ya que proporciona al corredor las referencias necesarias que le permiten determinar qué información manejan sus interlocutores tomando como referencia lo dicho antes, durante y después de la sesión. Es decir, el tema es la primera y fundamental referencia que une a los interlocutores y los mantiene en constante comunicación.

Los temas más frecuentes en la comunicación bursátil están relacionados con los valores que más se negocian (su cotización, posible evolución, índices que les afectan, etc.), con el movimiento del mercado (al alza, a la baja, tranquilo, nervioso, etc.) y con las noticias político-económicas que pueden ir generándose a lo largo de un día de sesión. Dicho contexto tiene una vigencia más o menos efímera, de semanas, de días o incluso de horas.

Como podemos ver en el siguiente ejemplo, el corredor, apoyándose en el conocimiento compartido del tema, omite el nombre de las acciones y las cifras completas, omisión que no dificulta al interlocutor, en virtud de la información previamente compartida, descodificar correctamente la información y hacer efectiva la orden.

ANA: Dígamelo
ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
ANA: ¿Perdona?
ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
ANA: Pues ahí te pongo
ESTEBAN: ¡Venga! (ruido de las teclas del ordenador)
ANA: Ahí estás

(A-2)

Tanto el contexto temático como el verbal inmediato son los que más referencias aportan a los hablantes durante la contratación, sobre todo el segundo, ya que contiene toda la información de última hora necesaria para la comprensión de las diferentes órdenes que

se van generando durante la sesión. Es frecuente que estas órdenes se expresen en forma de enunciados elípticos que pueden ser comprendidos, cumpliendo así su función comunicativa, gracias al contexto verbal previo que permite recuperar los elementos informativos omitidos. Estamos hablando de oraciones incompletas que dependen, para su comprensión, de los enunciados verbales ya expresados en anteriores comunicaciones. La información que aportan dichos contextos se renueva con cada sesión y se va generando minuto a minuto, es decir, todo lo que se dice se convierte inmediatamente en contexto verbal necesario para una próxima y generalmente inmediata comunicación.

Ambos contextos suelen conformarse antes de la apertura de la sesión, momento en el cual los corredores repasan con sus analistas nacionales y extranjeros las previsiones en la evolución de las empresas y el posible comportamiento del mercado. Posteriormente, el corredor se pone en contacto con los clientes para darles las recomendaciones del día, y con los operadores miembros del mercado para informarles de las operaciones (órdenes de compra y venta) previsibles durante la sesión.

Intentaré resumir un ejemplo de cómo el conocimiento del tema y sobre todo de lo dicho antes de la sesión son básicos para la comprensión de posteriores comunicaciones. En una primera comunicación en la que participan simultáneamente cuatro interlocutores y que se lleva a cabo en horas de la preapertura, un operador (Juan) le ordena a sus agentes (Pepe y Jaime) la compra de una cantidad determinada de acciones a un precio concreto. El agente (Jaime) se pone en contacto con un tercero (Teresa) para intentar conseguir las acciones (Obrascones) que le demanda Juan. A Teresa le es imposible dar una respuesta inmediata, así que el resultado queda a la espera.

JAIME: ¿De qué?

PEPE: Los Obrascones a mil cuatrocientos/ que si se los venderías

JAIME: ¿Quién me lo dice eso?

PEPE: Juan de Goldman

JAIME: ¡Juan de Goldman!/ espera un segundo que llamo/ que esperen en línea, que no se vaya (PAUSA LARGA)

(AL TELÉFONO, POR OTRA LÍNEA)

¿Teresa?/ eeh/ te voy a contar una cosilla/ tengo un loco que me compra dos mil Obrascones, a mil cuatrocientos

PEPE: ¡Que habría posibilidades! (A JAIME UN COMPAÑERO DE MESA)

TERESA: ¡Ah! eso está muy bien/ espera que eso se lo tengo que consultar al cliente

JAIME: ¡Bien!// les arreglamos el día ¿o no?

Teresa: En cuanto salga Jorge de una reunión/ te contesto

JAIME: Venga // (A PEPE) ¿Lo tiene firme o no?

PEPE: ¿Está firme? (A JUAN DE GOLDMAN)
 JAIME: De todas maneras es que/ vaya liquidez de/ de valor, macho// (DIRIGIÉNDOSE A LOS QUE ESTÁN EN LA MESA)
 TERESA: (())
 JAIME: Dime
 PEPE: Que no es en firme/ pero con bastante posibilidades/ porque es que está el cliente al teléfono
 JAIME: (A TERESA) Oye es que tenemos al tío al teléfono
 PEPE: Que está con bastantes posibilidades// que lo más seguro es que lo crucen (A JAIME)
 TERESA: Que no puede salir de la reunión / en cuanto salga te contesto
 JAIME: Venga/ estupendo/ gracias/ (CON PEPE) ¡oye!, ahora contestamos/ es que ha estado hablando con Jorge y no está

(A-19)

En una segunda comunicación que busca, aproximadamente una hora después, aclarar los términos de la operación, sobre todo la cantidad de acciones que se desean comprar, así se vale de ese conocimiento compartido generado en la primera conversación, para omitir una serie de información dada y sintetizar, así, el enunciado.

JAIME: Juan/ ¿cómo cuántos tomaría este hombre?
 JUAN: (())
 JAIME: Ramón/ ¡qué pasa! (POR OTRA LÍNEA)/¿una partidita?/ y no nos comemos una rosca/ ja // ya/ ya/ vale/ vale mira el problema está, en quee estee, Lefort/ que son tuyas/ ¿eh?/ está metido en una reunión, ahora mismo me llama/ eeh/ de momento sabes que teníamos más/ tres cuatro cinco/ entonces/ este hombre, ¿tú crees que tomaría?(PAUSA LARGA)
 RAMÓN: Sí/ casi seguro
 JAIME: Vale/ más más grandes no <sí>/ vale/ bueno/ yo en cuanto lo consiga/ y me llame Juan/ le comento la situación/ eh/ y te doyyy (()) venga/ gracias socio/ hasta ahora.

(A-19)

Como se puede observar, se omiten, por ejemplo, el nombre de las acciones, la cantidad que pretenden negociar y la situación de la negociación de dichas acciones en el mercado. Otro fenómeno (presente en el ejemplo) común en las negociaciones bursátiles es el de ocultar el número exacto de acciones que se desean comprar o vender. Esta estrategia busca no condicionar la negociación en contra del propio interesado, ya que el número de acciones influye en el precio final.

3. CONTEXTO PRÁCTICO U OCASIONAL

Otro aspecto tan importante como el contexto temático es lo que en la clasificación de Ana M. Vigara (1992) se denomina *contexto práctico u ocasional* y que engloba la si-

tuación (unidad espacio-temporal), el estado psicológico ocasional de los hablantes y las claves paralingüísticas concurrentes en el momento de la comunicación.

Comenzaremos por describir el entorno físico, el lugar donde se desarrolla la labor bursátil, que, a diferencia de lo que ocurre en la comunicación ordinaria, es siempre el mismo. En la actividad diaria, la comunicación bursátil se desarrolla en el *dealing* o mesa, durante un lapso de tiempo que va de la preapertura al cierre del mercado. *La mesa de contratación* (*pecera, front-office, dealing, sala*) es el término que designa tanto al equipo técnico (ordenadores, teléfonos, grabadora, fax....) como al humano (operadores, vendedores). Este espacio se amplía gracias a las líneas telefónicas que permiten a los corredores acceder a otras mesas tanto nacionales (Barcelona, Valencia, Bilbao) como extranjeras (la de Londres, la de París, la de Nueva York, ...). Dentro de la mesa, cada individuo cuenta con un espacio reducido que comparte con varias pantallas de ordenador, teclados superpuestos, auriculares, un micrófono (*karaoke*) y máquinas calculadoras. En el entorno del corredor no existe la privacidad; todo está controlado, ya sea a través de las paredes de cristal de la mesa o del registro de las conversaciones, tanto laborales como privadas, que hace la grabadora central. Todo este control intenta evitar el equívoco y, sobre todo, el fraude.

En este entorno, existe otro espacio más determinante para la labor bursátil; el monitor del ordenador. Es en ese reducido y críptico espacio donde el operador pone sus ofertas (dinero) o demandas (papel). El tiempo está determinado por el movimiento de las cifras, que pueden oscilar violentamente, pueden permanecer estáticas o pueden fluctuar de un lado a otro. Ambos espacios se repiten casi exactamente en todas y cada una de las mesas nacionales y extranjeras. Esta coincidencia facilita la síntesis lingüística cuando el hablante debe hacer referencia a los elementos de su entorno. Por ejemplo, la palabra "ahí" basta para que el corredor entienda que su interlocutor se está refiriendo a una posición concreta en la pantalla oficial del mercado.

NACHO: ¿Vamos a ver qué pasa macho?/ sigo con oferta de ahí, al ochenta ¿eh?// tú es que estás jodido **ahí**/ porque tienes un ocho uno, tío/ el cliente/ ¿y qué te dice el tío?

(A-5)

En detalle, existen dos espacios físicos en la actividad bursátil: la mesa de contratación y la pantalla del ordenador; y varios espacios empíricos, como son las diferentes mesas con las cuales el corredor entra en contacto por vía telefónica.

En cuanto a la unidad temporal, una jornada de trabajo en la mesa de contratación se divide en tres períodos más o menos diferenciados: momento de preapertura, sesión y cierre. El período que precede a la sesión bursátil sirve para que el corredor estudie los informes de los analistas, se ponga en contacto con sus clientes para hacerles llegar las previsiones del día, recoja las órdenes de compra-venta y aclare con otros corredores las estrategias que seguirán durante la sesión. El momento de cierre sirve para liquidar administrativamente las operaciones del día, hacer una evaluación de los resultados con clientes y operadores, y analizar las posibles consecuencias que la sesión del día puede tener en sesiones futuras. Toda esta información pasa a formar parte del contexto temático necesario en la sesión o sesiones siguientes.

Estos períodos (apertura y cierre) suelen tener un ritmo más o menos tranquilo, ya que el mercado está cerrado y los corredores cuentan con algo de tiempo para el estudio de las posiciones y de las estrategias de negociación. Estamos hablando de un discurso que no siempre se da entre hablantes habituales de la Bolsa, sino también entre éstos y sus clientes particulares ajenos a la jerga bursátil, con lo cual se hace necesario usar un discurso que abandone el léxico y las estrategias propias del lenguaje entre corredores (en la contratación), para adoptar otras que toman en cuenta las limitaciones del cliente. Es un discurso en el que el corredor echa mano de los términos técnico-financieros, de los actos de habla indirectos y de las estrategias comunicativas relacionadas con la vertiente social, como la cortesía, casi siempre con el fin de mitigar la imposición de su criterio negociador. Aspectos en los que profundizaremos en siguientes capítulos.

Durante la sesión, los corredores se centran en la contratación, es decir, en la compra y venta de productos financieros (acciones, bonos, obligaciones, futuros, etc.) y en el seguimiento en las pantallas de la evolución de dichos productos. Es un discurso sintético, elaborado al calor del ritmo acelerado del mercado y fuertemente condicionado por las necesidades específicas de la comunicación: emitir un mensaje claro y preciso, rápidamente decodificable por los diferentes interlocutores. Durante la sesión, el hablante tiene menor disponibilidad del tiempo de estructuración del mensaje.

Resumiendo, hablamos de un lenguaje condicionado por el movimiento del mercado: en un día de calma, se produce un discurso donde se negocian con cierta tranquilidad los términos de una operación; en un día de caos, el corredor se limita, sin posibilidad alguna de reflexión, a ejecutar las órdenes. Las informaciones obtenidas no se infieren ni se interpretan, se ejecutan; es un acto casi reflejo, en el cual no hay tiempo para rutinas verbales como la cortesía, rutinas con las cuales, por otra parte, nadie cuenta.

La forma cómo se comporta el mercado en los distintos períodos antes mencionados no sólo condiciona el tipo de lenguaje, sino también el estado *psicológico ocasional* de los hablantes. Es frecuente que exista una identificación plena entre el estado emocional de los corredores y este comportamiento. La Bolsa es un ente vivo que se mueve, lenta o rápidamente, que duda, que se estanca o que se pone nerviosa. Esta fuerte y decisiva influencia del movimiento de la Bolsa en el ánimo de los hablantes se hace patente en el lenguaje a través de la utilización constante de las personificaciones.

RAFA: Mira/ sube París/ Frankfurt, va a terminar subiendo/ Londress/ no/ Londres todavía bajaba un punto/ (CAMPANA DEL REUTER) nada, vaya/ mucha (()) que ayer/ para lo que lleva/ dice el tío y sube más/ Francia sube, pero bastante menos que esta mañana/ coño se animan las ADR/ ya era hora//y Acerinox paradójicamente, macho/ hundida

(D-12)

Debemos tener muy claro que la mesa de contratación es un ambiente de fuertes contrastes que oscila de la calma al caos, de la euforia a la desesperación. En el transcurso de una misma sesión, el corredor está sometido a una gran tensión, debe tomar decisiones rápidas y acertadas, ya que juega con grandes cantidades de dinero ajeno que pueden perderse o multiplicarse en minutos. Esta circunstancia psicológica contribuye, entre otras cosas, a la abreviación y a la improvisación formal. El corredor de Bolsa actual ya no corre detrás de los operadores del parqué, sino que apura su discurso hasta los límites de la comprensión. Es evidente que a más tensión, mayor es el esfuerzo de síntesis, menor es la atención que presta el corredor al lenguaje y, por tanto, más necesario es el enriquecimiento pragmático del enunciado. De modo que, ante las oscilaciones violentas del mercado, sólo un conocimiento total y compartido del tema, de la evolución de la contratación, de las intenciones del intercambio y de las creencias de los hablantes puede propiciar una correcta interpretación del mensaje. En definitiva, es necesario un conocimiento completo de las reglas del género y del contexto.

Si la relación entre el comportamiento del mercado y sus trabajadores es casi simbiótica, la relación de los trabajadores entre sí suele ser continua e intensa, al punto que no necesita ser renovada con cada futuro intercambio. Por otra parte, en las comunicaciones entre corredores se hacen innecesarias las estrategias tendentes a mantener una correcta interacción, ya que los frecuentes conflictos están previstos y no ponen en peligro la fluidez del intercambio.

Si el lenguaje del corredor se ve condicionado por el ritmo del mercado, para entender la función que cumplen los elementos paralingüísticos en la comunicación bursátil es importante recordar el paso de la contratación a viva voz a la contratación telefónica. Como hemos apuntado atrás, con este cambio, el corredor pierde una serie de herramientas que le eran imprescindibles en el parqué, donde el gesto tiene un poder comunicativo superior al de la palabra. El hablante del mercado continuo no tiene frente a sí a su interlocutor, así que no puede valerse de los recursos comunicativos que proporciona la gestualidad. Esta imposibilidad hace que el hablante use y abuse de recursos fonéticos habituales en el lenguaje coloquial como son las pausas, las variaciones de tonos, los cambios bruscos de ritmo y velocidad, las repeticiones léxicas y las interjecciones a modo de tics lingüísticos (*¿sí?, ¿no?, mmm, ¡macho!, ajá, ya, ¿eh?, vale...*), estos últimos con el fin de reforzar la función fática que ha dejado vacía el gesto.

ANSELMO: ¡Esterban!
 ESTEBAN: ¿Quién eres?
 ANSELMO: Anselmo
 ESTEBAN: Dime, Anselmo
 ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto
 ESTEBAN: Nada macho/ me están pagandooo/ el seis cinco, ahora mismo
 ANSELMO: ¡**Joder!**
 ESTEBAN: Es que le está pegando una leche de cojones
 ANSELMO: ¿Qué hacemos?
 ESTEBAN: Con lo qué tú quieras
 ANSELMO: No joder pero/ orientame un poco, **macho**
 ESTEBAN: Yo creo que va a recuperar
 ¿: Aló, te estoy dando a setenta (VOZ FEMENINA DE FONDO QUE HABLA EN LA MESA)
 ANSELMO: ¡**Aaah!** (miedo)/ vale perdóname/ vamos a esperar/ venga, vale
 ESTEBAN: Venga/ hasta luego.

(A-8)

En el ejemplo se observa claramente la tensión nerviosa que domina al hablante A, al ver que tiene un grupo de acciones que bajan rápidamente. El uso del lenguaje soez y la entonación que hace de la interjección *¡aaah...!* viene a reforzar la información sobre el

estado emocional del hablante, importante, en este caso, para que su interlocutor comprenda la gravedad de su situación. El uso de este tipo de interjecciones también sirve para el momentáneo desahogo emocional de un hablante frecuentemente sometido a situaciones de fuerte tensión. Como muestra el ejemplo, las interjecciones, muy habituales en el lenguaje bursátil, son verdaderos indicativos de la subjetividad de los hablantes. A este respecto podríamos poner un sin fin de ejemplos:

MANOLI: Estás como mejor oferta // está doce a dieciocho/ le han dao al doce/ no le dejan respirar, ¿eh?

LUIS: Bueno/ tampoco hay demasiado volumen ¿no?

MANOLI: No no no no/ no hay volumen // le dan hasta el diez otra vez / ¡hasta el siete han dado!

LUIS: ¡JO/ DEEER!

(A-7)

JOSE: Aaal/ setenta y nueve veinti cinco <ajá>/compramos, treinta kilos

JESÚS: O sea entonces/ vamos a ver/ compramos treinta kilos a treinta y nueve veinticincooooo/ del ocho veinte, ¿no? <ajá>/ pues venga/ están puestos

JOSE: Vale

JESÚS: Vale

(A-12)

4. CONTEXTO IMPLÍCITO

Para terminar, estudiaremos algunos elementos del *contexto implícito*, que nos interesa destacar por su directa influencia en la comunicación bursátil. Ana M. Vigara define el contexto implícito como aquél que "subyace de fondo no sólo en todo acto comunicativo –coloquial o no–, sino seguramente en cualquier comportamiento humano"(1992: 338).

Dentro de los contextos descritos en este apartado, nos interesa sobre todo el papel que juega la diferenciación jerárquica de los trabajadores de la mesa y la incidencia de los sucesos históricos, tanto mundiales como nacionales, en el comportamiento de los mercados.

Como en casi toda actividad profesional, los individuos suelen diferenciarse por su jerarquía o por la labor concreta que desempeñan dentro de la empresa. En la mesa de contratación bursátil hay dos tipos básicos de profesionales:

- a) El operador que se encarga de ejecutar a través de los corredores miembros del mercado (Sociedades y Agencias de Bolsa) las diferentes órdenes de compra-venta solicitadas por los clientes. A este trabajador se le denomina *dealer* (negociador) y suele tener la más baja jerarquía, ya que su capacidad de decisión es limitada. Sin embargo, su labor es fundamental para el desarrollo y cierre de una buena operación, ya que es él en parte quien decide en qué momento exacto se deben colocar en el mercado las ofertas (de compra o venta).

- b) El segundo profesional se encarga de la captación y el seguimiento diario de las inversiones de los clientes que tiene a su cargo. A este profesional se le denomina *sale* (ventas) y suele tener un alto estatus dentro de la mesa, ya que se encarga de decidir el plan de inversión que se seguirá en todas y cada una de las sesiones. Con esto quiero decir que el *sale*, después de estudiar los informes de los analistas sobre las diferentes empresas y de repasar las previsiones económicas de los diferentes mercados, decide qué valores deben comprarse, venderse o recomendar durante la sesión. Este tipo de profesional suele ser el Director de la mesa, a cuyo cargo y orden están los *dealer (juniors)*. Por encima de ambos estaría el Director del Departamento de valores, que no suele formar parte de los hablantes de la mesa.

El *sale* tiene como interlocutor más habitual a los diferentes clientes a los cuales recomienda los valores que deben ordenar comprar o vender a los *dealer* en la sesión o sesiones sucesivas. De ordinario, el ventas (*el sale*) no se encarga de la contratación, sino del *marketing* y del asesoramiento, si bien sabe y puede desempeñar perfectamente ambas funciones. Este tipo de corredor actúa sobre todo al inicio o después del cierre de la sesión, momentos en los cuales desarrolla su actividad específica con mayor tranquilidad. Durante la sesión bursátil se dedica a controlar el movimiento de los valores y supervisar el trabajo del *dealer*. Estos últimos utilizan, con mayor frecuencia, un lenguaje sintético, ya que se limitan a recibir y hacer efectivas órdenes de compra o venta de acciones. Su interlocutor habitual es otro operador con el cual comparte el mismo estilo de lenguaje.

A diferencia de lo que ocurre con el tipo de trabajo y el papel que desempeñan los diferentes corredores –más que las jerarquías– que sí influyen en la selección de las estra-

teguas, el origen social y el grado de educación de los hablantes no suele ser un factor que tenga mayores consecuencias ni en las relaciones laborales ni en el lenguaje. La división técnica del trabajo da lugar a los lenguajes especializados o jergas profesionales, en los cuales, al menos en su mayoría, las variedades diatópicas tienen poca influencia sobre las expresiones lingüísticas. Las variedades geográficas del castellano y las variedades sociales o sociolectos no tienen influencia entre hablantes que realizan una misma labor y que comparten iguales objetivos. En este caso, el principio de cooperación priva sobre otros factores o estrategias.

Un factor contextual que sí es determinante para la comunicación bursátil es el de las circunstancias históricas, tanto nacionales como extranjeras, que puntualmente se suceden, sobre todo las político-económicas. Dichas circunstancias condicionan de forma directa e inmediata la labor del corredor, el tipo de lenguaje y las estrategias comunicativas que emplea. En ocasiones, el hablante detiene sus posiciones en espera de una noticia que marcará el curso de sus operaciones.

Sucesos históricos como, por ejemplo, las guerras, los cambios de gobierno, el clima, las declaraciones diarias de los políticos, los índices de paro, la estabilidad política de las grandes potencias, etc., influyen directamente en el comportamiento de los inversores y, por tanto, de los mercados financieros. Pongamos un ejemplo: si a un partido político se le considera, de antemano, ganador –sobre todo por los empresarios– en unas elecciones y pierde, o no obtiene la mayoría absoluta, al día siguiente es casi seguro que baje el índice de la Bolsa. Otro ejemplo: las declaraciones poco afortunadas de un ministro de economía que duda de las posibilidades que tiene un determinado país de llegar a la cita de Maastrich pueden provocar una reacción "inmediata" de pánico entre los inversores, que correrían a vender la gran mayoría de los valores que tienen colocados, cosa que provocaría la caída en picado de la Bolsa. De esta manera, los sucesos políticos y económicos proporcionan al corredor una serie de códigos de conducta (de los mercados) que permanecen implícitos y que se actualizarán en el momento en que la situación así lo requiera.

RAFA: Mira esto macho/ que cada vez que sube el número de parados, la gente de Walt Street se frota las manos (RISAS)/ y los pasaban a cuchillo

ALBERTO: No/ yo laa/ esta mañana/ mi impresión personal, era menos veinte a más cinco/ el cierre de hoy

ALVARO: Pues como el dato de Nueva York salga bien/ te envainas la opinión

(C-1)

Si bien el contexto histórico condiciona las estrategias puntuales de la comunicación, hay algunos factores que contribuyen, por otra parte, al hermetismo de la frase, como, por ejemplo, "el horizonte perceptible en la comunicación" (contexto físico) y "el estado de cosas conocidas por los hablantes" (contexto empírico) (Vigara, 1992: 340).

En la Bolsa, los corredores hablan y negocian cosas que no tienen una entidad física, son abstracciones. Las acciones o valores no son cosas tangibles, son conceptos asociados a cifras, a cantidades que suben o bajan en una pantalla. Esta falta de corporeidad de muchos de los referentes a los que hace referencia el corredor en sus conversaciones dificultan la comprensión de los mensajes para aquellos hablantes ajenos a la mesa. El horizonte de la contratación bursátil empieza y termina en un monitor que tiene como únicas coordenadas una serie de listas con cifras que pululan con mayor o menor rapidez. La mayoría de los lugares que constituyen la geografía empírica del corredor sólo existen en la realidad de las estadísticas, los gráficos, las pantallas de los diferentes parques del mundo o las páginas de los análisis bursátiles.

Si sumamos a esta intangibilidad la síntesis del lenguaje que sirve para nombrarlos, nos encontramos con un discurso prácticamente en clave, cuyas expresiones lingüísticas necesitan de un complejo proceso de decodificación que pasa necesariamente por un conocimiento total del contexto general, de la situación comunicativa y, por supuesto, del particular y especializado código lingüístico y expresivo.

ANA: Dígame

PEDRO: ¿Hola?

ANA: ¡Hola!

PEDRO: Oye Ana/ vamos a ver/ Sarrió/ conmigo dos mil titulillos me lo dejáis lo mejor que pueda.

ANA: Estupendo

PEDRO: Vale

ANA: Vale

PEDRO: Gracias.

(A-18)

Creemos que el ejemplo anterior explica por sí sólo la abstracción de los referentes del lenguaje bursátil. Intentaremos explicar dichos referentes: "Fuerzas" es la palabra que utilizan los corredores para diferenciar la semejanza fónica que hay entre el nombre de dos empresas, FECSA y CEPSA, esta última, llamada, con el mismo fin diferenciador, "Petróleos". La palabra "conmigo" indica que el corredor (Pedro) tiene una posición vendedora, es decir, que tiene acciones de FeCSA que desea vender. Se refiere a las acciones como "titulillos", ya que un paquete de dos mil no debe de ser demasiado grande en comparación con otros de mayor volumen; de todas maneras, los diminutivos son muy frecuentes en el lenguaje de los corredores. La expresión "me los dejáis lo mejor que puedas", muy común en la Bolsa, se refiere a la recomendación que le hace Pedro a la operadora de poner en pantalla su oferta de venta al mejor precio posible dentro de la cotización del mercado, esperando que alguien las compre.

Hemos intentado poner de relieve el papel que tienen los diferentes contextos en la comunicación bursátil y cómo adquieren reflejo en algunos fenómenos lingüísticos de carácter general.

Creemos que ha quedado claro que sólo un hablante de la Bolsa distingue con precisión los términos propios de su labor. Los significantes correspondientes a campos especializados, en este caso el bursátil, sólo adquieren sentido dentro de un sistema, es decir, que no son patrimonio de la comunidad lingüística. Dicha especialización se produce al eliminar, en el uso concreto del término, cualquier posibilidad significativa que no sea la requerida en su oportuna y especial utilización. Con frecuencia, estos términos tienen la forma de un vocablo perteneciente al léxico general al que se le ha asignado un significado unívoco para su empleo en una situación y en un contexto comunicativo concreto. Esto determina que sea imposible acceder a su significado si no se conocen las condiciones contextuales que determinaron y propiciaron su especialización.

A este hermetismo léxico debemos sumar una improvisada organización formal alejada, casi siempre, del orden estructural "lógico", y una condensación y síntesis de la frase que en ocasiones llega hasta la más mínima expresión posible sin, por ello, poner en peligro ni la comprensión del enunciado ni su función comunicativa. La clave de esta comprensión está en que tanto el hablante como el oyente reconstruyen el contexto; el

hablante el del oyente y éste el del enunciado. El hablante calcula lo que sabe el oyente y elabora su enunciado de modo que esté sustentado en esa información. A su vez, el oyente parte del enunciado para crear, ayudado de lo que sabe, el contexto óptimo que le llevará con mayor rapidez y eficacia hacia la comprensión del mensaje. En pocas palabras, ser pertinente.

5. LOS REGISTROS DEL LENGUAJE BURSÁTIL

Al igual que el hablante común, el corredor bursátil no hace un idéntico uso del lenguaje en las distintas situaciones comunicativas que se le presentan. Las circunstancias que rodean la comunicación coloquial o informal son múltiples y en ocasiones imprevisibles, mientras que en la comunicación bursátil están más o menos identificadas y controladas. No es lo mismo para un corredor intentar convencer a un cliente de que compre un número determinado de acciones, que negociar (y hasta regatear) con otro corredor la compra del mismo paquete de acciones a un precio determinado. Son dos situaciones diferentes que requieren estrategias discursivas diferentes.

Como hemos apuntado, la noción de registro está relacionado con la posibilidad que tiene el hablante de escoger entre un conjunto de rasgos pertenecientes a diversos planos del lenguaje (fonéticos, léxicos, morfológicos, sintácticos, etc.) que se activan según el contexto de la situación en que se encuentra el hablante y las puntuales necesidades comunicativas. En definitiva, son simples acomodaciones o ajustes del habla a la situación en que se realizan.

En la comunicación bursátil conviven tres tipos de registros que responden a situaciones comunicativas bien diferenciadas: *el análisis, la contratación y las ventas*. Aunque aludiremos al primero, nuestro trabajo se centrará en los dos últimos registros, ya que el análisis ha sido suficientemente estudiado en el campo del lenguaje económico-financiero. Además, nuestro interés se centra específicamente en el lenguaje hablado en la mesa de contratación por los corredores.

5.1. EL ANÁLISIS FINANCIERO

Cuando hablamos de *análisis financiero* nos referimos a un informe técnico que realiza el *analista* con el fin de hacer un diagnóstico de la empresa o empresas cuyos valores cotizan en Bolsa y son objeto de negociación. Gracias al análisis, los corredores pueden estimar la situación exacta de la compañía, de un sector (eléctricos, tecnológico, de construcción, etc.), su grado de competitividad, la posible evolución de su cotización en el mercado y, en general, sus perspectivas socioeconómicas, financieras y políticas. En definitiva, hablamos de un *informe técnico escrito*, que se apoya en gráficos, modelos matemáticos, estadísticos y econométricos. Como registro se ajusta en todos sus rasgos a las características ya descritas del lenguaje técnico: neutralidad, concisión o economía lingüística, funcionalidad, sintaxis controlada, predominio de tecnicismos y utilización exclusiva del canal escrito.

El análisis (recomendación técnica) tiene su momento en el *morning meeting*, antes de la apertura del mercado. Nos referimos a una conferencia telefónica, en la que están conectadas entre sí varias *mesas* del mismo grupo financiero para escuchar (en inglés) el resumen técnico de los analistas con las recomendaciones de inversión. Son estas mismas recomendaciones las que posteriormente el corredor hace llegar a sus clientes. De ahí su importancia para la labor bursátil, ya que en él se apoyan las actuaciones del corredor a la hora de recomendar o negociar un valor. Sin embargo, no forma parte de las competencias directas del corredor, quien no posee los conocimientos teóricos ni estilísticos para su elaboración aunque sí para su comprensión. Dicho de otra manera, el corredor es competente a la hora de comprender la información técnica que aporta el análisis y al traducir dicha información en recomendaciones de inversión a sus clientes, pero no está cualificado enteramente para su elaboración ni forma parte de su responsabilidad profesional.

Al no ser el análisis financiero competencia directa de los hablantes de la Bolsa y al utilizar preferentemente el canal escrito⁷, está fuera de los objetivos de este estudio, centrado exclusivamente en el lenguaje oral.

⁷ A excepción de *las presentaciones*, en las cuales el expositor se limita a leer un guión escrito.

5.2. LA CONTRATACIÓN Y LAS VENTAS

Exclusivo y definatorio de la labor del corredor es el lenguaje utilizado en la *contratación* y en las *ventas*. Describiremos en qué consisten ambas actividades para entender a qué tipo de necesidades comunicativas debe adecuarse cada registro.

Con el nombre de *ventas* se designa la labor que realiza el *sale* (ventas) cuando, después de analizar la situación de las empresas que cotizan y del mercado con la ayuda de los analistas financieros⁸, intenta que sus clientes compren los productos financieros (acciones, bonos, futuros, etc.) que está recomendando. Dentro de la labor de ventas es importante también el asesoramiento constante que presta el corredor a sus clientes con el fin de mantenerlos informados sobre el desarrollo de sus inversiones y de negociaciones futuras. La labor del *sale* es básica para la agencia, ya que ésta obtiene sus beneficios gracias a las comisiones que recibe de sus clientes por hacer efectivas las operaciones a través de su mesa. En definitiva, la labor del *sale* se basa en la captación, canalización y asesoramiento de las inversiones de clientes tanto particulares como institucionales (compañías aseguradoras, empresas de gestión financiera, bancos, etc.) que reportarán a la agencia beneficios económicos en forma de comisiones.

Los interlocutores habituales son el corredor y sus clientes, que pueden ser o no hablantes competentes del "género bursátil". Este aspecto es básico en la selección por parte del corredor tanto del tipo de lenguaje como de las estrategias comunicativas. Lo más frecuente es que este tipo de intercambio se lleve a cabo entre un corredor y un cliente que, si bien maneja el lenguaje técnico financiero, no es un hablante habitual de una mesa de contratación.

En cuanto a su espacio temporal, el corredor suele aprovechar la calma de los momentos que anteceden a la apertura del mercado para repasar con los analistas las previsiones y las recomendaciones del día y para ponerse en contacto con sus clientes. El momento del cierre sirve para hacer con los clientes una evaluación de las operaciones realizadas y acordar algunas estrategias para la sesión siguiente.

⁸ Antes de la apertura del mercado, los corredores repasan con los analistas (nacionales y europeos), a través del *morning meeting* (coferencia telefónica), las empresas y valores que deben recomendarse a los clientes.

En resumen, en la situación comunicativa denominada *ventas* encontramos tres factores contextuales determinantes:

- a) El tipo de labor, asesoramiento, persuasión y captación de clientes
- b) El tipo de hablante, otro corredor o cliente, ajeno o no a las reglas del estilo bursátil;
- c) El espacio temporal, preapertura y cierre del mercado.

Con el nombre de *contratación* denominamos la labor que realiza el *dealer* cuando ejecuta una orden de compra o venta de un grupo de acciones. Una vez que el corredor obtiene la aprobación de su cliente para realizar una operación, debe ponerse en contacto con otros corredores, generalmente miembros del mercado, para buscar un paquete de acciones que comprar o un comprador para las acciones que desea vender. Una vez que entra en contacto con el corredor que tiene acceso a las acciones o al comprador, "regatea" el precio buscando beneficiar así los intereses de su cliente. Otra forma de contratación es colocar una oferta o una demanda en el mercado⁹ con el fin de que otros inversores se interesen por las acciones y entren a negociar.

El interlocutor habitual del corredor (*dealer*) en la contratación es otro corredor con el cual comparte el mismo lenguaje, los mismos conocimientos y las mismas circunstancias. En la comunicación entre corredores, los hablantes abandonan los rasgos más característicos del lenguaje técnico financiero en favor de una especialización del lenguaje coloquial.

La contratación sólo puede realizarse durante la sesión, mientras el mercado bursátil está abierto. El ritmo durante la sesión suele oscilar de la relativa calma a un clima de caos, en el que el corredor no tiene tiempo para la reflexión lingüística. Ya que ambos interlocutores se ven sometidos a los mismos condicionantes contextuales, existe entre los hablantes una conexión comunicativa perfecta.

⁹ El corredor miembro del mercado coloca en la pantalla del sistema continuo el precio en el cual desea comprar o vender y espera que inversores posicionados en cualquier mercado nacional o internacional se interesen por su oferta.

En resumen, en la situación comunicativa que denominamos *contratación* encontramos tres factores contextuales determinantes:

- a) El tipo de labor: venta o compra de acciones
- b) El tipo de hablante: corredores que comparten las reglas del estilo bursátil
- c) Espacio temporal, durante la sesión.

Un mismo corredor puede pasar de un registro a otro sin ninguna dificultad ni preparación previa. La mayoría de los corredores encargados de las ventas comenzaron su labor en la Bolsa contratando, así que manejan con naturalidad ambos registros. No así el *dealer*, que necesita un período de preparación y experiencia para conseguir ser competente en la modalidad de las ventas.

Para apreciar mejor las diferencias estilísticas de discursos generados en cada una de las situaciones comunicativas anteriormente explicadas, haremos una rápida comparación de dos textos obtenidos de la grabadora central de una mesa de contratación de Madrid en un mismo día de mercado.

TEXTO A (MADRID, AGOSTO DE 1995)

Hablantes: Luis, gestor de patrimonios, y Alfredo, corredor. La conversación gira en torno a la colocación de las acciones de Telefónica. Luis le pide a Alfredo que comience a preparar la colocación de Telefónica con el fin de informar a los clientes y asegurarse la venta de las acciones.

Javier: Sí

Nacho: ¡Hola!/ ¿oye?/ buenos días

Javier: Buenos días

Nacho: Oye/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso/ que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

Javier: Sí laa/ hombre es que estamooos/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ no es que no hagamos nada/ estamos ahí a ver siiii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí/ pues, oye/ ya habrá una nota, de análisis/ recomendandoo/ el valor/ yyy/ ya/ pues bueno/ tendremos la base suficiente/ como paraaa/ pues bueno/ pues ser activos en ese tema <pero>/ a mí también

me están llamando algunos aseguradores/ eeh/ pues/ eh porque es lógico/ el que, ha tomado ahiii/ posiciones asegurando/ pues/ no quiere quedarse con el papel <meh>/ eh/ y entonces eeh/ oye nos están llamando/ pueees/ varios de los aseguradores/ pues BBV/ la Caixa/ <en concreto, en concreto> pero eso eso es normal/ es decir/ porque ellos son aseguradores/ y se aseguran, yo qué sé/ pues cinco mil, diez mil kilos/ pues eeh/ antes de que se les adelante otro, pues tienen queee/ tomar posiciones

Nacho: Mira lo que pasa yo/ yo lo que creo que en esta situación/ nosotros tenemos que empezar a venderlo ya <je>/ entonces/ hay cosas que no se pueden saber/ cómo son las condiciones económicas <aje>/ inicial/ porque eso cuando, cuando venga vendrá <sí>/ no se puede saber la fecha porque todavía no se ha definido, no/ <aja/ no pero> por ejemplo/ yo lo que sí creo/ esto, Javier <mm>/ es que/ que lo que sí necesitamos de verdad ya/ o cuanto antes vamos <sí>/ es la nota de análisis <sí>/ porque por ejemplo

Javier: Y y/ también una notaaa/ acompañando el tema dee/ deee/ bueno pues deee/ cuándo van a ser/ o cuáles son las fechas tentativas <exacto>/ ¿eh?/ eeh

(C-2)

TEXTO B (MADRID, AGOSTO DE 1995)

Hablantes: Luis (cliente-corredor) le ordena a Manoli (miembro del mercado) la venta de diez acciones a 15 (decimal de alguna cifra entera que desconocemos). En ese momento Manoli está viendo en la pantalla que el precio baja de 15 a 10 (decimales), por tanto, no puede vender las acciones de Luis a 15. Posteriormente, los interlocutores siguen en sus pantallas la evolución del precio, del volumen y las reacciones de otros corredores. Al final, Manoli pone la oferta de Luis a 18, esperando que atraiga la atención de los compradores. Al bajar la oferta a 12, Luis vuelve a quedarse fuera.

LUIS: Véndeme a quince/ Manoli/ los diez

MANOLI: Están dando hasta trece/ hasta el once, están dando/ hasta el diez <mala leche> han dado/ diez a quince// cuando me lo estabas diciendo/ estaba viendo que estaban / diez a catorce (MUCHO RUIDO DE FONDO, VOCES Y PITIDOS)

LUIS: Jodé me sale ahora el diez/ fíjate

MANOLI: Once a catorce/ ahora

LUIS: Es que papel/ moza/ tampoco hay mucho ¿no? <no>/ porque catorce hay algo/ quince ná/ y luego salta a veinte/ ¿no?

MANOLI: Están comprando a catorce ahora/ están po, poniendo dinero/ ante[s] han puestoo/ ciento tres/ ahí a ciento cincuenta y dos/ a veces pagan para diez, ahora/ la oferta está a veinte/ a diecinueve, vaya/ vaya, dan otra vez/ dan otra vez/ hasta el diez

LUIS: Ponme a dieciocho/ a vender diez (RUIDO DE TECLAS DE ORDENADOR)

MANOLI: Estás como mejor oferta // está doce a dieciocho/ le han dao al doce/ no le dejan respirar, ¿eh?

LUIS: Bueno/ tampoco hay demasiado volumen ¿no?

MANOLI: No no no no/ no hay volumen // le dan hasta el diez otra vez / ¡hasta el siete han dado!

LUIS: ¡JO/ DEEER!

?: ¡Aló, Esteban/ aquí Alfredo!

MANOLI: Siete a doce

?: ¡Esteban!

(A-7)

- 1) Ambos textos responden a situaciones comunicativas muy diferentes. El Texto A es un diálogo cliente-corredor, donde el primero pide a su corredor que prepare cuanto antes la colocación de Telefónica. El texto B es un diálogo directo entre colegas, donde uno de los corredores necesita vender un número concreto de acciones a un precio determinado.
- 2) El texto B es un ejemplo claro de *contratación* de acciones: un corredor ordena a otro la compra de un número de acciones a un precio determinado. Es común el uso de actos de habla directos, dándose una clara correspondencia entre la forma ilocutiva y la expresión verbal (“Ponme a dieciocho/ a vender diez”). El texto A es un diálogo frecuente en la labor del *sale*, donde el corredor suele recurrir a actos de habla indirectos con el fin de alargar el camino inferencial y evitar el conflicto que puede suponer, en este caso la imposición. El *ventas* no ordena: sugiere o argumenta.
- 3) La igualdad jerárquica de los hablantes del Texto B y la urgencia del mensaje hacen innecesario el uso de estrategias corteses y rutinas verbales como, por ejemplo, las expresiones de apertura y cierre. Esta relación de igualdad permite además cierta libertad expresiva, como por ejemplo el uso de expresiones soeces que contribuyen al desahogo emocional (“¡Jo-deer!”). Diferente ocurre en el Texto A, en el que se establecen diferencias de poder, ya que un hablante impone su criterio sobre el del otro. Para atenuar dicha imposición, el hablante hace un gran esfuerzo lingüístico, al utilizar más palabras y argumentos de los necesarios para evitar así la orden directa.
- 4) En el Texto B el discurso se elabora de forma sintética, casi telegráfica. El hablante elimina de la frase datos aparentemente vitales para la comprensión (“Véndeme a quince/ Manoli/ los diez”), pero que su interlocutor puede inferir y recuperar con rapidez gracias al contexto compartido. La necesidad de ser rápido y eficaz condiciona la estrategia sintética, mientras que en el Texto A la economía pasa a un segundo plano y lo importante es suavizar la imposición recurriendo a la argumentación y a estrategias corteses.
- 5) En el Texto B prevalece la improvisación formal, que se manifiesta, sobre todo, en el abandono del encadenamiento lógico de la frase, colocando en primer lugar los

elementos que desea focalizar sin preocuparse por la norma. En el Texto A se respeta mucho más la sintaxis normalizada y el encadenamiento lógico o secuencial de las ideas. Los argumentos tienen un desarrollo coherente, causa y consecuencia, con el fin de convencer al interlocutor. El hablante enmascara la imposición con la argumentación, es decir, da razones a favor de una conclusión, la conveniencia de preparar cuanto antes la colocación.

Si bien el lenguaje de *la contratación* y el de *las ventas* comparten recursos lingüísticos, temática y contexto general, las diferencias tanto de objetivos como de situación comunicativa hace que recurran a estrategias distintas. El lenguaje de *la contratación* busca ser rápido y pertinente, ya que necesita hacer efectivas el mayor número de órdenes posibles en un día de mercado. Sus aliados estilísticos, entre otros, son la síntesis, el léxico especializado y la improvisación formal; recursos que generan un discurso críptico para aquellos hablantes ajenos al mundo bursátil.

Por otro lado, el lenguaje de *las ventas* tiene como objetivo la persuasión; convencer al cliente para que siga las recomendaciones del corredor y haga efectivas sus operaciones a través de la agencia. Sus aliados estilísticos son la argumentación (conjunto de estrategias que organizan el discurso persuasivo), los actos de habla indirectos y las estrategias corteses. Este último lenguaje, menos conocido y, por tanto, considerado menos prototípico, es fundamental para la existencia de ese otro registro violento y cifrado que todos reconocemos como el lenguaje de la Bolsa.

SEGUNDA PARTE

III

LA CONTRATACIÓN: EL LENGUAJE DE LA ORDEN

INTRODUCCIÓN

En medio de un ambiente aparentemente caótico, rodeados de grandes pantallas, de cifras que se mueven y desaparecen, del sonidos de teléfonos, campanas y un gran bullicio, un grupo de hombres nerviosos y acalorados se hacen señas, se gritan y agitan los brazos con la manos llenas de papeles. Esta es la imagen que tenemos de la actividad del parqué, por ejemplo, el de la Bolsa de Nueva York, que tantas veces hemos visto en las películas. Pero cuando nos referimos a la de la contratación continua, la imagen no es menos violenta ni menos caótica: hombres igualmente nerviosos se agitan en un espacio claustrofóbico, lleno de pantallas de ordenador, y gritan en diferentes idiomas “¡compra, vende!”, “ponme ahí” a través de diferentes teléfonos, de forma casi simultánea.

[...] (SONIDO TELÉFONO) oye/ espera un segundo/ por favor/ (()) sí/ Tomás está al teléfonooo/ (DIRIGIÉNDOSE A LOS DE LA MESA) oye/ confirmación de una orden/ lla llama a Safei/ corre/ qué era/ co mira a ver qué han hecho en Algodonera/ que te den la ejecución/ apúntalo ahí/ (retoma el primer intercambio) esto es de gilipollas de verdad/ de gilipollas/ no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para un nacional con dos cojones/ yyy/ te digo/ los fondos (())/ están comprando/ están co están comprando cosas en Francia/ pero claro no puede/ no puede/ ¿Alemania?/ pegarse una hostia de un once y medio/ (()) si es que encima no funciona el PUTO reuter/ es que es que se ha caído/ joder/ es que se ha caído/ (a los de la mesa)/ dónde está/ te han dado eso/ dónde cojones están éstos/ es que me voy a cagar/ dónde está/ dónde está/ en el banco/ quién / pero quién es/ ya pero si es que no hemos podido (())/ dile que estoy intentando hablar con éstos/ es que de verdad es pa cagarse/ la PUTA mierda/ los *brokers* bloqueaaados <no lo cogen>/ me cago en la puta/ ni los teléfonos funcionan, tío/ ni los teléfonos/ o sea/ esto es de verdad/ de coña/ de coña/ ¿qué?/ no si yo también/ lo que pasa es que te/ pero/ te cabrean las ineficiencias/ estas tan absurdas

(D-1)

Este retrato bastante generalizado de la Bolsa, en realidad sólo responde a una faceta de la actividad bursátil, a aquella destinada a la compra y venta de acciones y que no siempre se realiza en medio de situaciones caóticas. En este apartado, nos ocuparemos, precisamente, del lenguaje empleado por el corredor encargado de la *contratación* y que opera en el mercado continuo español.

Recordemos que existen dos sistemas de contratación en la Bolsa española: *a viva*

voz y continua. La contratación *a viva voz* ha perdido operatividad en España, reducida a la contratación de valores que no tienen una gran liquidez o una capitalización importante. Por el contrario, *la contratación continua*, desde su implantación en 1989, ha ido ganando importancia hasta desplazar al parqué. En la contratación continua los corredores están conectados a un ordenador central que “casa” las órdenes de compra y venta de valores fijando sus precios. No está limitada por horarios, ya que se pueden introducir órdenes en el sistema sobre cualquier valor en todo momento desde la preapertura hasta el cierre del mercado. Otra de sus ventajas es la difusión informativa del mercado en tiempo real, a través de redifusoras, lo que permite conocer al instante las posiciones compradoras y vendedoras que están introducidas en el mercado en todo momento, lo cual lo hace transparente desde el punto de vista informativo. Los textos que estudiaremos son producto del discurso de los corredores en la contratación y han sido registrados por la grabadora central de diferentes mesas de contratación de Madrid que operan en el mercado continuo.

Acercándonos por fin a nuestro objeto, la finalidad básica del lenguaje de la *contratación* es “ordenar” (la compra o venta de valores) a los diferentes corredores con los cuales se opera. Una vez que el corredor obtiene la aprobación de su cliente para realizar una operación, debe ponerse en contacto con otros corredores, generalmente miembros del mercado, para que introduzca en el sistema informático su *posición* (oferta o demanda, de compra o venta). Existen casos en que las acciones o las demandas están en manos de algún corredor y no en el mercado. Entonces se ve obligado a negociar la operación con un particular del que intentará obtener el mejor precio (según el número de acciones). Una vez realizada dicha negociación y definidos los términos de la misma (valor elegido, número, naturaleza de la operación y tipo de mercado), el corredor ordena a su interlocutor la ejecución de la operación.

En suma, la comunicación en la *contratación* permite “hacer efectivas” en el mercado las posiciones pactadas con los clientes y hacer el seguimiento de la evolución de dichas posiciones. El lenguaje de la orden, sintético, elíptico, directo, violento y críptico, es considerado como el registro prototípico de la comunicación bursátil; sin embargo, como veremos a lo largo de nuestro estudio, es sólo la culminación de un proceso mucho más largo y complejo.

El corredor encargado de la *contratación* suele ser un profesional joven, con poca experiencia, un *junior*, contratado para canalizar y hacer efectivas las órdenes que obtiene *el ventas* de sus respectivos clientes. Si bien la labor de un *dealer* (el ventas) puede ser, en ocasiones, llevada a cabo por el mismo corredor que disuade a los clientes para que inviertan, es difícil que un *junior* pueda desempeñar la labor de un corredor experimentado en *ventas*.

Aquí es importante enfatizar aquello que ya hemos mencionado anteriormente: en la Bolsa *hablar es actuar*. O dicho de otra manera, la palabra es el único instrumento con que cuenta el corredor para llevar a cabo su labor, la palabra en la Bolsa es operativa, es la que permite que el mundo se active y se mueva. El trabajo de un *dealer* no se aprende en la facultad de economía, se aprende hablando, se adquiere “operando en el mercado”. Aquí la experiencia laboral está íntimamente relacionada con la competencia comunicativa, con la adquisición por parte del joven corredor de un conjunto de estrategias y de conocimientos que le permitirán actuar de manera comunicativamente eficaz y apropiada; sólo así podrá hacerse entender por otros corredores e interpretar sus enunciados. “El mundillo” bursátil, como todo subgrupo, comparte un conjunto de saberes, de hábitos de comportamiento comunicativo, de normas de interpretación que son, precisamente, producto del trato intenso y continuado, en fin, de la historia propia del grupo. Como prueba de ello, está el hecho de que la mayoría de los corredores nacidos en los sesenta no son profesionales del mundo de la economía o de las finanzas y, en muchos casos, ni siquiera tienen una carrera universitaria. Son profesionales que se han formado, como los aprendices de cualquier oficio, al calor del parqué y de los ruidos de los teléfonos. En definitiva, la competencia comunicativa del *dealer* o del *junior* se obtiene hablando y escuchando, y no en las aulas de las facultades de Economía.

Por otro lado, el interlocutor habitual del *dealer* es otro corredor encargado de trasladar al sistema informático del *mercado continuo* las ofertas o las demandas de los clientes. Ambos corredores son igualmente competentes en el estilo discursivo utilizado en la contratación y comparten, además, las mismas circunstancias contextuales, a pesar de que se encuentren en espacios físicos diferentes. Es habitual que en la comunicación entre corredores, gracias al conocimiento previo que se da por supuesto y compartido, los hablantes abando-

nen los rasgos más característicos del lenguaje técnico financiero en favor de la “jerga bursátil”, lenguaje más sintético y críptico, que, sin embargo, se hace comprensible en virtud de la *presuposición pragmática*:

Los presupuestos definen una comunidad, las verdades que presumiblemente comparten los miembros de la conversación sobre el tema de que se habla. Como cualquier información expuesta por el locutor que no es cuestionada por el oyente, los presupuestos se sitúan, sin llegar a ser expuestos, en la categoría de lo que está admitido y establecido, de aquello a lo que podemos hacer referencia, pero sobre lo que ya no es posible polemizar. (Núñez y Teso, 1996: 85)

En la comunicación entre corredores, así como en toda comunicación inferencial, a lo dicho hay que añadir siempre lo inferido del contexto (los presupuestos conversacionales, sus intenciones, las creencias de los hablantes, y las reglas de interacción dialogal) para lograr lo comunicado. De ahí que,

Aspectos tan sutiles como el ritmo, el tono de voz, el énfasis prosódico, un alargamiento vocálico... pueden usarse e interpretarse de forma diferente como indicios contextualizadores para expresar determinados significados implícitos (el foco informativo, la fuerza ilocutiva, etc. (Calsamiglia y Tusón, 1999: 187)

Estos efectos se consiguen y se hacen aún más significativos gracias a la convivencia continua de los interlocutores. Es posible y frecuente en la Bolsa que dos interlocutores habituales tarden mucho tiempo en conocerse personalmente o que ni siquiera lleguen a hacerlo. Sin embargo, basta con una interjección, con un alargamiento vocálico o con una entonación ascendente, para que la comunicación sea eficiente entre ambos.

En resumidas cuentas, para que el contenido conversacional no sólo sea producto de la reflexión y negociación del significado por parte del emisor, sino que culmine plenamente con la interpretación contextualizada del receptor, es necesaria esa simbiosis entre los hablantes. Así, el corredor no sólo recurre a unas determinadas motivaciones comunicativas (concretar sus operaciones), sino que lo hace forzosamente en un determinado contexto, debiendo respetar las limitaciones y condicionamientos que éste impone. Pero gracias a que los interlocutores comparten la misma situación, los mismos conocimientos y expectativas de comunicación, no deben surgir obstáculos para la mutua comprensión. De esta manera, los corredores, como partes interesadas de la eficacia de la comunicación, forman un equipo compenetrado, capaz de entenderse en un lenguaje, para la mayoría, indescifrable y en unas

circunstancias nada propicias al intercambio conversacional.

1. LAS NECESIDADES COMUNICATIVAS DEL VENTAS O *DEALER*

El lenguaje de la contratación es un discurso sintético, elaborado al calor del ritmo acelerado del mercado y adaptado a las necesidades específicas de la comunicación: *emitir un mensaje claro y preciso, rápidamente descodificable por el oyente.*

Quizá sea interesante recordar en este punto las circunstancias ambientales que rodean la labor del corredor, para comprender así cómo el entorno en el que se produce el intercambio condiciona la búsqueda de unas concretas estrategias comunicativas. El corredor (siempre en la contratación) recibe órdenes directas de compra o venta tanto de sus compañeros de mesa (ventas), como de corredores (clientes) por vía telefónica. El mercado está abierto: las ofertas y demandas titilan en las pantallas, los teléfonos suenan, los clientes piden consejos y preguntan por sus valores a través de las diferentes líneas telefónicas, los idiomas se mezclan y todo se mueve con cierta rapidez. Los corredores trabajan con mucho ruido de fondo: las voces de sus compañeros de mesa, las alarmas del *reuter*, el sonido de los teléfonos, la compañera que avisa: “¡Miguel!, Alfonso por la dos”... Esto, en un día normal, de relativa tranquilidad. En un día de caos todos estos factores se agudizan provocando un ambiente de fuertes interferencias en el cual es difícil la concentración. Así, en medio de este ambiente cargado de ruidos, el corredor debe permanecer alerta para evitar el temido error tanto en la producción como en la comprensión del mensaje, ya que eso podría significar la pérdida de mucho dinero.

Otro factor que, junto al ruido, dificulta la labor del corredor es la urgencia en la emisión. El *bolsista* debe "correr" para obtener las primeras posiciones, para colocar sus ofertas o demandas a los precios acordados con el cliente, para adelantarse a las estrategias de otros inversores o para evitar que finalice la sesión cuando todavía no ha cerrado posiciones de riesgo. En medio de todas estas circunstancias y para que el intercambio sea eficaz, es indispensable que el corredor no sólo sea *pertinente* (decir algo que venga al caso y que sea de interés), sino también *rápido*. Está claro que ambas necesidades se relacionan;

si el hablante logra con su intervención ese grado necesario de pertinencia, conseguirá que su interlocutor reconozca que el enunciado es relevante e inicie un proceso de inferencia que le permita conseguir, con el mínimo esfuerzo posible, efectos contextuales amplios. Por su parte, el receptor identificará el enunciado como relevante al asociarlo con los datos contextuales en que se produce, lo que permite su rápida actuación. Así, recursos como la síntesis y la elipsis son de gran utilidad para las estrategias comunicativas del corredor, ya que le permiten codificar mucha información con un mínimo esfuerzo lingüístico, teniendo la seguridad de que, gracias al contexto supuesto en su colega, podrá ser correcta y rápidamente interpretada. Así, *precisión* y *rapidez* son las dos necesidades comunicativas del lenguaje bursátil en la contratación.

1.1. EFICACIA COMUNICATIVA: PERTINENCIA

El corredor, en la *contratación* debe, por fuerza de su oficio, ser *pertinente*, decir algo que venga al caso, que mueva a su interlocutor a la acción, sin demora y sin error. Esta necesidad de usar el lenguaje de forma eficiente y, en principio, con el fin último de transmitir una orden ha de ejecutarse de inmediato no hace, como cabría esperar, del discurso de la contratación un producto estereotipado, de fórmulas fijas. Si bien son frecuentes los enunciados cuyo único objetivo es transmitir una orden de compra o venta de acciones utilizando un lenguaje directo y explícito, no son menos frecuentes aquellos en los que se aprovechan las posibilidades metafóricas y de implicación del lenguaje, especialmente cuando es interpretado a la luz de unas circunstancias comunicativas concretas.

Es un hecho que cualquier contenido que pueda codificarse en un sentido se puede codificar en otro; es decir, puede parafrasearse. Esto sugiere que el hablante comunica más de lo que en realidad codifica. Pues bien, el corredor no sólo codifica información de manera explícita, sino que también se las arregla para transmitir implícitamente información codificable verbalmente, es decir, implicaturas que posteriormente serán inferidas por el oyente apoyándose en la información contextual y en el conocimiento de los intereses concretos del comunicante. La inferencia es pues, para el corredor un complemento de la codificación y la decodificación destinada a economizar esfuerzo.

De ahí que los enunciados emitidos por los hablantes de la bolsa deben ser procesados en un contexto, no sólo para ser comprendidos, sino, además, para obtener una información de trasfondo adicional que haga más fácil y rentable su procesamiento. Más aún: en su afán por ser sintéticos, terminan por reducir la expresión lingüística a la mínima expresión, confiando casi todo el trabajo interpretativo al contexto. Así, la comunicación se consigue no sólo mediante la duplicación de un significado en la mente del destinatario, sino como una modificación –más o menos controlada por el hablante– del “entorno cognitivo” del oyente, elaborada de manera intencional. Para Beaugrande y Dressler el mundo textual:

[...]contiene información que va mucho más allá del sentido literal de las expresiones que aparecen en la superficie textual: de manera casi automática, los procesos cognitivos aportan cierta cantidad adicional de conocimientos, denominado SENTIDO COMÚN, que deriva de las expectativas y de las experiencias de los participantes en la interacción comunicativa relativas a la manera cómo se organizan los acontecimientos y las situaciones en el mundo real. (1977: 136)

De ahí que el corredor deba, para llegar al contexto adecuado, relacionar lo dicho por el enunciado con la información obtenida de enunciados inmediatamente anteriores y la situación de la recepción –etapa concreta de la negociación–, así construye su enunciado sobre la base de cierta información que supone en el oyente. De esa manera, hace una evaluación de los conocimientos de éste y, por su parte, el oyente interpreta las intenciones del hablante con la información que obtiene del enunciado. Pongamos como ejemplo un intercambio bastante críptico:

ANTONIO: (())
 BEA: ¡Dime!
 ANTONIO: ¿Cómo está eso?/ dos tres dos tres cuatro
 BEA: Tres tres tres cuatro
 ANTONIO: Vale
 BEA: Están comprando al tres cuatro
 ANTONIO: Vale/ gracias.

(A-1)

Para cualquier individuo ajeno a la bolsa, este grupo de palabras por sí solas no significan nada, no sabemos nada de sus interlocutores y tampoco de las circunstancias que rodearon el intercambio; sin embargo, podemos descodificar los enunciados sin ningún problema, de un modo automático, porque están dichos en nuestra lengua. Hemos enten-

dido los enunciados, pero no hemos comprendido lo que se dice. Para comprender cualquier fragmento, especializado o no, es necesario un enriquecimiento pragmático. La simple decodificación no es suficiente. No sabemos a qué objeto o a qué dato sustituye el adverbio “eso”: ¿acciones, bonos, algún índice, el volumen de contratación...? No sabemos si la cifra indica una bajada, una subida o un mantenimiento del precio del objeto en cuestión. Ni siquiera sabemos si dicha cifra apunta a números enteros o decimales. ¿Por qué el corredor especifica el precio de la compra y no el de la venta?

A lo dicho por los corredores en el intercambio citado hay que añadir lo inferido del contexto para lograr lo comunicado. Así, la información semántica del enunciado, los datos reunidos en la interpretación de enunciados anteriores y la información procesada perceptualmente del entorno físico forman lo que se denomina el *contexto óptimo*, aquel que dará lugar a un máximo de conclusiones a las que no se puede llegar sin él, y todo ello a un coste mínimo de procesamiento.

Volvamos al ejemplo y conozcamos sus circunstancias: Bea llama a su informador para saber cómo evolucionan las cotizaciones de un valor que le interesa comprar. La primera pregunta (“¿Cómo está eso?”) permite a Antonio localizar en su mente las acciones que sabe interesan a su interlocutor. Esta primera pregunta se complementa con la cifra de la última cotización del valor a fin de saber su evolución: a veintitrés está la oferta si se quieren vender dos contratos y a treinta y cuatro está la demanda si se quieren comprar. Bea actualiza las cotizaciones: 33 para la venta y 34 para la compra, a continuación le especifica el precio de compra (“al tres cuatro”), en un intento por incitarle a entrar en el juego.

Una vez hecho el enriquecimiento pragmático que nos ha permitido añadir lo inferido del contexto o quizá más estrictamente, en este caso, lo elidido, somos capaces de “comprender” lo comunicado por los corredores, aun siendo ajenos al mundo bursátil. Otro detalle, el texto carece por completo de léxico especializado, no hay ninguna palabra cuyo significado esté restringido al uso exclusivo de la “jerga bursátil”. Así, el desconocimiento del vocabulario no ha significado un obstáculo para la comprensión. Si por el contrario hubiésemos encontrado léxico especializado, nuestra única barrera habría sido la

molestia de buscar las palabras técnicas en el diccionario correspondiente, pero aun así no habríamos “comprendido nada”, ya que nos seguiría faltando el contexto.

¿Adónde queremos llegar?: la temática y el léxico especializado no son las causas de la falta de comprensión, sino que, como ocurre en todo intercambio comunicativo, carecemos de la información extralingüística necesaria inferida del contexto.

Podríamos poner como ejemplo cualquier conversación entre dos personas de las cuales no sabemos nada y tampoco de las circunstancias que condicionaron el intercambio para comprobar que, aun *entendiendo* las palabras, no somos capaces de *comprender* lo comunicado.

El criterio de eficacia es el que mueve, según Beaugrande, el uso de las proformas. Si bien puede plantearse un problema entre la concisión y la claridad discursivas. Quizá este sea uno de los puntos claves del discurso bursátil, *la negociación* entre economía verbal y precisión semántica. Las proformas ahorran esfuerzo de procesamiento, ya que son más breves que las expresiones que reemplazan. Es frecuente en el lenguaje de la contratación que las proformas sean correferentes de cláusulas completas, es el caso de la proforma “eso”, especialmente adaptable.

Anselmo: Cinco
Jesús: Eso no me lo cantes/ que es muy malo
Anselmo: ¡Vengaaa!
Jesús: A mí esas cotizaciones no me valen
Anselmo: ¡Vaale!/ pues con este mercado entonces no tee
Jesús: Pues igual casi mejor
Anselmo: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado
Jesús: Que igual casi mejor
Anselmo: Pues sí, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

(A-11)

En la Bolsa, lo frecuente es que el correferente de la proforma no se encuentre a nivel del texto, sino a nivel extralingüístico. Así el ahorro verbal es mayor y sin poner en peligro la comprensión, gracias a la certeza de que nuestro interlocutor puede recurrir fácilmente a su entorno cognitivo y recuperar el correferente, en este caso, el valor concreto que se negocia.

GUSTAVO: ¿Y cómo está eso?

SUSANA: Dieciocho a veinticuatro/ veinte contra cuarenta y seis/ dieciocho a veinte

(A-6)

Como se puede ver, las necesidades comunicativas se equilibran y se complementan. Recursos que permiten mantener la referencialidad, como el uso de las proformas, a su vez, permiten un uso económico de la expresión verbal, consiguiéndose así concisión y eficacia discursiva.

1.2.-URGENCIA COMUNICATIVA: ELIPSIS

La *elipsis* plantea, al igual que las proformas, la búsqueda de un equilibrio entre la concisión y la claridad textuales. Por un lado, producir y recibir textos en la Bolsa en los que no se recurra a la elisión de parte de sus componentes verbales aumentaría el gasto de tiempo de emisión; por otro, los textos con un alto grado de elementos elididos pueden necesitar costosos procedimientos de búsqueda del significado o de los referentes, al punto de anular el ahorro de tiempo y de energía conseguidos. Así, los corredores deben calibrar el nivel de adecuación de la elipsis respecto a la situación comunicativa y valorar hasta dónde la elipsis ayudará a favorecer la efectividad de ese texto.

La labor bursátil obliga al *dealer* que recibe una orden de compra o venta a ejecutarla de inmediato, para evitar así que las condiciones iniciales de la operación puedan variar en apenas segundos. Estas circunstancias hacen que la frase “hablar es actuar” nunca haya sido más ajustada. De ahí que el corredor, en su necesidad de cumplir lo antes posible con la orden, recurra a estrategias de ahorro verbal como la elipsis, uno de los procedimientos más comunes de organización discursiva. Por supuesto, la elipsis, casi siempre, provoca la ruptura con el orden lineal, ruptura que poco o nada incide en el resultado feliz de la comunicación. La elipsis es un

[...] fenómeno de habla cuya característica fundamental consiste en no impedir ni alterar el significado ni la comprensión del enunciado en que tiene lugar; para ello, hay que contar con la acción del contexto y/o la situación que permiten deducir, reconstituir las unidades ausentes. (Vigara, 1992: 202)

El corredor, en su interés por conseguir un discurso rápido y eficaz, no se preocupa por el encadenamiento lógico de la frase en favor de la síntesis verbal, noción que rige, frente a la norma, la estructuración del discurso. Por esto, la necesidad de ser rápido le obliga a abreviar formalmente su mensaje, eliminando de él los pasos (lógico-semánticos) que permitirían el encadenamiento lineal del discurso: sintetizándolo, en suma.

El siguiente texto es un ejemplo claro de condensación expresiva; el corredor sintetiza en muy pocas palabras, utilizando un estilo casi telegráfico, una rutinaria orden de compra de acciones.

ANTONIO: Cómprame diez al tres tres
Carlos: Vale/ lo está metiendo ¿eh?
BEA: Yyyy/ diez /nueve/ diez
ANTONIO: Vale, gracias
BEA: Vale, a ti.

(A-1)

En esta operación, el corredor economiza al máximo su esfuerzo verbal, sabiendo y confiando en que su interlocutor conseguirá recuperar los elementos elididos –nombre de las acciones, número entero al que corresponde el decimal tres y cantidad exacta a la que representa el número diez– con la ayuda del contexto compartido. En la conversación intervienen tres corredores: Antonio es el corredor que llama y emite la orden de compra, Bea la recibe y la traslada a Carlos –sentado junto a ella–, que es quien la introduce en el ordenador en el mismo instante de recibirla. No se hace mención explícita a las personas del discurso, por sabido e irrelevante. Sin embargo, la intervención de Bea, que retransmite oralmente el momento en el que teclea en el ordenador la orden, no debemos verla como un uso verbal innecesario, sino como la confirmación expresiva del cumplimiento de la orden.

Por otra parte, la elipsis contribuye a la cohesión textual al usar estructuras que se procesan gracias al examen de expresiones vecinas. Una forma habitual de elipsis en la contratación atañe a la figura del sujeto, que, una vez verbalizado, no aparece hasta que se introduce uno nuevo. Además, como es sobradamente sabido, en castellano la aparición del sujeto es innecesaria, ya que la marca verbal de persona mantiene la referencia.

En suma, en este tipo de elipsis el hablante suprime ciertos componentes de la ora-

ción, o simplemente entiende que no es necesaria su expresión verbal, ya que puede ser fácilmente recuperable y, por tanto, interpretable, a la luz del contexto lingüístico presente:

Condensación, síncope y suspensión se basan en procedimientos de elipsis formal o de saltos en el empleo explícito de los medios o pasos empleados para progresar en la información. En todos ellos, sin embargo, se producía sin dificultad la comprensión del enunciado, por efecto del contexto actualizador (lingüístico y extralingüístico) compartido por los interlocutores (Vigara, 1992: 202).

El fenómeno de condensación y síncope, además de proporcionar al corredor una forma económica y cómoda de organización discursiva, es un buen reflejo de la expresividad y la afectividad característica del hablante bursátil, sobre todo en la contratación. El corredor debe ser un hablante “práctico” que vaya directo al asunto que le ocupa, sin rodeos innecesarios que hagan perder el tiempo de su interlocutor. Cuando una conversación entre los *dealers* se alarga, casi siempre responde a un seguimiento del movimiento de las acciones en pantalla.

En suma, la elipsis *expresiva* es un recurso habitual en contratación bursátil, que permite al hablante economizar en esfuerzo lingüístico, con la confianza de que su interlocutor al interpretarlo conseguirá no sólo comprenderlo adecuadamente, sino implicar nuevos o distintos contenidos de los que los signos lingüísticos sugieren.

Otro tipo frecuente de elipsis en el lenguaje de la contratación es de carácter esencialmente formal, en ella el corredor suele elidir algún componente sintáctico del enunciado, sin que por ello peligre la comunicación y sin que la intervención del contexto sea imprescindible para la comprensión del mensaje. En palabras de Vigara:

El hablante puede prescindir de ciertos medios sintácticos sin que su comunicación se vea esencialmente alterada. Y esto incluso sin que la información del contexto y/o de la situación sea imprescindible para la comprensión del mensaje. Es decir, es la elipsis por supresión en que el resultado es en todo equivalente a la posible versión completa (1992: 205)

Veamos algunos ejemplos en la contratación:

¿Cuál es el mejor que te dan ahora? [precio]

Ha hecho bien/ porque mira/ se está cayendo más [la cotización]

Diecisiete a veinte la oferta para ocho [está] [comprar]

Sí/ el último a cuarenta y seis/ pero no ningu/ nada de papel [cambio] [no hay]

¿No?/ cuarenta y dos /setenta y cinco/ era [el último cambio]

Sí/ tenemos unas Tubafex [acciones de]

Después/ también te/ para corros [tengo acciones u operaciones]

Las de corros/ no sé con quién ha hablado Alejandro [para las operaciones]

Como vemos en los ejemplos, se trata de enunciados que prescinden de ciertos elementos sintácticos (verbos, O.D., sujeto) con el fin de abreviar la expresión sin poner en peligro la comprensión del mensaje y sin necesitar la intervención del contexto. Además de la elipsis, los ejemplos también muestran estrategias de organización sintáctica, que tienden a desplazar algunas de las partes de la oración con el fin de focalizarlas, pero trataremos la organización sintáctica del discurso más adelante.

En resumidas cuentas, para el hablante, en la contratación, la noción de “comodidad” viene sujeta a aquella expresión y estructuración verbal que le supone un menor esfuerzo para conseguir una comunicación rápida y fluida, lo más parecida posible a su intención comunicativa inicial. Es frecuente en la comunicación oral que lo más cómodo no sea siempre lo más económico. En el discurso bursátil, en general, encontramos también este fenómeno en muchos de los intercambios que tenemos registrados: rodeos, vacilaciones, redundancias, reelaboraciones; pero no en la contratación o, al menos, en mínimo grado. Para el corredor, que necesita colocar sus acciones en el mercado lo antes posible, lo más “cómodo” suele ser aquella expresión sintética que pueda ser rápidamente emitida y comprendida de modo inmediato.

2. LA GEOGRAFÍA BURSÁTIL: LA DEIXIS

El mapa bursátil es bastante complejo y difícil de delimitar. La mayoría de las personas, cuando escuchan hablar de la Bolsa o, más concretamente, de la Bolsa de Madrid, piensan en el edificio situado en la conocida Plaza de la Lealtad. La Bolsa de Madrid es mucho más que eso, allí sólo se encuentra el parque, los corros, donde se contratan, a viva

voz, algunos valores de empresas de pequeña o mediana dimensión, que tienen poco volumen o cuya capitalización bursátil es poco relevante. La mayoría del movimiento bursátil español se lleva a cabo en las múltiples mesas (*dealing*) de agencias bursátiles y bancos, distribuidos a lo largo de las capitales más importantes del país. En este punto tenemos que diferenciar dos conceptos: por un lado *la Bolsa* y por otro *los sistemas de contratación bursátil*. Con el nombre de Bolsa designaremos al mercado de capitales organizado, institucionalizado y oficialmente regulado, con unos intermediarios y *formas de contratación específicas*. Así, el término engloba tanto a los diferentes centros de contratación de viva voz (parqué) de Madrid, Barcelona, New York, Chicago, Tokio, Londres, en los cuales debemos estar presentes para contratar, como a las diferentes agencias bursátiles o *brokers* que operan a través del mercado informatizado (*continuo*) y que se intercomunican gracias a una red de ordenadores dispersos geográficamente. Estos dos sistemas de contratación, usados en los diferentes mercados mundiales, es lo que estrictamente se denomina Bolsa. Es, pues, un término polivalente, ya que designa tanto al mercado madrileño (contratación en el parqué o en el sistema continuo), como al londinense, al europeo (pronto interconectado), o a la computadora central del mercado continuo, que “casa” las operaciones de los miles de intermediarios que operan en la red.

2.1. COORDENADAS ESPACIALES

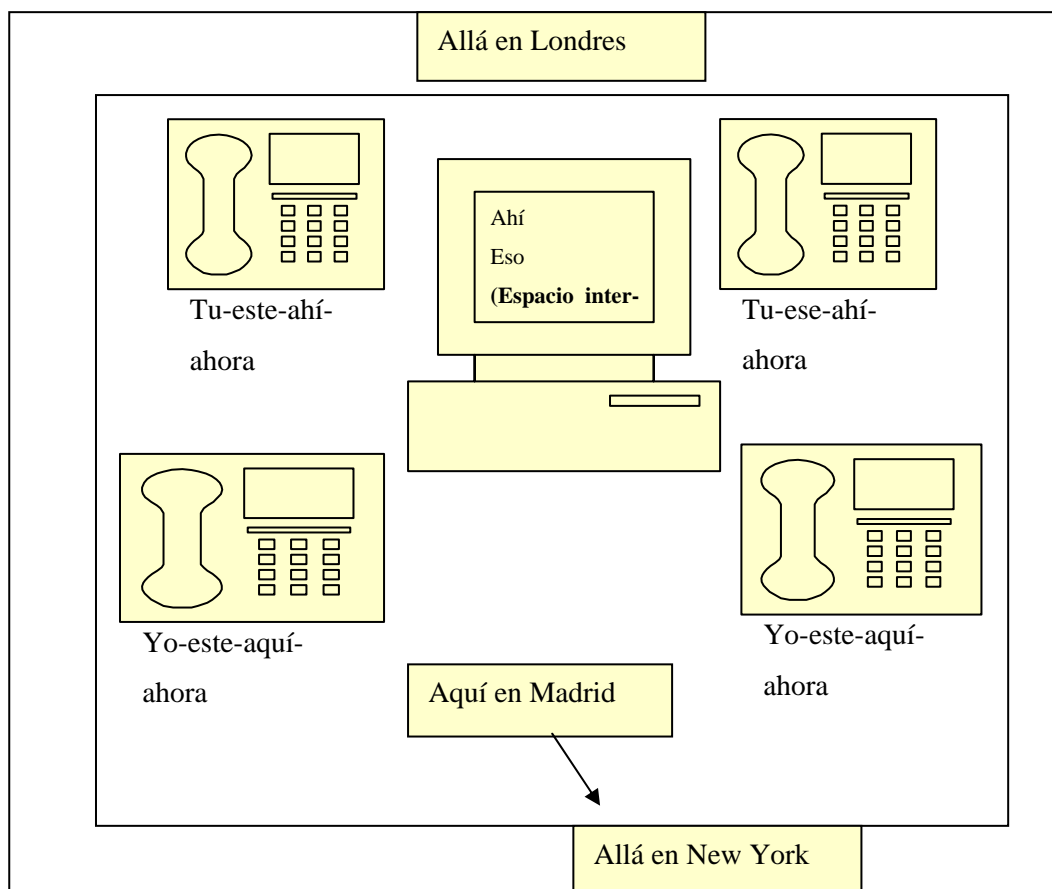
Como hemos señalado en varias ocasiones, nuestro estudio estará centrado únicamente en el mercado continuo, es decir, en el sistema de contratación informatizada que se lleva a cabo en las diferentes agencias bursátiles tanto nacionales como internacionales. Si bien las grabaciones registran el discurso de corredores españoles que hablan desde sus mesas de contratación de Madrid, también están en contacto directo con sus operadores en las diferentes Bolsas del mundo. Así, por ejemplo, a través de la Bolsa de Londres, pueden operar en Nueva York o en Alemania. Todas estas operaciones se realizan en inglés, razón por la que hemos descartado estudiar sus registros.

Es, pues, en la *contratación continua* donde debemos identificar dos tipos de referentes espaciales y temporales:

- a) Cada una de las mesas de contratación que funcionan en España y en el mundo. El tiempo es aquel que transcurre entre la apertura y el cierre del mercado.
- b) La pantalla del ordenador de cada uno de los operadores del mercado que trabaja en las agencias de Bolsa o en los grandes bancos. El espacio temporal también va de la apertura al cierre.

El *yo-aquí-ahora* y el *tú-ahí-ahora* del discurso se sitúan en ese espacio que ocupan las mesas de contratación y que no comparten los interlocutores, al encontrarse distanciados físicamente, aunque unidos gracias a la líneas telefónicas.

Las mesas de contratación son iguales en todas partes del mundo; son espacios que se replican, con más o menos personas, con más o menos ordenadores o con más o menos tecnología; el verdadero referente está en el mundo de las cifras y de las cotizaciones, al cual puede acceder cualquiera echando un vistazo a su pantalla. Es verdad que están en espacios diferentes, pero si cada uno mira a su alrededor estará viendo lo mismo y concentrado en la misma pantalla, en el mismo gráfico y preocupado por las mismas cifras. Así, la mayoría de los referentes que dan coherencia al discurso bursátil son entidades abstractas, no existen como objetos físicos a los que podamos señalar. Los corredores hablan de objetos que sólo existen en el espacio que comparten en la distancia, hablan de las cifras que se mueven en sus pantallas y a la que todos tienen acceso. En definitiva, lo que intentamos decir es que no hace falta la copresencia de los interlocutores para que compartan la misma situación y las mismas circunstancias, ya que los referentes contextuales están al alcance de todos en el mismo tiempo, a pesar de no compartir el mismo espacio.



El espacio externo, ese que determina las coordenadas del contexto de enunciaci3n, es estable, fijo, siempre el mismo. Los corredores no se mueven de sus mesas, hablan cada día desde la misma localizaci3n espacial, desde los mismos teléfonos y viendo las mismas cosas. Esto determina que en el acto enunciativo, el componente espacial *aquí* funciona, casi siempre, implícitamente.

Un enunciado como “al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto”, emitido por un corredor, supone un *aquí* y un *ahora*, es decir, compro *aquí* y *ahora* esas acciones a ese precio, a pesar de no hacerse verbalmente explícitas esas circunstancias:

Es lo que Harweg llama fenómenos de “deixis implícita”, de manera que el acto enunciativo vincula el enunciado de manera directa al eje de coordenadas “yo-aquí-ahora” del hablante donde se provee de la referencialidad más elemental y, por ende, en muchas ocasiones supuesta, que son las coordenadas formales de la enunciaci3n. (Vicente Mateu, 1994:132.)

En este aspecto también inciden las necesidades comunicativas anteriormente mencionadas. No hace falta hacer un esfuerzo verbal para explicitar unas coordenadas espacia-

les sobradamente conocidas por los interlocutores y que además no aportan ninguna información útil ni urgente.

El *aquí* del corredor se localiza siempre en el mismo lugar, la mesa de contratación. De ahí que tampoco sea necesario hacer referencia a ella, ni siquiera mediante “comodines” o vocablos de significado no específico como *bicho*, *coso*, *chisme*... Así, el hablante selecciona, del entorno físico, aquello que interesa destacar y sitúa fuera del “escenario” aquello que no interesa o sólo interesa de forma subsidiaria. Es más, es difícil encontrar en el discurso bursátil referencias deícticas al “escenario” que envuelve al corredor. Por ejemplo, ¿a quién le interesa cómo es el espacio físico que rodea a los operadores del “1003”?; suponemos que son cubículos pequeños con un escritorio, un teléfono y una terminal de ordenador. Lo importante es la información que pueden darnos, no su situación espacial ni las características de su entorno. Ocurre más o menos lo mismo con los *dealers*; cuando éstos dan una orden de compra o venta lo importante es señalar correctamente las coordenadas donde debe situarse en la pantalla su posición de venta o compra. Esto se consigue indicando la cifra exacta a la cual se pretende comprar o vender y la cantidad de acciones, dato que puede incidir en el precio.

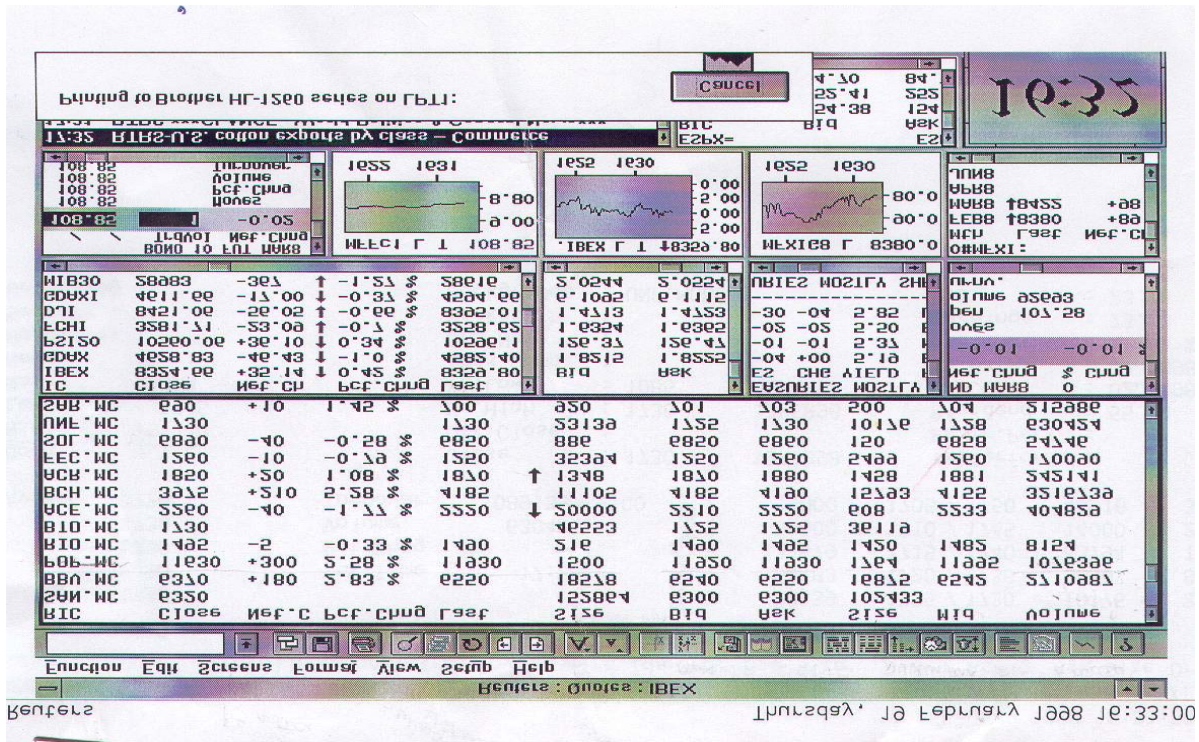
ANA: Dígamelo
 ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
 ANA: ¿Perdona?
 ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
 ANA: Pues ahí te pongo
 ESTEBAN: ¡Venga! (ruido de las teclas del ordenador)
 ANA: Ahí estás

(A-2)

El texto anterior ejemplifica la mínima expresión de la orden bursátil: ausencia de saludo, no se dan referencias personales (nombres propios), no se hace referencia al nombre del valor ni hay despedida. El ambiente que rodea a ambos hablantes no se menciona, ni se señala, ni siquiera está implícito: sencillamente no es relevante.

Las referencias espaciales que realmente interesan al corredor son las que determinan las coordenadas de lo que hemos llamado *espacio interior*: la pantalla del ordenador, y más concretamente la página de información del mercado y la página del *reuter*.

Como hemos apuntado atrás, hay corredores que son miembros del mercado, lo que les permite introducir personalmente sus *posiciones* en la red oficial sin necesidad de intermediarios. Estos corredores tienen ante sí la pantalla del mercado con las cotizaciones de los valores españoles, y las agencias bursátiles o *brokers* que no son miembros del mercado los necesitan para hacer efectivas sus posiciones, ya que no tienen acceso directo a la red informática oficial. Estos últimos tienen ante sí la pantalla del *reuter* (agencia de información bursátil), que copia la misma información que ofrece la pantalla del mercado, completándola con pequeños gráficos, índices de las Bolsas más importantes. Así, todos los corredores, sean o no miembros del mercado, tienen acceso a la misma información en tiempo real.



La imagen que incluimos muestra una copia personalizada de la página del *reuter* de un corredor en concreto, página habitual y obligada en la pantalla de cualquier corredor español. Cada corredor configura la pantalla según la información que le interesa tener a la vista, con abrir, cerrar o ampliar las diferentes ventanas de que consta la pantalla del *reuter*. Lógicamente, la mayoría tiene como ventana principal la lista de los valores y sus cotizaciones. Esta ventana se divide en columnas y ofrece la siguiente información, por orden de izquierda a derecha:

Siglas del nombre del valor (UNF, Unión Fenosa),
Precio de cierre de la sesión anterior (Close),
Subida o bajada neta (NET.C), en porcentaje (PCT.CHNG),
Último precio cotizado (LAST),
Volumen de la demanda (Size),
Demanda (Bid), oferta (Ask),
Volumen de la oferta (Size),
Precio medio entre demanda y oferta (Mid) y
Volumen global de las operaciones en ese valor (Volumen).

Como dijimos, esta pantalla es básica para la labor del corredor, ya que entre sus columnas se desarrolla todo el movimiento de oferta y demanda de los diferentes valores negociables. Si un corredor quiere ver exclusivamente la información de un valor, basta con que “pinche” su nombre en la pantalla para tener un resumen detallado de su evolución. Las restantes ventanas pueden aportar multitud de información: las cifras que indican el cierre anterior, la subida o bajada neta y en porcentajes de los más importantes índices bursátiles (el IBEX, el GDAX., etc.); ventanas con gráficos que muestran la evolución de los índices o de la cotización de algún valor en concreto; una pequeña ventana al mercado de bonos y derivados; otra ventana que ofrece noticias políticas y económicas.

A este espacio se refieren los corredores cuando hablan del *ahí*, marcador deíctico básico del discurso bursátil. Los deícticos apuntan a las circunstancias del acto comunicativo y precisan del contexto para alcanzar un sentido pleno en el discurso. En general se defiende la ausencia de contenido de los deícticos y su consideración de unidades señalizadoras con una referencia mostrativa a algún elemento (ser, objeto) externo o intratextual, dependientes semánticamente del contexto, pero que aportan una información fundamental para el proceso comunicativo y para la cohesión discursiva. En opinión de Raquel Martínez Ruiz:

En sí mismas no son palabras vacías sino que poseen significado: *yo* indicará a la persona que habla, *ésta* señalará un objeto que se sitúa cerca del campo visual del hablante y *allí* se referirá a un lugar concreto situado a una distancia lejana de la esfera de un yo y un tú, pero sólo cuando estas palabras son utilizadas en una situación comunicativa determinada es cuando logran alcanzar una precisión semántica completa. (2000: 243)

Como en el habla coloquial, en el discurso de la contratación la relación vivencial de proximidad hace posible que gran parte de la comprensión se confíe al contexto, lo que facilita, entre otras cosas, el ahorro verbal. Al corredor le basta con el deíctico para recuperar rápidamente, gracias a las circunstancias contextuales, la información adicional necesaria que guiará su mirada hacia ese lugar concreto en la fila de cifras:

Yo si quieres/ me me/ pue me/ pongo **ahí**/ ¿eh?

A siete cinco ganamos sesenta, **ahí**/ sesenta mil pelas

Macho// han comprado el ochenta, ahora mismo, **ahí**

Oye Cris/ no me das ese dos un cuarto, macho/ que tengo **ahí**

Pos lo están dando **ahí**, ¿eh?

Déjame **ahí** a ver si me dan

Como vemos en los ejemplos, el adverbio *ahí* señala el lugar concreto de la pantalla donde se coloca la posición (compradora o vendedora) del corredor. *Ahí* no sólo es sinónimo deíctico de la pantalla que, en definitiva, no es más que la ventana de acceso al mercado (“A siete cinco ganamos sesenta **ahí**, sesenta mil pelas”), sino que también señala el lugar concreto entre una fila de cifras donde se sitúa o se desea situar una posición (“¿Quieres que te baje o te mantengo **ahí**?”).

Si “pinchamos” UNF.MC, obtendremos una nueva ventana que nos muestra únicamente los datos de Unión Fenosa.

Aprovecharemos esta posibilidad para, con la ayuda de un corredor, simular una conversación entre dos *dealers* y así ver más claramente cómo se mueven los hablantes por la pantalla.

ALVARO: ¿Susana?

SUSANA: ¡Dime!

ALVARO: ¿Cómo está eso?

SUSANA: Veinticinco treinta ahora mismo **ahí**/ veinte mil por diez mil

ALVARO: A treinta/ cómprame veinte mil

SUSANA: Pues **ahí** te pongo

ALVARO: ¡Venga!

SUSANA: **Ahí** estas.

(A-23)

Simplemente hemos adaptado una comunicación real a las cifras de las acciones de Fenosa, cuyos datos se resumen en la ampliación del *reuter*. Como podemos deducir del ejemplo, ambos corredores (únicamente Susana es miembro del mercado) habían dejado claro, en una comunicación previa, el valor que interesaba a Alvaro, de ahí que no haga falta mencionarlo. Basta con preguntar por “eso” para que Susana sepa, después de identificar la voz del otro corredor, a qué valor se refiere su interlocutor. Lo que nos interesa destacar ahora es cómo basta con el adverbio *ahí* para señalar las coordenadas exactas del punto de interés de los hablantes (las cifras de la demanda y la oferta, así como el número de acciones a esos precios). Como podemos ver en la pantalla de Fenosa, **1725** está como la mejor demanda, para veinte mil, y **1730** como mejor oferta, para diez mil. Alvaro decide comprar sus acciones a treinta, sin esperar a que el precio baje a la demanda, que es veinticinco. Finalmente, Susana introduce en el ordenador del mercado la posición de Alvaro **ahí**, es decir, a comprar a diecisiete treinta.

Como se observa en el ejemplo, la relación vivencial de proximidad –ambas corredoras miran la misma pantalla– y el saber compartido hacen que el mensaje quede supeditado al contexto, lo que permite que el habla del corredor se desprenda de los elementos verbales que considera innecesarios para que la acción comunicativa sea todo lo eficaz y rápida que se pretende. Gracias a esto, al corredor le basta con las expresiones deícticas para recuperar e identificar el contexto real, en este caso del enunciado o contexto enunciativo, que afecta al sentido de todo el mensaje lingüístico.

2.2. COORDENADAS TEMPORALES

El tiempo, como el espacio, también tiene dos dimensiones:

- a) El tiempo de la enunciación, que transcurre entre la preapertura y el cierre del mercado, y que se rige por la distinción “período-momento”, consecuencia del carácter expansivo del “ahora”;
- b) El tiempo del enunciado, que se rige por la oposición “antes y después”,

con respecto a un punto de referencia, en este caso al movimiento de las cotizaciones (alzas y bajas).

Así, cuando el corredor llama a su interlocutor y le ordena la compra de un grupo de acciones, lo hace desde el “ahora” de la enunciación y atraviesa las fronteras físicas para instalarse en la dimensión temporal de la pantalla.

El “ahora” de la contratación se refiere al “ahora” más estricto, el que apunta al momento concreto del intercambio, al “ahora-mientras-hablamos”. Forzados por la necesidad de ser precisos y claros, el tiempo siempre se expresa en torno a la referencia personal de los comunicantes y a partir del propio acto de comunicación –aquí-ahora–. Así pues, en cuanto actualización, tal acto de comunicación es, por definición, presente e instala todo lo referido con relación –casi siempre objetiva– a ese presente compartido por los interlocutores.

ANTONIO: **Cómprame** diez al tres tres

Carlos: Vale/ **lo está metiendo** ¿eh?

BEA: Yyyy/ diez /nueve/ diez

ANTONIO: Vale, gracias

BEA: Vale, a ti.

(A-1)

Siempre que se habla de comprar es “ahora”, y el corredor debe ejecutar la orden de inmediato, pues si no se arriesga a que varíe la cotización. De tal manera que esa información está implícita tanto en la forma verbal como en el contexto. Aun más, el presente de la enunciación marca una referencia importante desde el punto de vista operativo. Un corredor da la orden de comprar un paquete de acciones “ahora” –a la apertura, diez de la mañana–, ya que le interesa el primer precio de salida y no la posibilidad de que baje o suba media hora después. Todas las conversaciones se graban, así que se puede determinar a qué hora fue emitida la orden y cuál era la cotización del valor en el instante de la emisión. De esta forma, el tiempo en la Bolsa no sólo sirve para localizar un acontecimiento sobre un eje de coordenadas “antes/después”, con respecto a un momento concreto tomado como referencia, sino que también funciona como controlador del desarrollo de las operaciones. “Cuando compré estaba a doce quince, ahora está a doce trece, es posible que llegue a doce diez”. Por tanto:

El tiempo del enunciado, sería la codificación temporal de las acciones presentadas, esta codificación se realiza tomando como punto de partida el ahora en el que se encuentra el hablante, y a partir de ese presente crearía un pasado y un futuro en el que se insertarían y ordenarían los acontecimientos referidos. (Raquel Martínez Ruiz, 2000: 249)

El tiempo que rige el mundo de la pantalla es difícil de cronometrar, ya que depende de circunstancias que cambian día a día. Las cotizaciones no tienen una evolución predecible, de lo contrario la Bolsa perdería todo sentido. Así, las coordenadas temporales en este universo indescifrable se rigen por la oposición “antes-después”, orientada siempre a un punto de referencia que generalmente sirve como delimitación semántica entre el pasado y el futuro. Otros datos básicos que sirven de referente temporal al discurso bursátil son los movimientos consustanciales al mercado: apertura –primeros precios–, alzas, bajas, “al darse la vuelta”, al cierre –últimos precios–, “dentro de un momentito”, “espera un segundito”. Esta dependencia temporal de los factores y cambios circunstanciales del día a día no son exclusivos del discurso bursátil, ni de la comunicación especializada. Pongamos otro ejemplo:

Jesús: Sí
 Carlos: ¿Eh/ sí/ Josechu?
 Jesús: Sí, ¡hola!
 Carlos: Oye quería comprar/ cuatro mil Fecsa <sí>/ fuerzas/ ah/ **en los dos primeros precios que haga**
 Jesús: Mnnn dos mil **a la apertura** y dos mil <sí>/ después ¿no?
 Carlos: Ponte dos mil **a la baja**/ y si ves que tocan **al alza**/ pues/ los haces
 Jesús: ¡Vale/ perfecto!
 Carlos: ¿Vale?
 Jesús: ¡Vale!
 Carlos: Gracias
 Jesús: Adiós
 Carlos: Hasta luego.

(A-4)

Carlos ordena desde el “ahora” de la enunciación, en este caso de la preapertura (“en los dos primeros precios que haga”) la compra de 4.000 acciones de Fecsa. Jesús entiende perfectamente que los dos primeros precios se dan a la apertura (en torno a las nueve de la mañana), de modo que le indica a su cliente que compre dos mil en el primer precio y dos mil “después”, es decir, cuando suba un poco, en el segundo precio. Posteriormente, el cliente (Carlos) aclara, compra a la baja y vende al alza (“Ponte dos mil a la baja/ y si ves que tocan al alza/ pues/ los haces”). Estos últimos conceptos –alza, baja, primeros pre-

cios– sustituyen a las referencias temporales horarias y se rigen por el movimiento interno del mercado, tiempo que no puede preverse ni cronometrarse, dada su imprevisibilidad. Un valor puede tardar días en subir o segundos, al igual que los dos primeros precios de un valor pueden mantenerse toda una sesión sin cambios. Así pues, el tiempo que cuenta en la pantalla no se rige por las manecillas del reloj, sino por los caprichos del mercado y los movimientos de los inversores. Entonces, ¿dónde se sitúan las referencias? Únicamente en el contexto inmediato tanto circunstancial (“ahora” Fenosa sube con respecto al precio de la apertura) como verbal –emisión de una concreta orden de compra–. El “ahora” de la mesa de contratación puede determinarse mirando el reloj (apertura a las diez, cierre a las cinco y media), pero el “ahora” de la pantalla sólo puede concretarse conociendo de antemano “el antes y el después”, que encuentra su referencia en las circunstancias contextuales que anteceden a cualquier intercambio entre los interlocutores concretos.

Dicho de otra manera, son los actantes del intercambio comunicativo los que establecen las coordenadas temporales previas que, posteriormente, servirán como referente a futuras intervenciones. Para Carlos y Jesús, el momento concreto para vender las acciones de Fecsa es cuando “toquen al alza”, sin importar si esto ocurre media hora después de la apertura o cinco minutos antes del cierre.

2.3. COORDENADAS PERSONALES

En la contratación, las personas del discurso, aquéllas que están presentes en el momento de la enunciación, son los corredores puntuales de cada intercambio, que generalmente suelen ser dos, pero pueden llegar a ser tres o cuatro. Esto, cuando hablamos de los interlocutores directos implicados en una operación o negociación, ya que en la mesa todos son receptores indirectos del discurso de sus compañeros.

Como en todo acto de enunciación, en la conversación bursátil se produce un enunciado donde *yo* siempre es el sujeto de la enunciación y *tú* el destinatario; la tercera persona representa lo que queda fuera del marco estricto de la interacción. El locutor no es un ente abstracto, sino un individuo con una serie de cualidades sociales que se muestra a los

demás de una determinada manera. En el proceso de la enunciación, el *yo* no sólo elabora su discurso, sino que se crea una imagen como sujeto de la enunciación. Imagen que adapta a la situación específica, articulando su posición a lo largo del discurso, de tal manera que su interlocutor le reconozca de una manera y no de otra. Por otra parte, y como explican Calsamiglia y Tusón:

El uso del *yo* en público deviene un uso comprometido, arriesgado. Con su uso, el Locutor no sólo se responsabiliza del contenido de lo enunciado sino que al mismo tiempo se impone a los demás. Por esta razón se justifica que la auto referencia se exprese con otras personas gramaticales. (1999: 139)

La marca del *yo* en el habla de la contratación está fuera de este tipo de consideraciones más o menos canónicas, ya que la situación comunicativa exige al locutor que se identifique y que asuma plenamente la autoría y el riesgo de su intervención. “Yo, corredor de bolsa que trabaja en una agencia concreta, te ordeno a ti que compres diez mil acciones de Telefónica a trece treinta”. De modo que el sujeto de la enunciación no sólo se hace responsable de la operación que ordena y de su evolución, sino que su identificación valida y asegura la transacción. De ahí que, frente a lo que es común en la lengua hablada cotidiano, sea difícil encontrar en los ejemplos la expresión de la autorreferencia con otras personas gramaticales –segunda y tercera del singular, primera del plural–.

Anselmo: Cinco
 Jesús: Eso no me lo cantes/ que es muy malo
 Anselmo: ¡Vengaaa!
 Jesús: A mí esas cotizaciones no me valen
 Anselmo: ¡Vaale!/ pues con este mercado entonces no tee
 Jesús: Pues igual casi mejor
 Anselmo: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado
 Jesús: Que igual casi mejor
 Anselmo: Pues sí, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

(A-11)

El habla del locutor es unipersonal: es sólo él quien ordena y se hace responsable de la operación, de ahí que sea infrecuente que hable, al menos gramaticalmente, desde la perspectiva de un “nosotros” que englobe a sus compañeros de mesa o a los directores de la agencia; aunque en ocasiones puede utilizar la primera persona del plural para involucrar en sus necesidades al compañero que hace efectiva la operación y su seguimiento en el mercado.

Aunque resulte paradójico, es también frecuente que la presencia del emisor en el discurso no se haga verbalmente explícita con la inserción de marcas del sujeto de la enunciación en su propio enunciado; “En este caso se crea un efecto de objetividad y de verdad debido fundamentalmente a que se activa verbalmente el mundo de referencia” (Calsamiglia y Tusón, 1999: 137) En el discurso de la contratación, hay un evidente realce del “mundo de la referencia”, pero creemos que no por razones de objetividad, sino de eficacia comunicativa. La necesidad de ser rápido obliga, más que en ninguna otra actividad, a eliminar del lenguaje toda información poco relevante, en este caso las marcas del locutor –por sabidas–, pasando a focalizar el objeto del mensaje, como por ejemplo las cotizaciones del valor que se contrata:

ANA: Dígame
 ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
 ANA: ¿Perdona?
 ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
 ANA: Pues ahí te pongo
 ESTEBAN: ¡Venga! (ruido de las teclas del ordenador)
 ANA: Ahí estás

(A-2)

El tratamiento que se da entre corredores es de igual a igual, se observa una relación de proximidad, de confianza y camaradería entre ellos, aunque es más una estrategia comunicativa que una realidad. Si bien los corredores mantienen una relación profesional diaria –*dealer* con miembro del mercado– e identifican al instante la voz del otro, en la gran mayoría de los casos no se conocen personalmente ni conocen las respectivas circunstancias personales de su interlocutor. Esta estrategia de proximidad, que se pone en práctica desde los primeros contactos, facilita la síntesis del discurso, ya que en momentos de urgencia comunicativa pueden obviar ciertas rutinas verbales como el saludo. Y lo que es más importante, los interlocutores pueden prescindir de la identificación sin poner en peligro la eficacia y comprensión del mensaje. Como ejemplo, citamos algunos inicios de conversaciones entre corredores:

-Dígame
 ¿Y cómo está eso?

 - Sí
 ¡Qué!
 Eh/ nada/ estoy ahí puesto.

 - Sí

¿Oye?
¡Qué!

Así, no podemos confundir esta estrategia económica con el uso de expresiones defocalizadoras que buscan alejar o minimizar el papel del hablante a través de recursos gramaticales como la impersonalización, la omisión de la identidad del agente, las expresiones de la primera persona del plural inclusivo o expresiones en segunda persona de singular mediante las cuales distanciarse del enunciado.

En lo que respecta al *tú*, aquel para quien está específicamente construido el texto, se hace explícito a través del deíctico de la segunda persona del singular, indicativo de confianza, conocimiento y cercanía entre los hablantes. La fórmula o tratamiento social que indica respeto y distancia –como *usted*– no está presente en las conversaciones entre corredores. A menos que la intención sea ironizar o divertir al compañero. Por otra parte, es frecuente que el receptor incluya al locutor al usar la primera persona del plural, no como estrategia desfocalizadora, sino como un intento por explicitar su disposición a cuidar de los intereses de su cliente como si se tratase de los propios:

NACHO: No hombre/ si lo tengo en pantalla/ si por mercado no puedo ponerlo/ porque está a cien/ por mercado te van/ nos van a cotizar, setenta ochenta

Alex: **Iremos** con las mismas instrucciones

En general, los papeles de hablante y oyente en la contratación suelen expresarse en el discurso de manera estándar o ligeramente focalizados. Las expresiones tipo incluyen a los pronombres personales, que, en este caso, más que gramaticalizar un tipo de relación social, reflejan el tipo de relación personal y de proximidad existente entre los protagonistas de la enunciación. Las estrategias focalizadoras que dan preeminencia tanto al sujeto de la enunciación como a su destinatario, además de reforzar la egocentricidad del yo hablante o el papel del *tú* oyente, buscan, más bien, dejar gramatical y semánticamente clara la identidad de los actantes del discurso a fin de evitar equívocos en la negociación económica. Este aspecto nos recuerda la capacidad simbólica de los deícticos para la señalización, lo que nos permite hablar, con mayor precisión, de identificación.

3. MARCAS DE CONTROL DEL CONTACTO

En la mayoría de las actividades económicas, existen documentos que establecen y certifican quiénes son los agentes que intervienen en la negociación; en la Bolsa este documento no existe, es a través de la palabra –del saludo, de los mecanismos verbales que permiten la identificación– como se establecen las responsabilidades personales e institucionales. Una vez que se ha cerrado la operación de compra o venta de acciones, se rellena un formulario (*boleta*) que certifica la ejecución y fija las partes contratantes. Si la operación no llega a ejecutarse o no está cerrada del todo (cosa que puede tardar días), los registros magnetofónicos que hace la grabadora central de la mesa avalarán las órdenes que se hayan producido y registrarán legalmente a sus intervinientes. De modo que el papel que normalmente ejerce el documento escrito en otras actividades profesionales, en la Bolsa se reserva casi con exclusividad a la palabra hablada, de ahí la importancia de las marcas del contacto como mecanismos que controlan la identidad de las partes que negocian, la atención del interlocutor, la comprensión de la orden, entre otras cosas.

Jakobson es el que a partir del modelo de las tres *funciones del lenguaje* de Bühler (referencial, conativa, emotiva –rebautizadas por Jakobson como representativa, apelativa y expresiva) señala tres factores constitutivos más de la comunicación verbal con sus respectivas funciones lingüísticas: *fática*, *poética* y *metalingüística*. De las tres, así define el autor la función orientada hacia *el contacto o función fática*:

Hay mensajes que sirven sobre todo para establecer, prolongar o interrumpir la comunicación, para cerciorarse de que el canal de comunicación funciona (“Oye, ¿me escuchas?”), para llamar la atención del interlocutor o confirmar si su atención se mantiene [...] (1984: 356)

Después de Jakobson, se ha repasado y argumentado mucho en torno al criterio de clasificación y al lugar que ocupan en él las diversas *funciones* del lenguaje. Nuestro interés no es hacer una síntesis explicativa de las diversas posturas teóricas, sino describir el papel que desempeñan en la comunicación –realizaciones concretas en el entorno bursátil– aquellos mecanismos que mantienen la conexión *psicofísica* entre emisor y destinatario.

Como hemos podido comprobar, es la naturaleza misma de la comunicación en la

Bolsa la que selecciona y fija las estructuras lingüísticas utilizadas por los corredores. De ahí que las funciones de dichas estructuras sólo se puedan explicar en relación a esa concreta y peculiar realización de habla¹.

Existen dos circunstancias en la comunicación bursátil, al margen de consideraciones lingüísticas, que hacen de la gestión del *contacto* entre corredores un aspecto imprescindible para el logro de la comunicación: por un lado, las conversaciones en la Bolsa (al menos en la contratación continua) se hacen por teléfono, en ausencia de los participantes del intercambio, cosa que invalida el hecho gestual; por otro, y condicionada en parte por la anterior, la necesaria identificación mutua de los interlocutores, que tiene, aparte de la explicación obviamente comunicativa, otra de tipo técnico: establecer quiénes son las partes negociadoras y los responsables finales de la operación financiera. En este sentido tendríamos que hablar con mayor propiedad de la *función apelativa*:

Jesús: Sí
 Carlos: ¿Eh/ sí/ Josechu?
 Jesús: Sí, ¡hola!
 Carlos: Oye quería comprar/ cuatro mil Fecsas <sí>/ fuerzas/ ah/ en los dos primeros precios que haga

(A-4)

ANSELMO: ¡Esteban!
 ESTEBAN: ¿Quién eres?
 ANSELMO: Anselmo
 ESTEBAN: Dime, Anselmo
 ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

(A-8)

Otro factor contextual que incide en la importancia de la función fática en la comunicación bursátil son las interferencias y los ruidos que acompañan al hablante y a sus intercambios. El equívoco es uno de los peligros derivados de dicha condición. Para evitarlo, el corredor se ve en la necesidad de usar y abusar de los mecanismos que le permiten mantener y examinar el contacto, sobre todo en lo que se refiere a asegurar la atención de su

¹ “Lo que llamamos funciones del lenguaje, son, pues, en realidad, *funciones de los signos lingüísticos actualizados* y quizá, mejor que de funciones del lenguaje deberíamos hablar de *funciones de la comunicación*” (Vigara, 1990: 1090)

interlocutor. De tal manera que el mantenimiento del *contacto*² en la Bolsa es tan necesario e ineludible para la comunicación entre corredores como la función *representativa* – informativa–, orientada hacia el contenido, en principio primordial en cualquier intercambio especializado.

Para abrir y cerrar el canal comunicativo, el corredor, como cualquier otro hablante, echa mano de expresiones fijas, de rutinas verbales como el saludo, la identificación y la despedida. Decimos bien cuando hablamos de *identificación* y lo diferenciamos del saludo, ya que el mecanismo que abre la conversación en la contratación no pretende ser un saludo, sino una manera rápida de identificar al que está al otro lado de la línea, es decir, a la contrapartida de la negociación:

JESÚS: Sí
 ESTEBAN: ¿Oye?
 JESÚS: ¡Qué!
 ESTEBAN: Hechos a setenta
 (A-5)

NACHO: ¡Jesús!
 JESÚS: ¿Qué te han dado?
 NACHO: Que estoy hablando con un cliente/ que igual lo saco de un cliente
 (A-5)

LUIS: ¿Alex?
 ÁLEX: Sí/ ¡dime!
 LUIS: Oye no hay/ no hay papel
 (A-9)

ANSELMO: ¡Esteban!
 ESTEBAN: ¿Quién eres?
 ANSELMO: Anselmo
 ESTEBAN: Dime, Anselmo
 (A-8)

ALVARO: ¡Hola buenos días!/ soy Alberto/ ¿cómo sigue el futuro ?
 ALBERTO: Sí/ ¡hola!/ ¿qué tal?/ buenos días, Alberto/ pues mira, está ahora mismoo
 (C-1)

² “[...] un canal físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario, que permite tanto al uno como al otro establecer y mantener una comunicación” (Jakobson, 1984: 352)

Hemos organizado los ejemplos de menor a mayor complejidad de las expresiones de apertura, para terminar con un caso de saludo convencional. En el primer fragmento la identificación de los interlocutores se hace sin necesidad de rutinas verbales, los participantes se reconocen al oír las respectivas voces. El afirmativo *sí* es una fórmula habitual en la Bolsa y en los inicios conversacionales telefónicos. El corredor coge el teléfono y la sola emisión de esa breve partícula le sirve a su compañero para identificarlo y saltarse otro tipo de convencionalismos como el saludo. Una vez hecha la identificación, el imperativo *oye*, con entonación interrogativa, apela rápidamente a la atención del otro.

En los ejemplos dos y tres la conversación se inicia con la confirmación de la identificación, apelando para ello a un recurso habitual en la Bolsa, la pronunciación con entonación exclamativa o interrogativa del vocativo. En el segundo ejemplo, una vez hecha la rápida identificación, el hablante entra en materia, mientras que en el tercero, el oyente corrobora (“A: Sí/ dime”) la identificación y anima a que su interlocutor inicie la consulta. El ejemplo cuatro es un caso menos habitual, en el que el corredor no reconoce, al oír su nombre, a su interlocutor, lo que le obliga a interrogar sobre la identidad del que le habla. Por último tenemos el caso más complejo, en el que el corredor recurre a la fórmula fija y más convencional *de saludo* (“¡Hola buenos días!”), acompañado de la *rutina bursátil* de identificación. El oyente responde en consonancia con el estilo de apertura que le plantea su interlocutor, a la vez que confirma saber con quién habla (“Sí / ¡hola! qué tal”). En cierta manera, el hablante que abre la comunicación condiciona el comportamiento verbal de su receptor, que abandona por un momento el estilo bursátil para acercarse a formas de apertura más complejas.

En cuanto al cierre de la comunicación, también encontramos una tendencia a su simplificación, sin que se llegue a la elisión como en las rutinas de apertura. Las fórmulas empleadas suelen ser las habituales en el registro coloquial (*vale, venga, hasta ahora, hasta pronto, adiós*):

BEA: Están comprando al tres cuatro
ANTONIO: Vale/gracias.

(A-1)

ANA: Pues ahí te pongo
 ESTEBAN: ¡Venga! (RUIDO DE LAS TECLAS DEL ORDENADOR)
 ANA: Ahí estás
 (A-2)

NACHO: Si es que no la puedes cubrir con nada
 JESÚS: °(aja)°
 NACHO: Un
 JESÚS: Vale
 NACHO: Venga.
 (A-3)

JESÚS: No hombre, debe estar pasando algo/ ya me voy a quedar fuera/ yo te llamo cuando decida/ ¿vale?
 NACHO: ¡Venga, hasta ahora!
 (A-5)

JESÚS: ¡Vale/ perfecto!
 CARLOS: ¿Vale?
 JESÚS: ¡Vale!
 CARLOS: Gracias
 JESÚS: Adiós
 CARLOS: Hasta luego.
 (A-4)

JESÚS: °(Vale)° (RUIDO DE FONDO DE OTRAS CONVERSACIONES)
 NACHO: ¿Vale?
 JESÚS: Hasta luego/ (silbido) ¡oye! ((...))
 (A-5)

Como puede verse en los ejemplos, “vale” es la fórmula preferida por los corredores para dar por terminado el intercambio y la operación. El vocablo tiene doble función: una apelativa (el corredor interroga al oyente sobre el fin de su emisión o si, por el contrario, tiene otra consulta; esta función la comparte con el vocablo “venga”); la otra sirve para confirmar que se ha realizado la ejecución de la orden o que toda la información solicitada se ha dado, con lo que puede darse por cerrada la comunicación:

JESÚS: ¡Vale/ perfecto!
 CARLOS: ¿Vale?
 JESÚS: ¡Vale!
 CARLOS: Gracias
 JESÚS: Adiós
 CARLOS: Hasta luego.
 (A-4)

En suma, la tendencia general en las conversaciones bursátiles, sobre todo en la contratación, es a simplificar al máximo las rutinas de apertura y cierre, reduciéndose en la mayoría de los casos a fórmulas sencillas que buscan, en el caso de la apertura, la identificación de los interlocutores. Si el reconocimiento del otro se da con sólo escuchar la voz del otro, los hablantes se limitan a apelar brevemente a la atención de su interlocutor (*¿oye?, sí, dime, ¡Jesús!*) e inician el intercambio. En este caso, como en muchos otros, la necesidad de ser rápidos e ir directo al objetivo comunicativo –ordenar o demandar información– propicia la simplificación de las rutinas de apertura y cierre, y, en el caso del inicio, hasta la elisión.

Como consecuencia de la naturaleza telefónica del canal de comunicación bursátil, el corredor se afana en examinar la atención de su interlocutor. Es importante para ambos participantes estar seguros de que el otro ha entendido el mensaje y actuará en consecuencia; de ello depende parte de su competencia comunicativa y sus éxitos laborales. Una equivocación a la hora de emitir una orden o de recibirla, por ejemplo entender ‘comprar’ por ‘vender’, puede hacer perder al corredor y a su agencia mucho dinero. Esto hace que los mecanismos relacionados con el control del contacto, las llamadas *expresiones verificativas*, sean tan necesarias en la Bolsa:

Sirven a los sujetos para hacer a su interlocutor (en estos casos, hablante protagonista) una rápida constatación de que el canal sigue (por su parte) abierto y la atención despierta: (Vigara, 1990: 1094)

Al igual que en las expresiones de apertura y cierre, existen fórmulas –marcas fáticas– más o menos estereotipadas, comunes al habla de distintos corredores, que sirven al hablante para examinar la atención de su interlocutor o para invitarle a intervenir. Una de esas marcas prototípicas de las conversaciones bursátiles es *oye*:

NACHO: ¡Oye!
 JESÚS: ¡Qué!
 NACHO: Se ha operado a un siete cuatro/ ahora /¿eh?

Jesús: Sí
 Nacho: ¿Oye?
 Jesús: ¡Qué!
 Nacho: Hechos a setenta

NACHO: ¡Oye, Cris!/ ¿no me das ese dos un [cuarto, macho, que tengo ahí?]

[¿: Me han dado el ocho/ el último]

CRISTINA: Pos lo estoy intentando, pequeñín

La función fático-apelativa de *oye* en estos ejemplos, desde un punto de vista formal y semántico, es clara. Es el preferido de los corredores a la hora de llamar la atención de su interlocutor, sobre todo al inicio de la ilocución, ya sea interrogando la escucha o demandándola, en tono exclamativo. También puede actuar como refuerzo del acto ilocutivo, como en la acción de ordenar la compra de unas acciones,

JESÚS: Sí

CARLOS: ¿Eh/ sí/ Josechu?

JESÚS: Sí, ¡hola!

CARLOS: Oye quería comprar/ cuatro mil Fecsas <sí>/ fuerzas/ ah/ en los dos primeros precios que haga

(A-4)

o para encabezar una información relevante para la negociación:

ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

ESTEBAN: Nada macho/ me están pagandooo/ el seis cinco, ahora mismo

ANSELMO: ¡Joder!

(A-8)

En posición interior, actúa como un elemento que enfatiza una parte del enunciado, en este caso, con un valor argumentativo muy claro, reforzar la afirmación del hablante: “la nota de análisis puede esperar”. Véase otro caso:

JAVIER: Sí laa/ hombre es que estamoos/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ no es que no hagamos nada/ estamos ahí a ver siii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí / pues, oye/ ya habrá una nota, de análisis recomendandooo/ el valor/ yyy

(C-2)

Con ese mismo valor enfático, en este caso, sirve para defender la valoración positiva que hace el corredor de las acciones de Aguas de Barcelona, de modo que sirve como refuerzo de un acto ilocutivo implícito, una recomendación de compra:

CARLOS: [Por eso te digo/ o sea /yo cre que está/ oye te advierto que lo de Aguas/ o sea/ es una commpañía/ a brutal/ porque es/ <sí sí> ¿eh?/ una compañía, buenísimaaaa, <a mi me gusta> tal/ y además muy serios/ y todo <sí, sí>/ ¿eh?/ yo me acuerdo que estuvimos viéndolees/ macho <uju>/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, ¡apelotantes!/ y todo ¿eh?/ pero lo que pasa que, bueno

(C-4)

Mucho más frecuente que *oye*, sobre todo en el caso del lenguaje de *las ventas*, es el uso de la partícula *¿eh?* que sirve al corredor, en su papel de informador –exposición monologal–, para apelar a la atención de su interlocutor y mantenerla activa. En estos casos también funcionan como reforzadores de lo dicho y de la argumentación del hablante:

JAVIER: Pues te la mando yo ahora mismo eh/ **¿eh?**/ te la mando yo ahora mismo/ lo que pensamos es queee/ aquí los valoramos mejor/ de los queee/ que los queee/ lo/ de lo que lo ha valorado el mercao <mm>/ **¿eh?**/ y, pensamos/ que que hay que comprar <mm>/ hay que comprar de formaaa/ bastante agresiva/ a estos niveles <ajá>/**¿eh?**/ ha bajado pues casi un cinco por ciento en dos días/ yyy/ no está del todo justificado <ajá>/**¿eh?**/ entonces eeeh/ nosotros los resultados pues/ nos parecennn/ bastante buenos/ lo que pasa es que, en el mercado ha sentado bastante mal/ queee/ la actividad del refino, y *marketing* bajen una treinta y ocho por ciento <ajá>/**¿eh?**/ que si bien se ha visto compensada poor/ la/ la aumento, de la actividad química/ lo que pasa es que la actividad química es cíclica y entonces/ en la lecturaaa/ de la mayoría de análisis es que/ pues bueno perdido calidad/ esos beneficios ¿no?/ pero, aquí piensan que está garantizado/ eeeh/ ese esa esa subida/ de de un veinticinco por ciento a lo largo del año/ eh entonces/ eeh/ ha sido la la/ el castigo, desmesurao/ y una vez pues eeeh/ encuentre/ el valor un ciertooo/ acomodo/ **¿eh?**/ o sea/ se paren/ esas ventas/ agresivas, pues hay que comprar de formaaa/ activa <ajá>/**¿eh?**/ entonces yo ahora mismo te pongo por fax eeeh/ la nota <mm>/ **¿eh?**/ que sacaron

(C-2)

Como muestra el ejemplo, el corredor abusa de la partícula *¿eh?*, en parte por las pocas muestras de atención de su interlocutor, cosa que le obliga a incrementar sus llamadas de atención. Por otro lado, es una manera de reforzar sus opiniones y darle la oportunidad a su cliente para cuestionar lo dicho. Las partículas *eeeh*, con alargamiento vocálico y sin entonación interrogativa, sirven al corredor para mantener abierto el uso del canal o rellenar los vacíos surgidos en su comunicación.

Véanse otros ejemplos del uso de *¿eh?*, en esta ocasión en *la contratación*:

ANTONIO: Cómprame diez al tres tres
CARLOS: Vale/ lo está metiendo **¿eh?**
BEA: Yyyy/ diez/ nueve/diez
ANTONIO: Vale, gracias
BEA: Vale a ti.

(A-1)

Nacho: ¿Vamos a ver qué pasa macho?/ sigo con oferta de ahí, al ochenta **¿eh?**// tú es que estás jodido ahí/ porque tienes un ocho uno, tío/ el cliente/ ¿y qué te dice el tío?

(A-2)

CRISTINA: Pos lo estoy intentando, pequeñín
NACHO: Pos lo están dando ahí, **¿eh?**

(A-5)

MANOLI: Estás como mejor oferta // está doce a dieciocho/ le han dao al doce/ no le dejan respirar, ¿eh?

LUIS: Bueno/ tampoco hay demasiado volumen ¿no?

(A-7)

En estos otros casos, donde el cambio de turno en el uso del canal es más equitativo, la función de *¿eh?* como controlador del contacto y como reforzador de lo dicho es la misma. Es interesante ver cómo refuerzan la idea central del intercambio y apelan a la atención del interlocutor sobre dicha importancia: se refuerza la confirmación de la ejecución de una orden (“Vale/ lo está metiendo *¿eh?*”), se enfatiza la posición concreta del corredor en la pantalla (“sigo con oferta de ahí/ el ochenta *¿eh?*”), o se reafirma una observación sobre el comportamiento del mercado (“Pos lo están dando ahí *¿eh?*”), (“no le dejan respirar *¿eh?*”). Y con un valor netamente fático-apelativo tenemos estos otros ejemplos:

NACHO: No/ ponme ahí a ver si me dan

CRISTINA: ¿Eh?

NACHO: Déjame ahí a ver si me dan

CRISTINA: No te oigo, ¿eh?

(A-5)

ANSELMO: ¿**Eh?**/ ¿qué me has dicho? (())/ no te he escuchado

JESÚS: Que igual casi mejor

(A-11)

Otra marca de control del contacto habitual en el habla cotidiana es *¿no?*, que en la Bolsa desempeña las mismas funciones que *¿eh?*, pero su uso entre los corredores es menor:

Nacho: Entonces me vas a mandar lo de Repsol/ y esto del comité **¿no?**

Pedro: Eeeh/ pero en do yo/ yo va a seer/ eeeh/ el mismo camino que fue en Argentaría o fue en el caso deee/ **¿no?**

Otras formas de examinar el contacto, como *¿entiendes?*, *¿sabes?*, *¿ves?*, *¿comprendes?*..., son poco habituales y casi inexistentes en las conversaciones bursátiles, que optan por la simplificación y se decantan por formas más sintéticas pero igual de eficientes.

Las expresiones denominadas (*auto*) *estimulantes conversacionales* y *expresiones retardatorias* son otros ejemplos de partículas con valor fático muy rentables, ya que permiten al corredor hacer tiempo, mientras completa una información o mientras espera un resultado, sin perder el uso del canal.

La exclusiva actualización oral y el cambio frecuente de las condiciones contextuales, obligan al corredor a apurar su mensaje, a descuidar la estructuración formal y, en definitiva, verse obligado a la improvisación formal. En un intento por mantener activa la tensión ilocutiva, el corredor recurre a una serie de mecanismos que le permiten conservar el uso del canal comunicativo, a pesar de que no tenga nada que decir o que deba esperar un cambio en el mercado para continuar con su intervención:

RAFA: Pues las que pusimos a ochenta y dos/ no sé cuántas me han dado/ **espera** a ver, un segundo/ **espera** a ver/ **espera** que lo pregunto/ quédate en línea ¿eh?
(D-11)

NACHO: Ahora sé queda/ por el ciego <ajá>/ se queda ahora mismo/ siete tres a ochenta/ en el ciego// **espérate** que lo están dando, tío// **espérate**// un segundito ¿eh?
(A-5)

GUSTAVO: ¿Por qué están vendiendo?// ¿está pasando algo por ahí?
[¿: la demanda del diez/ la demanda del diez está ahí]
SUSANA: Pues no lo sé/ no/ no sé/ pero están dando/ a lo bestia
(A-6)

LUIS: Bueno/ tampoco hay demasiado volumen ¿no?
MANOLI: No no no no/ no hay volumen // le dan hasta el diez otra vez / ¡hasta el siete han dado!
(A-7)

Vemos cómo en los dos primeros ejemplos el verbo *esperar*, en ocasiones como imperativo, le permite al corredor mantenerse en el uso del canal mientras espera un resultado que le deje seguir avanzando temáticamente. En el último ejemplo, la corredora usa la repetición de la partícula negativa para ganar tiempo y seguir “retransmitiendo” a su interlocutor lo que va ocurriendo en la pantalla del mercado.

Es frecuente que el corredor titubee o dude antes de retomar el hilo discursivo y avanzar en la información:

MANOLI: Jen// dos/ esta están poniendo dinero/ aún se han puestooo/ esta quince, hasta ahora/ ya no te queda un buen nivel para comprar/ estos diez (PAUSA LARGA)

(A-7)

ALBERTO: ¡Ah joder!/ vale <vale> vale/ pero pero no me cuelgues/ cuelga si quieres al mercado

(A-9)

LUIS: *Yes* (()) vale/ un poquito mejor/ vale/ yo creo que lo que lo, tenemos un poquito controlado ¿no?

(A-10)

CARLOS: Sí/ pero yo no sabía si eran buenas o no, entonces

ANA: ¡Ah!/ vale/ vale vale pues aaa/ se han marchadooo/ hace diez minutos si los quieres llamar ya, o en dos <vale ya>/ cinco diez minutos vuelven

CARLOS: Venga, vale

ANA: Hasta luego.

(A-13)

Debemos tener en cuenta que sobre todo en la contratación, los cambios en las condiciones de la negociación pueden ser rápidos e inclusive bruscos. El corredor se ve sometido mientras habla a dichos cambios, que le obligan a reestructurar su mensaje sobre la marcha y a improvisar fórmulas que le permitan mantenerse en el uso del canal mientras reelabora su mensaje.

En suma, nuestro interés no era otro que poner de relieve la importancia que tiene para la transmisión oral en la Bolsa la función fática, además de describir las marcas de control del contacto más usadas por los corredores. Como ha podido verse, un lenguaje especializado, cuyo primer objetivo comunicativo es la transmisión de información, no puede prescindir de esta función, ya que sería imposible emitir un mensaje restringiéndolo a sus elementos estrictamente informativos. Las marcas fáticas permiten al corredor abrir, cerrar e identificar a su interlocutor, mantener activa la escucha y examinar la atención de su receptor, rellenar los huecos informativos mientras reestructura su mensaje, ganar tiempo sin perder el uso del canal comunicativo, hacer progresar y orientar la comunicación.

4. EL ORDEN PRAGMÁTICO: LA DESPREOCUPACIÓN FORMAL

Después de describir las circunstancias contextuales que rodean la *contratación*, las características del interlocutor prototípico y las necesidades comunicativas de la orden, pasaremos a describir las huellas dejadas por estos condicionantes en la estructuración sintáctica del enunciado. De ahí que el objetivo principal de este apartado sea *el orden de las palabras* en la contratación bursátil y las razones que explican su alejamiento de los modelos abstractos “ideales” que nos proporciona la gramática. La perspectiva comunicativa que inspira nuestro estudio nos lleva a seguir y describir las pistas que deja la expresividad y las necesidades comunicativas del hablante en el lenguaje.

Como planteamos ya en anteriores capítulos, el lenguaje bursátil es producto de una actividad especializada que exige al lenguaje precisión, claridad y cierta lógica operativa. Sin embargo, no debemos olvidar que se trata de una modalidad oral, condición que lo acerca a una organización espontánea del mensaje. Aquí se nos vuelve a plantear el aparente conflicto entre *uso especializado* y *expresión oral*. Creemos que precisamente esta dicotomía debe necesariamente centrar nuestro estudio, con el fin de explicar cómo un discurso desordenado, sintético–casi telegráfico–, elíptico..., en definitiva, críptico, puede responder perfectamente a las necesidades comunicativas de un grupo de hablantes en un contexto altamente especializado y previsiblemente formal.

Esta perspectiva nos permite, por un lado, estudiar cómo la estructuración pragmática del enunciado, regida más por las necesidades comunicativas que por criterios formales, no arriesga la claridad, precisión y objetividad del discurso en la contratación y, por otro, cómo el contexto especializado no coarta ni anula la espontaneidad expresiva. A su vez intentaremos mostrar cómo la libertad a la hora de estructurar el mensaje puede llegar a generar un discurso comunicativamente eficaz e informativamente preciso para una labor altamente especializada como es la bursátil.

Para ello es imprescindible contar no sólo con un análisis morfológico y sintáctico, sino también pragmático que nos permitirá conectar lo dicho con la situación comunicativa y la intención del que habla. Es indudablemente el enfoque pragmático el que puede expli-

car cómo el corredor, al igual que cualquier otro hablante en situación prototípicamente coloquial, improvisa su mensaje siguiendo como única norma los impulsos de su pensamiento, sin detenerse a reflexionar sobre la corrección de su expresión. Esta libertad formal responde, en parte, a las prioridades comunicativas del corredor en la contratación, ya que la organización estructural del enunciado depende en gran medida de los datos que el corredor necesita focalizar para conseguir, sobre todo, rapidez enunciativa e interpretativa. Un hecho cierto es que la corrección expresiva no forma parte de las necesidades comunicativas del corredor, ni siquiera es un factor que considera y menos que le preocupe, sencillamente está fuera de sus expectativas y de las constantes del estilo bursátil. De modo que no debemos hablar de “desorden”, sino de “orden estratégico”.

Este orden no sólo contribuye al sentido global del mensaje, sino que proporciona a su interlocutor las pistas necesarias de las prioridades y de las necesidades urgentes de su colega. En el caso del ejemplo siguiente, el corredor desplaza a la izquierda el elemento verbal (V. CC. S. OD.) a fin de focalizar la acción que le interesa realizar, *una venta*.

Véndeme a quince/ Manoli/ los diez

Junto a enunciados como el anterior, más o menos ritualizados, consecuencia de un ejercicio sistemático de los objetivos comunes al grupo –corredores que venden y compran acciones–, encontramos también manifestaciones claras de espontaneidad expresiva que creemos responden a una adecuación o adaptación del lenguaje a las condiciones –variables e imprevisibles– de la comunicación bursátil. Como ya hemos señalado, en la Bolsa no todo está atado y bien atado. Si por un lado es verdad que el corredor parte de una serie de premisas que intentan predecir el curso de la sesión y la evolución del mercado, y que someten a la organización textual a pautas más o menos preestablecidos, por otro lado, es frecuente que esa situación que se ha pretendido ensayar desborde las expectativas, sorprenda al corredor y lo someta a circunstancias en las cuales sólo cabe improvisar y estructurar el mensaje sobre la marcha.

ANSELMO: ¡Esteban!

ESTEBAN: ¿Quién eres?

ANSELMO: Anselmo

ESTEBAN: Dime, Anselmo

ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

ESTEBAN: Nada macho/ me están pagando/ el seis cinco, ahora mismo

ANSELMO: ¡Joder!
 ESTEBAN: Es que le está pegando una leche de cojones
 ANSELMO: ¿Qué hacemos?
 ESTEBAN: Con lo que tú quieras
 ANSELMO: No joder pero/ oriéntame un poco, macho
 ESTEBAN: Yo creo que va a recuperar
 ¿: Aló, te estoy dando a setenta (VOZ FEMENINA DE FONDO QUE HABLA EN LA MESA)
 ANSELMO: ¡Aaah! (miedo)/ vale perdónname/ vamos a esperar/ venga, vale
 ESTEBAN: Venga/ hasta luego.

(A-8)

En el anterior ejemplo, Anselmo se ve sorprendido por una situación que no preveía, la bajada brusca de la cotización de las acciones que pretendía vender en esa sesión. Si realiza la operación en ese momento concreto (“me están pagando/ el seis cinco /ahora mismo”) perderá dinero. Por ello, se ve obligado a tomar una decisión urgente, sobre la marcha, de ahí su demanda: “¿qué hacemos?”. La respuesta de su interlocutor sí responde a una estrategia rutinaria: el corredor miembro del mercado pregunta a su cliente qué quiere hacer y cuáles son sus nuevas órdenes. La respuesta del cliente (“No ¡joder!/ pero oriéntame un poco/ macho”) es suficientemente reveladora de su desconcierto y de lo difícil que supone responder inmediatamente ante una situación imprevista. Las interjecciones exclamativas (“¡joder!”,”¡Aaah!”), las repeticiones (“vale”), son índice de un discurso espontáneo, improvisado al calor de los cambios bruscos en la situación comunicativa.

Como hemos apuntado repetidamente, nuestro interés es abordar el análisis del discurso bursátil desde sus concretas realizaciones y no desde, por un lado, las teorías que describen las constantes del lenguaje especializado, y por otro, aquéllas que delimitan las del lenguaje o la conversación coloquial. Pensamos que la realidad del lenguaje bursátil es, como muestran los anteriores ejemplos, compleja y variada, así que no pretenderemos forzar artificialmente los textos registrados, en un intento vano por hacerlos encajar en alguna de las citadas disciplinas.

En el registro conversacional bursátil, la urgencia enunciativa propicia, como en el cotidiano, un alto grado de improvisación formal, y por lo tanto de una mayor libertad sintáctica, en la que se suele anticipar la palabra al desarrollo de la idea. Por otro lado nos preguntamos hasta qué punto un entorno y unas circunstancias predecibles pueden condicionar, hasta hacerla prototípica, las organización de los constituyentes sintácticos. En lo

que respecta a la Bolsa debemos diferenciar entre un cierto grado de planificación previa – en cuanto lenguaje especializado– y la improvisación formal en el momento mismo del acto enunciativo; más aún cuando hablamos de una condición enunciativa compleja, casi siempre tensa, urgente y condicionada por múltiples factores distractores.

4.1. LA DISLOCACIÓN SINTÁCTICA

Comenzaremos por destacar el hecho de que hay en nuestra lengua un orden, fijado históricamente, al que podemos llamar lógico, lineal u objetivo, según la orientación. Este orden en español sería: *sujeto + predicado* (V. + O.D. + O.I. + C.CS); esquema que representa para la Real Academia el *orden lineal* o la construcción *descendente*, ya que las partes de la oración se ordenan de tal manera que cada uno de los constituyentes condicione al que precede. La alteración de este orden produce un enunciado expresivo en donde:

El hablante presenta a su interlocutor el contenido de su mensaje en sucesivas imágenes (mentales) que siguen el orden que marca su subjetividad, obligándole a percibir su comunicación en estadios organizados espontáneamente en este preciso momento vital, envolviéndole en un mensaje que responde a sus propios impulsos personales (Vigara: 1992: 75)

Este segundo orden queda fijado por el contexto y refleja la necesidad del que habla. De esta manera, las palabras se ordenan en virtud de estos dos factores, cuyo objetivo es reconciliar la necesidad de ser comunicativo (orden pragmático) con la obligación de ser claro y ordenado (orden sintáctico).

En la *contratación*, el factor fundamental que agrupa y organiza los diferentes elementos formales es la intención comunicativa que guía a los interlocutores. Como ya se ha adelantado, la necesidad de ser rápido sin poner en peligro la comprensión hace que los hablantes intenten desplazar ciertos componentes de la oración, generalmente a los primeros puestos con el fin de focalizarlos, facilitando así a su interlocutor la comprensión. Esto hace de la *dislocación sintáctica* una de los recursos estructurales más utilizados por los corredores. Efectivamente, lo que tradicionalmente puede significar una desviación de la organización lineal y por ello un alejamiento del carácter formal que se espera en un len-

guaje especializado, en la Bolsa es producto de una necesidad comunicativa intrínseca a la labor bursátil y, por tanto, ineludible.

A continuación repasaremos algunas situaciones comunicativas en las que el hablante se ve en la necesidad de desplazar algunos constituyentes de la frase.

Uno de los desplazamientos más habituales tiene como motivación comunicativa focalizar al sujeto de la enunciación y no al del enunciado, de manera que el sujeto (Manoli) pasa a posiciones intermedias. Además, como se puede ver en el ejemplo, el corredor que emite la orden apela al oyente directamente, con el objetivo de examinar o medir el grado de atención de éste. Así, la posposición del sujeto, que no suele alejarse del verbo, permite al corredor centrar el interés de su oyente en el tipo de operación que desea realizar.

Véndeme a quince/Manoli/ los diez

Me ha mandado/ el tío /a hacer pijos

Es frecuente que este tipo de desplazamientos respondan a un deseo por destacar a las personas que intervienen en la negociación; de esta manera se precisan los términos de la operación y se suple la falta de un documento escrito:

Yo tengo vuestraaas/unas campofrío.

En la organización textual bursátil, lo importante del intercambio de orden entre objeto directo y objeto indirecto, nada raro en la flexible sintaxis española, hay que buscarlo en el nivel inferencial, para obtener así una información adicional a la que se obtiene sólo a nivel lingüístico. Como adelantamos, al corredor lo que le interesa es explicitar las personas que intervienen en el intercambio financiero. Claro que habría que apuntar algo a este respecto en el contexto: el hablante llama a su corredor (miembro del mercado) para hacer un recuento de las acciones y de las operaciones que tienen en común, a fin de conocer la evolución de las mismas. Este primer enunciado encabeza el intercambio; el hablante lo primero que quiere es concretar qué tipo de valores le interesa repasar. De ahí el despla-

zamiento del objeto referido a la última posición, ya que lo que importa comunicativamente en ese instante es dejar claro a quién pertenecen las acciones.

La mayoría de los desplazamientos que observamos en el discurso bursátil responden a una necesidad expresiva muy clara y hasta evidente cuando hablamos de la Bolsa: lo primero que hace el hablante es especificar claramente a su interlocutor *el precio* de compra o venta, es decir, la casilla, el espacio en el cual quiere poner sus fichas a jugar dentro del tablero del mercado, lo que propicia los desplazamientos de los complementos circunstanciales al principio del enunciado.

Al ciento cuatro/siete tres/compro cien/ del doce un cuarto

Siete seis está ya

SUSANA: Dieciocho a/ dieciocho a veinte, ahora/ están comprando a veinte/ pero ponen más oferta a veinte/ treinta y ocho contra cincuenta y dos (pausa larga)

ÁLEX: Sí cuarenta y dos setenta y cinco/ el último cambio/ y hay dinero, a cuarenta y seis

Ejemplos como este se repiten continuamente en todos los enunciados que tienen como acto de habla principal ordenar la compra o venta de acciones. Está claro que el desplazamiento responde a una necesidad comunicativa: realzar o focalizar el precio de las acciones, como la información más relevante y la primera que debe quedar clara al interlocutor. Por otro lado, el precio de las acciones es el dato que suele tener mayor movilidad, ya que las cotizaciones oscilan a lo largo de la sesión, mientras que el tipo de acciones y la cantidad que se negocian suelen ser datos que permanecen estables.

Como puede verse en los ejemplos, el fenómeno de la alteración del orden “lógico” de las partes del enunciado es frecuente cuando hablamos del discurso bursátil y, a pesar de que en ocasiones se abandona casi por completo el orden gramatical, esto no llega nunca a suponer un peligro para la comprensión ni la efectividad del mensaje. Si no, echemos un vistazo al anacoluto, una de las incorrecciones sintácticas más frecuentes en la lengua hablada –de la cual no está exenta el habla bursátil– y que se manifiesta, en su generalidad,

en una mala concordancia sintáctica que hace fracasar la buena lógica del lenguaje, pero que no frustra las expectativas comunicativas de los hablantes:

PACO: Es que/ a un bien mi amigo le ha llegao, de dos sitios diferentes/ el mismo dato <sí>/ y yo te digo de dónde son <sí>/ por eso mi llamada corresponde/ lo siguiente para saber si / si ellos tienen el mismo dato que yo/ y no/ y no es mi/ o sea/ no procede de mi ((...))

(A-17)

Cuesta aceptar que un enunciado así organizado pueda tener algún valor comunicativo y menos entre hablantes que llevan a cabo una negociación financiera, es decir, un intercambio especializado. Está claro que tendríamos que reconstruir las circunstancias y las necesidades comunicativas puntuales del hablante en el momento del intercambio para comprender el porqué de esta desconcertante organización discursiva. A simple vista, podemos apuntar que el hablante atropella su discurso, titubea, vacila, debido a que sus ideas surgen más aprisa que sus palabras. Sin embargo, lo más interesante de este fenómeno es cómo el oyente reconstruye perfectamente todo el proceso y llega sin dificultad al sentido global del enunciado: el corredor emisor se pone en contacto con otro compañero para compartir y contrastar un dato, difundido a modo de rumor por un buen amigo –fuente fiable– que a su vez lo recibió de dos fuentes distintas. La organización del discurso depende enteramente de la manera como el hablante va colocando, a medida que enuncia, los elementos que él considera prioritarios: en este caso, la relación de amistad con el informador que garantiza la fiabilidad del soplo (“Es que a un bien mi amigo”) es el dato más relevante.

Como ya es sabido, en español, lo frecuente es la elisión del sujeto gramatical, ya que la desinencia verbal lo contiene y permite identificarlo sin problemas; por otro lado, en la conversación, el sujeto de la enunciación está, por necesidad, presente y se puede recuperar a partir del contexto o a partir del saber compartido, sin que sea necesario que aparezca de forma expresa. En el caso de la Bolsa, en la que la mayoría de las conversaciones son telefónicas, los interlocutores tienen el recurso de la identificación de voz, cosa que evita el equívoco y hace innecesaria la explicitación verbal del sujeto. En consecuencia, la simple aparición de éste será en la mayoría de los ejemplos una manera de realce, bien por su expresión explícita, o bien porque aparezca fuera de la posición primera o neutra.

NACHO: ¡Vale!/ pero **darme no/ darne no/** sí hay dinero a siete seis, ahora mismo/ ¡espérate!!// a ver cómo se queda que, está/ yo estoy en segundo ahora, yo no estoy el primero/ espérate que está entre paréntesis a ver// han comprado el ochenta, macho// han comprado el ochenta, ahora mismo, ahí

(A-5)

No hombre no/ pero que no/ que **yo** me encargo/ <sí> sí/ **yo** me encargo/ sí/ porque **yo** centralizo esto.

(C-2)

En ambos casos se hace una mención expresa del sujeto y hasta se abusa de su uso, como ocurre en el segundo ejemplo. En el primer fragmento la explicitación del yo enunciador está justificada por la necesidad de dejar claro al corredor que coloca sus acciones en el mercado cuál es su “posición” en la pantalla, dónde está colocado, para que puedan identificarlo y comprar sus acciones lo antes posible. En el segundo ejemplo, el corredor busca tranquilizar a su cliente, que duda de su efectividad y competitividad laboral, resaltando su papel como responsable de promocionar la colocación de acciones de telefónica. El corredor necesita que su cliente se sienta seguro y confíe en la efectividad de su labor, en este caso, comercial. De ahí la explicitación enfática de su compromiso personal con la operación.

Veamos otras situaciones en las que el hablante opta por el desplazamiento del sujeto de su habitual primera posición.

Después de media hora me ha colgado **el cabrón**

Me ha mandado **el tío** a hacer pijos.

En ambos ejemplos, la presencia explícita del sujeto responde a razones puramente expresivas, hasta podría decirse que de descarga emocional, ya que no tiene ninguna relevancia ni para la comprensión del mensaje ni para la evolución temática. Como se puede ver, el sujeto se desplaza tanto al centro como al final de la oración. El cambio produce cierto desorden en la expresión y dirige la atención del interlocutor hacia el juicio subjetivo del hablante.

En otros casos, es el papel del oyente el que se ve realizado o reafirmado; el corredor necesita el compromiso del otro con respecto al mensaje emitido, sentir que está acompañado y que comparte sus mismos intereses y preocupaciones.

De todas maneras/ **macho**/ estos bandazos no los puedo entender.

NACHO: ¿Vamos a ver qué pasa **macho**?/ sigo con oferta de ahí, al ochenta ¿eh?// tú es que estás jodido ahí/ porque tienes un ocho uno, tío/ el cliente/ ¿y qué te dice el tío?

(A-5)

Junto a los elementos personales, el hablante puede poner de relieve casi cualquier elemento de su enunciado. De esta manera, un elemento no personal puede convertirse, gracias a su desplazamiento, en el anticipo de la información que sigue o en el foco sobre el cual fijan su atención los interlocutores.

El *sustantivo* (o, en su lugar, el pronombre personal o cualquier elemento sustantivado), que es por excelencia el término designador de una realidad extralingüística (que, en este caso, el hablante quiere hacer particularmente presente a su interlocutor en su mensaje), es, lógicamente, el más frecuente en cualquiera de sus funciones. (Vigara: 1992: 92)

En la contratación, las palabras que se adelantan como anticipo de la información, advierten al oyente sobre el cambio de asunto y, casi siempre, de contexto cognitivo.

Hombre **Repsol**/ eh/ os/ habéis recibido una nota con el acuerdo con los resultados de Repsol.

Telefónica/ lo del análisis lo dejamos para la semana que viene

Fecsa le pegaron ayer/ a tres mil diez compré yo/ quinientos titulillos/ para un cliente

En estos casos, los sustantivos adelantados buscan centrar rápidamente al oyente en el tema puntual de la enunciación, sobre todo cuando se introducen variaciones. Este es un recurso “telegráfico” que permite evitar los equívocos cuando, en un mismo intercambio, se suele dar mucha información sobre diferentes empresas y valores.

La necesidad de focalizar el objeto de interés del intercambio económico, es decir, las acciones, propicia el desplazamiento del OD, lo que ayuda al corredor a centrar la atención de su interlocutor sobre la parcela de la realidad (del mercado) que necesita tener pre-

sente para llegar con mayor facilidad a la información que se le demanda. El corredor empieza por nombrar el valor que le interesa contratar, para, posteriormente, especificar la cantidad o el precio que se quiere negociar. Es una estrategia rápida y eficaz de centrar al oyente en el tema de la negociación:

Esto está firme ¿no?

Oye Ana/vamos a ver/ **Sarrió**/ conmigo dos mil titulillos me los dejáis lo mejor que pueda.

Los Obrascones/ a mil cuatrocientas/ que si se los venderías

Menor es la necesidad que tiene el hablante bursátil de focalizar aquella información que identificamos formalmente con el objeto indirecto, sencillamente porque la información que aporta o que traslada es mucho menos relevante para su labor:

Es que **a un bien mi amigo** le ha llegado, de dos sitios diferentes.

Orden **al cliente**/ Cristina

Estos dos ejemplos son excepcionales: en el primero, dos corredores comentan un rumor que se sigue en el mercado sobre la evolución de la cotización de Telefónica. En este caso concreto, la urgencia no es la necesidad comunicativa que prevalece, sino compartir la opinión que se tiene sobre el rumor. Así, el corredor de nuestro primer ejemplo se apresura a aclarar que él no es la fuente del rumor, que no ha surgido de su propio análisis de la situación de la empresa, sino que le ha llegado de terceros. A pesar de esto, la fuente es bastante fiable: “a un bien mi amigo”. En el segundo ejemplo nos encontramos con la expresión sintética de una orden. Es raro que se use como referente “al cliente”, por inespecífico e irrelevante. Esta selección, como el desplazamiento, no ponen en peligro la correcta comprensión del mensaje, gracias a la información compartida minutos antes por los corredores. Este enunciado cerraba un intercambio extenso que seguía de cerca la evolución del valor en las pantallas y por el cual se interesaba “el cliente”. Cuando ambos corredores consideraron que las circunstancias eran propicias para entrar a negociar, uno de ellos da la orden de colocar la posición en el mercado, sin necesidad de especificar nombre del valor, cantidad de acciones o precio, por sobradamente conocidas. Así, la expresión

“Orden al cliente /Cristina”, le indica a la corredora miembro del mercado que es el momento propicio para poner la orden en la pantalla y comenzar a negociar.

Respondiendo a razones puramente operativas: de los elementos constituyentes de la oración, los que tienen mayor peso informativo son, por este orden, el objeto directo (acciones o cifras), el verbo (compro o vendo), sujeto (que suele coincidir con el hablante), objeto indirecto (ya sea el oyente o el cliente). Este orden se rompe cuando lo importante es el precio de las acciones. En este caso, y como apuntábamos más atrás, el elemento desplazado a las primeras posiciones es la cifra de la cotización (CCM). Sin embargo, y exceptuando el caso descrito, los desplazamientos del complemento circunstancial, a pesar de ser un elemento con gran movilidad en el sistema de la lengua española, son poco frecuentes en el lenguaje de la contratación bursátil y, por tanto, es uno de los elementos menos focalizados. No obstante, hemos encontrado algunos ejemplos aislados en intercambios donde los corredores no se ven condicionados por la urgencia comunicativa, y se permiten dejar a un lado las estrategias telegráficas:

De todas maneras/ macho/ estos bandazos no los puedo entender

Es que ayer/ fíjate/ con la Bolsa a tope/ Vallehermoso estaba presionando de narices

En cuanto salga Jorge de una reunión/ te contesto

Como puede verse, estos intercambios tienen como objetivo comentar acontecimientos pasados, sucedidos en anteriores sesiones, a modo de charla distendida, de ahí que se desplacen elementos poco relevantes informalmente hablando.

También son frecuentes las dislocaciones sintácticas en la modalidad interrogativa, que al igual que en las modalidades enunciativas antes descritas y respondiendo a las mismas necesidades comunicativas, desplazan con mayor frecuencia al objeto directo, como puede verse en los siguientes ejemplos,

ANSELMO: ¿Tienes siete ocho en pantalla? <sí>/ un segundito/ yo te los doy/ aaa/ al ochenta, los cien kilos, esos

¿Ves lo de Repsol?

en los cuales la información más relevante para el corredor y por ello la más desplazada es el objeto de negociación, sean acciones, oferta de compra (dinero), índices financieros, etc. Así que no es de extrañar que se pretenda focalizar desplazándolo a las primeras posiciones. Es habitual que los desplazamientos propicien la división (tonal) de la pregunta en dos partes diferentes: una constatación y la pregunta propiamente dicha, con entonación interrogativa:

JUAN: Aguas, ¿qué tal?, macho/ me interesa mucho por el tema de Adeslas/ ¿qué tal han sido los resultados?

RAFA: Ouse/ ¿qué pasa tío?/ oye/ ¿qué pasa ahora?

RAFA: Oye, ¿has hecho tu la boleta del rapaz?/ de Algodonera/ ¿la has hecho?/ pues trae/ está por ahí el rapaz en alguna parte

En los dos primeros ejemplos, el objeto directo queda fuera de la pregunta, en un intento por dar realce y fijar la atención en el objeto de interés de la comunicación. Realce que además explica la escisión del sujeto de la interrogación en las tres primeras frases. En el tercero, es el nombre del receptor el que queda fuera de la pregunta, por razones puramente apelativas y de realce; queda patente que el corredor siente especial simpatía y camaradería por este cliente, al que además admira por su valentía al tomar posiciones de riesgo. En el último ejemplo, el corredor, después de hacer la pregunta, teme que exista una confusión y aclara a qué boleta³ se refiere. Este es un ejemplo prototípico de planificación sobre la marcha.

En estos ejemplos, el hablante comienza por desplazar y segmentar aquello sobre lo que desea fijar la atención de su interlocutor para, posteriormente, hacerle comprender el sentido global del enunciado. Esta primera palabra debemos verla como la necesaria introducción que centra la atención del oyente en la parcela de información que le interesa tratar al hablante.

³ Boleta: documento que registra la orden que da el cliente al corredor para que de los fondos que tiene se extraiga una cantidad destinada a la compra o venta de valores.

Otro recurso frecuente en la contratación es la tendencia a desglosar las interrogaciones en dos o más grupos fónicos, estrategia que facilita el ahorro verbal y el esfuerzo a la hora de conectar dos sintagmas. Como veremos más adelante, esta estructura que prescinde del nexo a favor de la parcelación es frecuentemente utilizada por el corredor en este tipo de registro:

¿Ves lo de Repsol? /¿está todavía por ahí?

¿Por qué están vendiendo?/ ¿está pasando algo por ahí?

¿Dinero?/ ¿A cómo está?

¿eh?/ ¿qué me has dicho?/ no te he escuchado

Otro recurso muy común, asociado a la interrogación, es el uso reiterado de la entonación interrogativa a modo de constatación fática, donde el hablante comprueba si cuenta con la atención de su interlocutor. Esta constatación suele ser necesaria gracias a los múltiples ruidos (las campanas del *reuter*, las voces de los diferentes corredores, el sonido de los teléfonos,...) presentes en la sala y que dificultan, sobre todo, el inicio del intercambio:

¿Eh/sí/Josechu?

Luis: ¿Álex?

Álex: Sí, ¡dime!

A: Sí

B: ¡Eh!/ ¿Jesús?

PEDRO: ¿Maca?, ¿Está Ramón? (PAUSA LARGA)

MACA: Siii

RAMÓN: Sí

PEDRO: ¿Ramón?

A: ¿Oye?

B: Dime

A lo largo de esta descripción del orden sintáctico hemos observado que los esquemas habituales de estructuración formal son alterados con fines comunicativos. Hemos visto cómo el corredor juega con el orden y hace de él uno de sus mayores aliados estratégicos, sin llegar a abandonarlo por completo. Sin embargo, con frecuencia, el corredor renuncia a cualquier tipo de restricción sintáctica en favor de un orden estratégico que nos

permite hablar de una estructuración estrictamente pragmática. En ocasiones, la ordenación de los constituyentes oracionales depende esencialmente de la voluntad comunicativa del que habla, abandonando cualquier tipo de criterio sintáctico. De ahí que las palabras se ordenen según se van produciendo, con ayuda de valores entonativos, como en los siguientes ejemplos:

JAIME: Ramón/ ¡qué pasa! (POR OTRA LÍNEA)/¿una partidita?/ y no nos comemos una rosca/ ja // ya/ ya/ vale/ vale mira el problema está, en quee estee, Lefort/ que son tuyas/ ¿eh?/ está metido en una reunión, ahora mismo me llama/ eeh/ de momento sabes que teníamos más/ tres cuatro cinco/ entonces/ este hombre, ¿tú crees que tomaría?(PAUSA LARGA)

RAMÓN: Sí/ casi seguro

JAIME: Vale/ más más grandes no <sí>/ vale/ bueno/ yo en cuanto lo consiga/ y me llame Juan/ le comento la situación/ eh/ y te doyyy (()) venga/ gracias socio/ hasta ahora.

(A-19)

Es frecuente, o más bien cotidiano, que el corredor cuente con muy poco tiempo para formular su mensaje; así, cuando el tiempo escasea y el corredor necesita comunicarse por encima de cualquier otra intención, la sintaxis se vuelve oscura, aparentemente ilógica y anómala, y la comprensión del enunciado depende significativamente del contexto (orden pragmático). En estos casos, la entonación y los factores prosódicos juegan un papel importante, ya que marcan las pausas y hasta las conexiones que el oyente debe seguir para darle coherencia al mensaje. De modo que el orden de las palabras depende de los efectos de sentido que se desea transmitir.

En resumen, el corredor organiza su discurso sobre dos criterios fundamentalmente: la intención o necesidad comunicativa y las circunstancias que rodean al intercambio. Al igual que en la conversación coloquial, el orden lineal (gramatical) se sacrifica en favor de una mayor libertad, expresividad y adaptación del lenguaje a los frecuentes cambios, a veces bruscos, en la progresión temática. De ahí que el desplazamiento sintáctico sea un recurso ampliamente utilizado por el corredor, que no teme sacrificar el encadenamiento lógico de la frase en favor de un orden más flexible y estratégico, que permita al oyente acceder con mayor rapidez y comodidad al mensaje.

4.2. CONDENSACIÓN Y SINCOPIA SINTÁCTICO-EXPRESIVAS

Por un lado, hemos analizado en la estructuración del discurso cómo las circunstancias y la intención comunicativa de la orden imponen a la expresión un orden estratégico que requiere, para su comprensión, el necesario enriquecimiento que proporciona el análisis pragmático. Por otro, estudiaremos cómo la obligada:

[...] síntesis interior del pensamiento-sentimiento del hablante se refleja en un relajamiento de las relaciones semánticas: para no traicionarla totalmente, el hablante abrevia, resume, condensa formalmente su mensaje y suprime de él los pasos (lógico-semánticos) intermedios (lo sincopa), dispuesto a alcanzar lo antes posible una trabazón cerrada. [...] (Vigara: 1992: 104)

La condensación y la síntesis expresiva es una necesidad en el estilo bursátil, sobre todo, en la contratación. Si bien es frecuente la elipsis en la que la expresión es en todo equivalente a la virtual versión completa, como por ejemplo la eliminación regular de ciertas preposiciones, en la contratación bursátil predomina la elipsis que suprime de la expresión un signo que puede ser recuperado con la ayuda del contexto (lingüístico o cognitivo) previo o posterior. Efectivamente, condensación y sincopa son fenómenos de habla que no modifican el contenido ni trastornan la comprensión del enunciado en que tienen lugar, gracias a la acción del contexto y de la situación que permiten reconstruir y recuperar las unidades elididas. Es, pues, *la elipsis por supresión*⁴ el recurso más empleado por los corredores a la hora de sintetizar al máximo la expresión, confiando en que su interlocutor podrá reconstruir los elementos elididos gracias al contexto temático y al verbal inmediato.

Interesantes desde el punto de vista sintáctico son los enunciados fragmentarios o, como los designa Ana M. Vigara, “enunciados expresivos esquemáticos”⁵ que, en su condensación (elipsis formal), sintetizan diversas percepciones, intenciones, sensaciones, etc., que el hablante experimenta mucho más rápido de lo que es capaz de expresar:

⁴ “Se podría hablar, pues, de dos tipos fundamentales de elipsis: *la propiciada por el propio código de la lengua*, que, basándose en los signos explícitos, permite callar o subentender determinados elementos [...]”. “[...] y la que acontece por efecto de las concretas condiciones (extralingüísticas) de actualización del lenguaje (elipsis de supresión y de implicación)”. (Vigara, 1992: 203)

⁵ También denominados *enunciados fragmentarios* por Dubsky (1970) u *oraciones afectivas esquemáticas* por Hofmann (1958).

Espérate/ es que/es que/ no lo[gro]/ es que/ venga comunicando el teléfono y estoy venga a marcar/ espérate un momentí [to].

(A-17)

El texto carece de una ordenación lineal, como revela la falta de conectores que guíen el desarrollo discursivo –optándose por la parcelación–, el uso de enunciados gramaticalmente incompletos, a modo de titubeos (“Espérate/ es que/ es que/ no lo”) o la curiosa formación verbal que une el subjuntivo “venga” con el gerundio “comunicando” y el infinitivo “a marcar”, en un intento claro por transmitir a su interlocutor no sólo la acción que viene realizando para conseguir comunicarse con su cliente, sino además la noción de continuidad temporal de una acción varias veces repetida. Al hablante no le interesa ni le preocupa la lógica gramatical de su enunciado, sencillamente busca que el lenguaje que le sirve de instrumento se adapte lo mejor posible a su intención comunicativa: “es que/ venga comunicando el teléfono y estoy venga a marcar/ espérate un momentí [to]”. El corredor no se conforma con aclarar que no ha podido hablar con el cliente porque su teléfono comunica, sino que además le interesa destacar el tiempo que ha invertido en diferentes intentos frustrados y su impotencia ante la falta de comunicación. En definitiva, este tipo de enunciados que pueden parecerse ininteligibles desde el punto de vista semántico y expresivo, ya que sintetizan no sólo la idea que quiere transmitir el hablante (imposibilidad de comunicarse con el cliente) sino además las sensaciones y percepciones que siente mucho más deprisa de lo que le es posible expresar (impotencia y nerviosismo), son cabalmente comprendidos por su compañero. Lo interesante para el lenguaje que nos ocupa es la rentabilidad que obtienen los interlocutores con el empleo de este tipo de enunciados; pueden concentrar en pocas palabras tanto ideas, órdenes, demandas, como sensaciones, usando una estructura flexible y hasta arbitraria, con la plena confianza de que, en virtud de la convivencia y del contexto compartido, la comprensión está asegurada.

Véase ahora este ejemplo, que consideramos típico del estilo bursátil:

¡Vale!/ pero darme no/ darme no/ si hay dinero a siete seis, ahora mismo

El corredor incita a uno de los *dealers* con los que trabaja para que no compren (aún) las acciones que tiene colocadas en el mercado. “Darne no” sintetiza una orden

clara para los interlocutores: “esperar, aguanten la posición”. La segunda parte del enunciado, aparentemente inconexa con respecto a la primera, esgrime la razón por la cual les aconseja la espera: “si hay dinero a siete seis...”, la demanda (la cantidad de “dinero” que se está dispuesto a pagar por el número de acciones que se ofertan en la pantalla) está a un precio no acorde con lo estipulado. Aquí vemos cómo la síntesis afecta al léxico, ya que el corredor concentra mucha información en algunas palabras aparentemente cotidianas que sin embargo han sufrido un proceso de especialización y condensación semántica. Como vemos, la condensación afecta también a las relaciones lógicas entre las diferentes partes del enunciado, que aparecen separadas y sin la especificación lógico-semántica de los pasos intermedios que las han producido.

Son muchos los elementos de la oración frecuentemente elididos en el discurso de la contratación, ya sea por su fácil recuperación contextual –suficientemente conocido para los hablantes–, o por su limitado interés para el desarrollo de las operaciones. Como cabe esperar, la urgencia a la hora de transmitir el mensaje prima sobre otras consideraciones formales como, por ejemplo, la corrección expresiva. De esta necesidad surgen fenómenos como la elisión verbal, que deja al enunciado sin relación predicativa. Este fenómeno, muy frecuente en la contratación, deja a la expresión aislada sintáctica y entonacionalmente, con lo cual se consigue su claro realce y su rápida localización contextual. Veamos algunos ejemplos:

¡Jo macho!

¡*El libor!* Siete cinco tres

¿Dólar yen? *Ninety one thirty*⁶

Aquí pues la/ muchas cautelas

¡Lo de Telefónica!

¡Lo del IPC!

⁶ El uso del inglés en este ejemplo, y en otros semejantes, no creemos que responda a razones de claridad o precisión comunicativa; más bien pensamos que es una contaminación de las conversaciones paralelas que mantiene el corredor con inversores extranjeros. El bilingüismo es una constante y un hecho cotidiano en la labor bursátil.

Al corredor le basta con la frase, a veces interrogativa y otras exclamativa: “¿has visto lo de Telefónica?” “¡Fuera!, Luisa”, para encontrar en su contexto más inmediato toda la información que posee sobre los valores de Telefónica: su cotización, los últimos movimientos (alzas o bajas), las últimas predicciones de los analistas, las ampliaciones o nuevas inversiones de la empresa, la operación acordada entre los corredores previo inicio del mercado, etc. Toda esta información constituye el contexto relevante que activa el indefinido “lo” con gran rapidez y eficacia. Junto a este fenómeno sintético, quizá el más frecuente y rentable, encontramos otro semánticamente más arriesgado y que depende necesariamente, para su correcta recuperación y comprensión, del contexto más inmediato:

¿Cómo está eso? /dos tres dos tres cuatro

-¡Jesús!

¿Te han dado eso? [el precio por las acciones]

No qué va/ si esto es la mitad. [de la oferta]

¿Cristina?/ fuera de eso/ fuera de eso. [fuera de la posición en mercado]

¿Y cómo está eso? [cotización]

-¡Qué!

Esto es a setenta [estas acciones o esta posición]

Eso no me lo cantes/ que es muy malo [esos precios]

Esa es buena [negociación]

Esas las tengo que ver [las acciones]

Esto está firme [la negociación]

El uso reiterado del pronombre demostrativo (analizado antes en lo que se refiere a su valor déictico), sobre todo “esto, eso”, es el recurso sintético más utilizado por el corredor en la contratación, ya que les permite hacer rápida referencia a un realidad compleja, pero sobradamente conocida por los interlocutores y fácilmente recuperada con esa sola palabra. “Esas las tengo que ver”: paquete de diez mil acciones de Telefónica a un precio determinado, puestas en pantalla o en posesión de un corredor en concreto. En estos casos, la comprensión está sometida por entero al contexto inmediato compartido por los concretos actantes de las operaciones.

Los enunciados esquemáticos, al igual que ocurre en el habla cotidiana, no están al alcance de todos los hablantes de la Bolsa, ya que encontramos enunciados sintéticos a cuyo contexto tienen acceso todos los corredores del mercado (“se va a dar la vuelta”), únicamente los de la sala (“quién hizo lo del rapaz”) o, como en estos tres últimos ejemplos, que sólo atañen a la pareja de interlocutores que llevan a cabo la negociación (“esto está firme”).

Como ya adelantamos, las referencias al yo (sujeto enunciador) y al tú (receptor del enunciado) están casi siempre elididas, pues son sobradamente conocidos, a pesar de la falta de copresencia, y facilitan el ahorro verbal. Si bien el yo y el tú difícilmente se expresan (sólo por razones de realce), se explicitan como sufijos de las formas nominales del verbo (pronombres enclíticos), recurso que no deja de ser una condensación expresiva.

CRISTINA: ¿Quieres que te baje, o te mantengo ahí?
 NACHO: No/ ponme ahí a ver si me dan
 CRISTINA: ¿Eh?
 NACHO: Déjame ahí a ver si me dan

(A-5)

Ya hemos explicado cómo, a la hora del ahorro verbal, lógicamente se eliden o sintetizan los constituyentes oracionales que aportan menos información valiosa para la negociación que puntualmente se está discutiendo. Este es el caso de los complementos circunstanciales y del objeto indirecto. Este último sólo se expresa cuando la negociación depende de un tercero:

[...] esto es de gilipollas de verdad/ de gilipollas/ no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para **un nacional con dos cojones**

Respondiendo a la misma necesidad de acortar el tiempo de la emisión y limitar el esfuerzo verbal a los constituyentes mínimos, el hablante elide o simplifica el saludo y la despedida; en este caso no sólo hablamos de palabras o grupos léxicos, sino de rutinas verbales. En esta síntesis, con frecuencia, se elide por completo el saludo, mientras que la despedida queda bastante simplificada.

ANTONIO: (())
 BEA: ¡Dime!
 ANTONIO: ¿Cómo está eso?/ dos tres dos tres cuatro
 BEA: Tres tres tres cuatro
 ANTONIO: Vale
 BEA: Están comprando al tres cuatro
 ANTONIO: Vale/ gracias.

(A-1)

Las rutinas verbales utilizadas por los corredores en la contratación para la despedida son generalmente las siguientes: *Vale/ gracias/ Vale/ a ti, Venga/ a ti, Vale/Venga, ¿Vale?/¡Vale,/ Venga /hasta ahora mismo,/ Vale/gracias, Venga/hasta luego*. El saludo se sustituye por una identificación sintética de los interlocutores; este ritual abre el canal de comunicación sin necesidad de otro recurso. Una vez identificados los participantes, se comienza con la negociación:

Padro: ¿Ramón?
 Ramón: Dime
 Pedro: ¿Ves lo de Repsol?

JESÚS: Sí
 CARLOS: ¿Eh/ sí/ Josechu?
 JESÚS: Sí, dime

NACHO: ¡Jesús!
 JESÚS: ¿Qué te han dado?

Al contrario de lo que pudiera parecer “normal” en una comunicación especializada de la que se espera neutralidad y control expresivo, en la Bolsa son frecuentes los enunciados de término único (interjecciones) que, como en el lenguaje coloquial, sirven de desahogo emocional, reduciendo la expresión a lo “afectivamente imprescindible”. La mayoría de estas interjecciones completan su expresividad con la entonación exclamativa. En la contratación suelen aparecer aisladas, sobre todo para reflejar angustia, impotencia o simple nerviosismo,

ANSELMO: Te lo he vendido todo al noventa, tío
 JESÚS: Al noventa/ ¿cuántos has vendido/ muchos?
 ANSELMO: Cuatro mil
 JESÚS: ¡Joder!/ ¡Dios!/ vale

(A-15)

ESTEBAN: Yo creo que va a recuperar
 ¿: Aló, te estoy dando a setenta (VOZ FEMENINA DE FONDO QUE HABLA EN LA MESA)
 ANSELMO: ¡Aaah! (miedo)/ vale perdóname/ vamos a esperar/ venga, vale

ESTEBAN: Venga/ hasta luego.

(A-8)

PEDRO A JAIME: Que dice que no se pone

PEDRO: ¡JO MACHO!

JAIME: Dile que lo tiene firme tío <¿eh?>/ dile que lo tiene firme

RAMÓN: Después de media hora me ha colgado el cabrón

JAIME: ¡Me cago en la leche!

RAMÓN: ¿Entiendes?/ voy a intentarlo de nuevo/ ¿eh?/ pero aguanta lo que puedas <venga, venga>/ ahora mismo te llamo.

(A-17)

Ejemplos como estos abundan en la contratación. Aunque menos frecuentes, también encontramos algunos casos en que la interjección introduce la información explícita de la razón que ha provocado dicha expresión:

¡Jode[r]!/ me sale ahora el diez/ fíjate

¡No joder!/ pero oriéntame un poco, macho

¡Venga! /lo tiene firme o no

Es evidente, después de estudiar los ejemplos, que las interjecciones hay que verlas como verdaderos índices de la subjetividad de los corredores, cosa por demás poco frecuente en el “habla especializada”. Así, las interjecciones no tienen significado intelectual, especifican puntualmente su significado por medio de la entonación y de las circunstancias que rodean el momento de la actualización comunicativa. No es un hallazgo afirmar que la mayoría de las interjecciones utilizadas por el corredor pueden ser consideradas “impropias” por su carácter soez o vulgar, hecho que reafirma su función primordial: servir de desahogo emocional, recurso que acerca el lenguaje bursátil más a la expresividad y espontaneidad propias de un registro coloquial que a la formalidad del lenguaje técnico o especializado.

En definitiva, la necesidad de ser concisos y directos hacen de la condensación y la síncope un recurso vital para la expresión verbal de los hablantes en la contratación, por encima o en detrimento de la “normal” o “normalizada” estructuración formal. Así, las necesidades derivadas del uso y de los factores que condicionan el intercambio se colocan por encima de la “norma” como factor determinante de la organización formal.

4.3. EL REALCE EN EL LENGUAJE DE LA CONTRATACIÓN

Junto a la necesidad de ser conciso y directo existe otra necesidad que podría interpretarse, en un primer momento, como contrapuesta a las anteriores, nos referimos a la intensificación o realce de la expresión. Ocurre con frecuencia que el corredor debe emitir una orden en medio de un ambiente adverso, propicio al equívoco. Para evitarlo, el corredor se ve obligado a realzar, ya sea a través de la repetición, la entonación marcada o la utilización de alguna frase intensificadora la parte de su discurso que contiene la información que necesita sea comprendida rápida y cabalmente por su interlocutor.

Diversas son las razones expresivas que impulsan al corredor a realzar parte de su discurso o su actitud comunicativa:

- a) Enfatizar, en medio de un ambiente comunicativo cargado de interferencias, que los datos de la orden que le interesa sean procesados sin equívocos por su interlocutor: número de acciones, precio de compra o venta, nombre del valor o la estrategia a seguir en la operación. Necesidad relacionada con la función fática del lenguaje.
- b) Dejar clara su postura –actitud comunicativa– ante su interlocutor. Esta necesidad está más relacionada con la actividad argumentativa que desarrolla el corredor en las ventas, pero que se observa ya en la labor del *dealer* cuando defiende la orientación de sus operaciones.
- c) Por último, y no menos importante para la comunicación del corredor, servir como desahogo expresivo en medio de una situación laboral con frecuencia tensa y estresante.

Este último punto está muy relacionado con un fenómeno de tipo sociológico muy presente en las conversaciones entre corredores –masculinos– y que condiciona muchas de las estrategias comunicativas tanto de los intercambios masculinos como de los mixtos. En la Bolsa la mayoría de sus trabajadores o agentes son del sexo masculino, hecho que inevitablemente acerca el estilo del habla bursátil a los rasgos que se vienen atribuyendo al

habla masculina. Como estudiaremos más adelante, este rasgo está más relacionado con una necesidad comunicativa de la propia labor que con el sexo mayoritario de sus hablantes. Lo que nos interesa adelantar y destacar de este aspecto es la relación que existe entre la necesidad de realce y algunos de los rasgos propios del habla masculina como, por ejemplo, el uso y abuso del lenguaje soez o malhablado, la entonación marcada, los recursos relacionados con el humor y la sátira, entre otros.

Una vez explicitados los condicionamientos contextuales que justifican el uso de la intensificación en la Bolsa, describiremos el fenómeno del realce como un recurso que se adapta perfectamente –en contra de lo que en un principio podría parecer– a las necesidades de economía que prima en la contratación; basta con un afijo, un sintagma con valor intensificativo, estructuras comparativas, enumeraciones o cualquiera de otros muchos recursos morfológicos, léxicos o sintácticos, para que el hablante consiga poner el acento sobre aquella parte de su discurso que necesita sea tomada muy en serio por el receptor.

Si nos empeñamos en destacar como la intensificación no atenta contra la necesidad del corredor de ser verbalmente económico es debido a que el realce implica con frecuencia el incumplimiento de las máximas de cooperación de Grice, por ejemplo, de la cualidad:

Estás como mejor oferta /// está doce a dieciocho / le han dao al doce/ **no le dejan respirar** ¿eh?

también la de cantidad, transgrediendo, en apariencia, una de las necesidades comunicativas de la orden, la concisión:

CARLOS: [Por eso te digo/ o sea /yo cre que está/ oye te advierto que lo de Aguas/ o sea/ es una commmpañía/ a **brutal**/ porque es/ <sí sí> ¿eh?/ una compañía, *buenísima*, <a mi me gusta> tal/ y además muy serios/ y todo <sí, sí>/ ¿eh?/ yo me acuerdo que estuvimos viéndolees/ macho <uju>/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, ¡**apelotantes!**/ y todo ¿eh?/ pero lo que pasa que, bueno que

(C-4)

En este último ejemplo es más importante para el corredor exaltar las bondades de la compañía, con el fin de tentar al cliente para que realice la inversión, que ser conciso.

Es poco frecuente en la Bolsa el uso de la sufijación o la prefijación –modificación interna–, sea como recurso de formación de palabras, o como medida intensificadora. Los pocos casos encontrados coinciden en utilizar el ya clásico y lexicalizado aumentativo –*azo*, no siempre aportando un matiz peyorativo:

[...] De todas maneras/ macho/ estos **bandazos** no los puedo entender

JAVIER: ¿Y túuu nos podrías dar un **telefonazo**? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes/ y estar al tanto de estos temas

RAFA: Bueno/ voy a llamar al Antoñito/ a ver si está más animao/ ¿eh?/ (())// de todas maneras estos bandazos, macho/ no los puedo entender ¿eh?

[...] bueno pero los de (()) salieron ayer ¿eh?/ yy/ ya ves como empezó/ veinte puntos arriba pero luego se pegó un, **batacazo** importante

[...]de de relación, con la gente/ y tal/ no de relación personal/ porque estaba casado, y tal/ pero sí a nivel de de trabajo/ estaba **bastante frustrado**

Más común entre los corredores a la hora de enfatizar una parte de su discurso es el uso de sintagmas especificativos de carácter intensificador (modificación externa):

Es que ayer / fíjate / con la bolsa **a tope** / Valle Hermoso estaba presionando **de narices**.

pero es que ya me he dado ¡una hostiaa!/ con una cobertura ahí de, **cojones**

CARLOS: Bueno vale, pues/ entonces <hablamos> que hay un huevo de cifras esta tarde/ y hay mucha

La frecuencia en el uso de estas construcciones intensificadas propicia su lexicalización, convirtiéndose en auténticas unidades fraseológicas, casi siempre de carácter argótico producto del llamado español “malhablado” o soez:

Me ha mandado el tío **a hacer pijos**

¿Una partidita?/y no nos **comemos una rosca** /ja

Es que le está pegando **una leche de cojones**

JUAN: Pues sí me gustaría leerlo/ porque Mafre, macho/ nos hemos **comido un marrón**/ me he **comido un marrón**, ahí

RAFA: Claro es que mira/ en cuanto baja el Bund/ el Bund estaba a/ noventa y cuatro cincuenta/

está a cincuenta y cinco/ pues ya está liada/ y fíjate (()) mucho trabajo/ el futuro **hecho mistos**

Este recurso no sólo aporta realce a la expresión, sino que también es una forma de condensación expresiva utilísima a las necesidades del hablante bursátil. Por otro lado, vemos cómo la contaminación de formas argóticas o malhabladas acercan el lenguaje de la contratación a la expresividad coloquial y, como apuntamos en un principio, al estilo de habla masculina.

Otra forma de realce es el sintagma nominal que resulta de unir el artículo “un” a un sustantivo valorativo; en el lenguaje coloquial, lo encontramos relacionado con el reino animal, mientras que en la Bolsa los tenemos de diferente inspiración:

¿Teresa? / eeh te voy a contar una cosilla / tengo **un loco** que me compra dos mil Obrascones, a mil cuatrocientos

JUAN: Asturianas/ a mí el que me diga que, está ajustada de precio/ es **un torero**/ es **un torero** porque (HABLAN A LA VEZ, SÓLO SE ENTIENDEN PALABRAS SUELTAS)

JUAN: De comprar, setecientos y no setecientos sesenta/ es una mierda, ¿no? /pero unnnn/ bien visto ahí el tema de la vuelta del PVC, macho/ <ajá ajá> un **monstruo**

Las estructuras comparativas también suele ser un recurso intensificador habitual en el habla de los corredores, generalmente de inspiración popular o informal, como una manera de acercar las observaciones especializadas a la experiencia cotidiana y facilitar tanto su comprensión como su explicación:

Tomar una posición aquí/esto es **un campo minado**, macho

Nueva York está **como una peonza**.

Otra forma de realce que acerca el habla bursátil al habla cotidiana y suple una necesidad expresiva que no encuentra el hablante en sistemas lingüísticos técnicos, como por ejemplo el financiero, es el uso de enunciados exclamativos que, como las unidades fraseológicas, adquieren un carácter informal, ya que, como señala Ana M^a Vigara, son “producto de una tendencia espontánea a reducir la expresión a lo afectivamente imprescindible” (1992: 105). Otra ventaja de las interjecciones como recurso expresivo y que se adapta

perfectamente a las necesidades expresivas del hablante bursátil es su capacidad de síntesis; basta con la entonación exclamativa para dar ese matiz expresivo o rasgo sentimental que completa o enriquece el contenido:

MANOLI: No no no no/ no hay volumen // le dan hasta el diez otra vez/ ¡ hasta el siete han dado!

LUIS: ¡**JO/DEEER!**

[...] si aquí duran las alegrías un cuarto de hora, macho/ míralo/ ¡hala, en picada!/ el Íbex

CARLOS: Nos la prometíamos muy felices macho, esta mañana/ yo con eeel/ bonooo/ a ciento trece, macho (PARALELA A LA INTERVENCIÓN OÍMOS LA RISA DE JUAN)

JUAN: ¡**Qué putada!**/ tío (ENTRE RISAS)

CARLOS: Viscofán/ ¡**la pera!**, ¿no?

JUAN: ¡Una mierda!

Como hemos podido comprobar con los distintos ejemplos, el corredor no hace más que adaptar a su jerga laboral fórmulas que ya usa y le son habituales en su lenguaje cotidiano, con el fin de realzar sus expresiones y, en definitiva, sus opiniones y sentimientos. Los recursos lingüísticos y prosódicos que usa el corredor cuando conversa con sus compañeros en la Bolsa son los mismos que utiliza en sus conversaciones con amigos o familiares; lo que cambia es el contexto de uso y la intención comunicativa.

Un ejemplo de esto en el habla concreta es el predominio de las llamadas interjecciones *impropias* o *secundarias*:

[...] son términos desemantizados (sustantivos, verbos, frases...), que pueden proceder de cualquier esfera vital (preferentemente, de la sexual y la religiosa). Aisladas también entonacionalmente, sirven como las anteriores para el momentáneo desahogo emocional (del más diverso signo) del hablante y especifican también circunstancialmente su sentido en el momento de la actualización (Vigara, 1992: 107)

Véanse en este sentido los siguientes intercambios, habituales en el habla del corredor:

JESÚS: Al noventa/ ¿cuántos has vendido/ muchos?

ANSELMO: Cuatro mil

JESÚS: ¡Joder!/ ¡Dios!/ vale

(A-15)

ANSELMO: Están ahora/ está/ siete tres por ochenta/ más o menos/ o sea si es/ si gana un poquito más/ yo creo que te voy a dar/ pero lo que no puedo hacer es quedarme en ese lado de la

curva/ macho/ abierto y cubierto/ o sea /si me pudiera cubrir ahí/ te los daba, tío <tranqui/ tranqui> /pero es que ya me he dado **¡una hostiaa!**/ con una cobertura ahí de, cojones

(A-16)

PEDRO A JAIME: Que dice que no se pone

PEDRO: ¡Jo macho!

JAIME: Dile que lo tiene firme tío <¿eh?> / dile que lo tiene firme

RAMÓN: Después de media hora me ha colgado el cabrón

JAIME: ¡Me cago en la leche!

(A-17)

JUAN: **Joder**/ pero sí es caro/ **¡me cago en la leche!**/ PER noventa y cinco/ diez veces <sí>/ pero es que ese precio no se puede mirar así <claro>/ si es que FCC el problema/ no se puede mirar así

(C-4)

Otra razón comunicativa que explica el uso de este tipo de recurso es el refuerzo funcional que aportan las interjecciones o los enunciados exclamativos al manejo del canal comunicativo, ya que contribuye a la viabilidad de la comunicación entre ausentes en un ambiente adverso, lleno de ruidos y múltiples factores distractores. Las interjecciones vienen a suplir la ausencia del gesto, que tanta información complementaria aporta al intercambio cara a cara; además de contribuir a que el hablante consiga hacerse oír en medio de gritos, campanas, otras conversaciones, etc.

Otro recurso de realce que relaciona el lenguaje bursátil con el habla cotidiana es el uso enfático de la conjunción “pero”, que pierde su valor como conector para convertirse en un recurso de realce:

Nada/ bueno/ ahí está (risas)/ **pero** tronco/ <risas> **pero** tronco/ ojalá tuviera yo esa deuda

Pero coño/ quien ha dicho que quiero ir a comer contigo

NACHO: Hombre pero en agosto piensa que es un poco normal, no/ <sí> pero yo no/ ahí en ese sentido tampoco me puedo quejar/ o sea <ya>/ que normalmente

La repetición del término intensificado, ya sea un lexema –sustantivo, adjetivo o adverbio– o una parte del enunciado, es otro de los procedimientos léxicos de realce más provechosos y utilizados. A pesar de que puede verse como un recurso antieconómico para las necesidades comunicativas de la orden –rapidez y concisión– resulta altamente rentable a la hora de enfatizar una orden (“fuera de eso”), dejar clara una opinión (“fatal/fatal”) o transmitir una información relevante (“no hay papel/no hay papel”):

ALVARO: Es verdad, macho/ como cuando yo quedo con mi cuñado/ cuando estoy comiendo con mi cuñado/ y le digo/ ¿qué tal ha salido lo del convenio, y tal?/ y fatal/ fatal/ <cojonudo y tal>/ de puta madre/ como suba

NACHO: ¿Cristina?/ **¡fuera de eso!** fuera de eso!

CRISTINA: ¡Fuera del doce un cuarto!

NACHO: ¡Vale!/ pero darme no/ darme no/ sí hay dinero a siete seis, ahora mismo

¡Oye!/ no hay/ no hay papel

Dile que lo tiene firme tío <¿eh?>/ dile que lo tiene firme

Ponla/ ponla a encima a setenta/ está a siete dos en pantalla/ de Morgan

Por lo menos/ por lo menos no se desploma

Como vemos en los ejemplos, la repetición no sólo se da en la intervención aislada de un emisor,

NACHO: Ahora se queda/ por el **ciego** <ajá>/ se queda ahora mismo/ siete tres a ochenta/ en el **ciego**// espérate que lo están dando, tío// espérate// un segundito ¿eh?

(A-5)

sino que tiene eco en la respuesta de su interlocutor, convirtiéndose en un recurso de realce a nivel dialógico:

NACHO: ¿Vamos a ver qué pasa macho?/ sigo con oferta de **ahí**, al ochenta ¿eh?// tú es que estás jodido **ahí**/ porque tienes un ocho uno, tío/ el cliente/ ¿y qué te dice el tío?

(A-5)

Otra consecuencia del ambiente cargado de interferencias en el cual debe comunicarse el corredor es la necesidad de reafirmar, casi siempre con la reiteración, aquellos elementos personales que lo representan verbalmente, cumpliendo así una función de realce fático:

A primera vista (aunque un examen más detenido puede ampliar la repercusión de este concepto en el realce coloquial), el hablante destaca en su enunciado sobre todo los elementos personales en él implicados, y muy particularmente a sí mismo, sujeto proposicional, y a su interlocutor (Vigara: 1992: 144)

De ahí que en el discurso bursátil, como en el coloquial, se repitan, en ocasiones, innecesariamente los pronombres personales que marcan, sobre todo, a los intervinientes discursivos:

LUIS: Oye eh/ **me**/ estoy/ poniéndome un poquito al día yyy/ manten**me** un poco informado deee/ de como vaya todo/ vale

ANA: No/ me las cancelaste/ eran cincuenta y tres mil y un pico ¿no?/ <sí> y fue un día que estuvimos en una venta ¿verdad? <sí>/ y estuvimos vendiendo Tubafex para vosotros/ y me dijiste que te/ bueno no sé sí fui/ sí fuiste tú o fue Tomás/ no te puedo asegurar quién fue/ pero se cancelaron por eso/ porque estabais vendiendo, yyy

(A-13)

Sí/ no por eso **te** digo/ no **te**/ no **te** ha confirmado las órdenes que tenía él

CARLOS: ¡Ah!, tu ves/ tío/ yo **te** digo que salieron, macho/ a mí ya no preguntes/ pero son pa nota/ ahora **te** lo digo

En este último ejemplo, la apelación al tú se repite y se enfatiza hasta el cansancio, sin necesidad. Los pronombres personales son sustituidos por equivalentes sustantivos como “tío” y “macho”.

La imagen prototípica que se tiene de la labor bursátil, esa que dibuja a los corredores gritándose unos a otros ya sea cara a cara o por teléfono, es quizá exagerada, pero en momentos críticos, de caos debido a cambios bruscos en el panorama financiero o político, los corredores recurren a la intensificación de la entonación, llegando incluso al grito. Así, junto a los recursos léxicos o sintácticos descritos, encontramos otros de tipo prosódico, quizá más frecuentes y rentables –en situaciones de tensión– para los procesos intensificadores en la conversación bursátil,

[...] no sólo porque muchos de los procedimientos lingüísticos examinados necesitan de la curva melódica precisa para ser interpretados como tales, sino porque con la pronunciación en general podemos maximizar la expresión con intenciones diversas. (Briz: 1998: 123)

Ejemplos de este tipo de recursos es el tono o la pronunciación marcada:

¡Joder macho!

¡Pero Juan Pablo/ tío!

¡Qué putada!

¡Jooder!/ mierda

Otros recursos prosódicos habituales en la Bolsa son la pronunciación silabeada y los alargamientos vocálicos

¡Joder!/ tío

¡Vaaale!

Mira/ yo tengo **vuestraas** unas Campofrío.

¡Vengaaaa!

ANA: *Okey/ a ese cambio ¿no? <sí>/ y unaas/ Anayan, a dos mil novecientos noventa/ una venta de quinientos títulos*

El bono subiendo un poco/ la **bolsaaa flat** / yyy así está la cosa/ vamos a ver

ALBERTO: *Ninety one thirty // eesta un poquito mejor/ ¿eh?/ pero de todas maneras la **genteee**/ sigue con pocas ganas de meterse en mucho lío ¿eh?*

¡JO-DEEEER!.

En lo que respecta al funcionamiento discursivo, los intensificadores suelen estar al servicio de distintas estrategias de naturaleza argumental y conversacional como reforzar la propia opinión y hasta modificar la actitud del interlocutor. En definitiva, se comportan como realces pragmáticos, estratégicos, que refuerzan lo dicho o la actitud ante lo dicho, a la vez que expresan de forma contundente el acuerdo o desacuerdo. En la contratación no encontramos este nivel de intensificación, al menos de forma tan compleja, debido a la misma naturaleza y necesidades de la labor. No entra entre los objetivos comunicativos del *dealer* convencer, persuadir o manipular a su interlocutor, ya que se limita a ordenar una operación o a interrogar sobre la evolución de sus posiciones en el mercado. El intensificador pragmático, en general, realza la fuerza ilocutiva del acto de habla –ordenar, indicar, demandar información, etc.– o el papel de los participantes en la interlocución. Un recurso complejo, a nivel argumentativo, como es la interrogación retórica, tiene en la contratación una función apelativa:

Mnnn dos mil a la apertura y dos mil (sí) después **¿no?**

No que va que va/ si esto es la mitad/ **¿entiendes?**

No hombre debe estar pasando algo/ ya me voy a quedar fuera/ yo te llamo cuando decida

¿vale?

¡Venga!/ pues la pongo a setenta ¿no?

LUIS: Es que papel/ moza tampoco hay mucho ¿no? <no>/ porque catorce hay algo/ quince/ ná y luego salta a veinte/ ¿no?

En el caso siguiente, el intensificador refuerza el acuerdo (de Teresa) con lo expresado por el corredor que hace la propuesta negociadora (Jaime):

¿Teresa?/ eeh/ te voy a contar una cosilla/ tengo un loco que me compra dos mil Obrascos, a mil cuatrocientos

(A-19)

Los intensificadores, en su papel de modificadores semánticos, refuerzan la cantidad y la cualidad del enunciado o de una parte del mismo, como hemos visto en anteriores ejemplos. Sin embargo, en el plano pragmático, los intensificadores no sólo enfatizan las virtudes de un valor y de la compañía (rentabilidad, perspectivas de subidas en la cotización, etc.), sino que refuerzan la recomendación –en este caso a favor de la compra de las acciones– implícita en la maximación de sus bondades:

CARLOS: [Por eso te digo/ o sea /yo cre que está/ oye te advierto que lo de Aguas/ o sea/ es una commmpañía/ ah **brutal**/ porque es/ <sí sí> ¿eh?/ una compañía **buenísimaaa**, <a mi me gusta> tal/ además muy serios/ y todo <sí, sí>/ ¿eh?/ yo me acuerdo que estuvimos viéndoleees/ macho <uju>/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, ¡**apelotantes!**/ y todo ¿eh?/ pero lo que pasa que, bueno que

(C-4)

Junto al realce que modifica semántica y pragmáticamente el enunciado, tenemos otro proceso de intensificación que afecta directamente a la actitud comunicativa; hablamos de recursos que aportan mayor fuerza al acto ilocutivo y que incluso consiguen alterarlo:

CARLOS: Viscofán

JUAN: Viscofán/ la pera, ¿no?

CARLOS: Una mierda

JUAN: Una mierda/ claro/ (CAMPANA DE REUTER) claro/ ((me alegro))

CARLOS: Yo también

JUAN: Claro/ lo que pasa es que hay que estar atentos/ ¿um?/ hay que estar atentos/ y ponerse a niveles de compra/ yo creo, a la baja

CARLOS: Hombre/ Viscofán/ a niveles de mil quinientas, macho/ pues empezar aaa/ intentar co, coger alguna/ desde luego

(C-4)

En este último caso, se imprime mayor fuerza a las aseveraciones, en principio contrapuestas, de ambos corredores. Carlos enfatiza el desacuerdo con respecto a la apreciación de su interlocutor (“Viscofán/ la pera ¿no?”), hasta el punto de conseguir un cambio de actitud (“Una mierda/claro/ claro/ me alegro”). Carlos no sólo refuerza lo dicho, sino, sobre todo, la actitud de advertencia. Vemos además cómo la expresión exclamativa es un claro recurso intensificador de la actitud, en este caso, de ambos interlocutores.

El realce en la contratación –tanto semántico como sus efectos pragmáticos– es uno de los recursos comunicativos claves y más frecuentes en la Bolsa. El corredor cuando habla para comprar o vender acciones, obtener datos, demandar un consejo o actuaciones rápidas por parte de un compañero; intensifica parte de su mensaje sobre todo en situaciones en las que pueden surgir equívocos. Por el contrario hemos notado que la mayoría de las estrategias relacionadas con la *atenuación*, nos referimos sobre todo a sus efectos corteses, no son prioritarias para el logro del objetivo comunicativo; en todo caso, dichas estrategias, más cercanas a motivaciones de tipo social y no transaccional, conseguirían aplazarlos y hasta desviarlos.

La intensificación es un recurso estratégico muy utilizado por el corredor en la contratación, ya que le ayuda a fortalecer expresivamente su objetivo comunicativo –una orden, una recomendación, una valoración, una opinión, etc.– ante un oyente habitualmente sometido a muchas presiones, distracciones, no siempre implicado de forma activa o constante en los intereses del hablante. Además, el realce contribuye decididamente a reforzar la actitud comunicativa del corredor, al completar la expresión verbal con indispensables matices pragmáticos –apremio, tranquilidad, dudas, seguridad, disconformidad, etc.– que facilitan la comprensión y ahorran esfuerzo expresivo. A su vez, el realce es otra forma de síntesis; basta con una interjección o una interrogación retórica o con enfatizar la entonación de un enunciado para conseguir una mayor atención y una más completa comprensión por parte de su interlocutor.

Desde el punto de vista formal, hemos visto cómo los recursos intensificadores que usa el corredor en la Bolsa están más cerca del habla cotidiana que del lenguaje técnico

o especializado. Los ejemplos demuestran que el hablante bursátil traslada y adapta –sin apenas restricciones– a su entorno laboral los mismos recursos que le sirven como intensificadores en sus conversaciones cotidianas. Es evidente que en este caso, como en otros que venimos destacando, la oralidad propicia el acercamiento de la jerga bursátil a las constantes expresivas que suelen atribuirse al registro coloquial.

4.4. PARCELACIÓN DEL MENSAJE

Junto a la síntesis expresiva que, como hemos visto, limita el enunciado a sus elementos esenciales (condensación y síncopa), y a la aparente estructuración formal arbitraria que se somete casi exclusivamente a las particulares necesidades comunicativas del hablante bursátil, encontramos una cuarta tendencia que se manifiesta en:

[...] la fragmentación del mensaje en unidades (aparentemente) independientes, aisladas entonacionalmente, incluso cuando existe entre ellas relación semántica clara y explícita (Vigara: 1992: 115).

Esta tendencia, como explica Vigara, se traduce en un predominio de la yuxtaposición sobre la expresión con nexo explícito y de la coordinación sobre la subordinación. Está claro que la parcelación es constitutiva de la comunicación oral, el hablante prefiere una sintaxis menos trabada que no fuerce de antemano la relación o conexión entre los diferentes componentes de la expresión. De igual forma, en la contratación, los enunciados se acumulan, se van sumando unos a otros, sin una aparente conexión lógica, que en realidad debemos buscar en la mente y la afectividad del que habla. Es difícil entender cómo un lenguaje que sirve de instrumento a profesionales tan especializados puede subordinar tantos factores que, en principio, afectan a la comprensión a variables extralingüísticas o contextuales. Lo cierto es que el sistema funciona de esa manera: el corredor, obligado por la urgencia comunicativa, prefiere y emplea esquemas sueltos, poco trabados, que le permitan ir agregando enunciados libremente según vayan surgiendo cambios en las condiciones extralingüísticas. Veamos el siguiente texto, ya citado:

Nacho: ¡Vale!/ pero darme no/ darme no/ sí hay dinero a siete seis, ahora mismo/ ¡espérate!// a ver cómo se queda que, está/ yo estoy en segundo ahora, yo no estoy el primero/ espérate que

está entre paréntesis a ver// han comprado el ochenta, macho// han comprado el ochenta, ahora mismo, ahí

(A-5)

Tenemos en el ejemplo a un corredor que necesita vender un grupo de acciones a un precio concreto y está haciendo el seguimiento en directo del movimiento de su oferta en la pantalla. Vemos cómo el rápido movimiento de las cifras del “dinero” (posiciones de compra) modifica las condiciones de la negociación en cuestión de segundos. Esto obliga al corredor a acumular sus enunciados rápidamente al ritmo de los acontecimientos, y la ausencia de nexos le facilita ir agregando información nueva que no necesita conectar gramaticalmente con anteriores expresiones, esfuerzo que alargaría la enunciación, frustrando, seguramente, el éxito de la negociación. Por su parte, el oyente completa sin problemas las conexiones que faltan, gracias a las huellas dejadas por la entonación y la particular vivencia compartida de la situación comunicativa, actual y precedente.

De esta manera, el modo de glosar se muestra parcelado, el discurso del corredor va y viene, en un intento de explicarlo todo con detalle, de hacerse entender al instante, de preservar la fluidez de la comunicación y del contenido transmitido, y de asegurar la correcta interpretación.

NACHO: Ahora se queda/ por el ciego <ajá>/ se queda ahora mismo/ siete tres a ochenta/ en el ciego// espérate que lo están dando, tío// espérate// un segundito ¿eh?

(A-5)

El corredor apura su discurso e intenta frenar las actuaciones de su interlocutor, hasta esperar los cambios bruscos del mercado. En este caso también la urgencia facilita o propicia la parcelación. El continuo cambio y, en ocasiones, la precipitación brusca de los acontecimientos frena el habla del corredor. Nada es definitivo, el final es imprevisible, de ahí que el corredor no pueda constreñir la forma con nexos o engarces. Este último aspecto de la contratación bursátil es quizá uno de los condicionantes más determinantes de la estructuración parcelada. Una operación no está cerrada hasta que no se concreta la ejecución de la orden (compra o venta de acciones), proceso que puede realizarse en diferentes y no siempre sucesivos intercambios. Por otro lado, la evolución de dicha operación no siempre es previsible y puede variar repentinamente en el curso de una conversación. Para

que pueda entenderse con mayor facilidad utilizaremos un símil deportivo: los corredores asisten al juego de las cifras en la pantalla como un narrador de fútbol que debe ir elaborando su discurso al calor del movimiento de los jugadores. De ahí que la parcelación sea el recurso estructural más propicio para un hablante que ve sometido su discurso a una realidad en constante cambio. Por eso no es de extrañar que más allá de la parcelación, el corredor apele a recursos más rotundos como el descrito por Vigara como segmentación:

Hay segmentación expresiva en los enunciados en que, por afectividad, el hablante aísla e independiza uno (o más) de sus elementos funcionales (a veces directamente inducido por el desplazamiento expresivo –hipérbato–), cuando, en realidad, parecen pertenecer claramente a una misma unidad sintáctico-lógica (Vigara: 1992: 119).

A pesar de la diferenciación y separación de los elementos, no podemos hablar de enunciados independientes, ya que para el hablante (tanto bursátil como cotidiano) están perfectamente conectados en su mente y resultan perfectamente comprendidos en su dimensión de conjunto.

Ya lo veo ahí/ a siete cero/ yo creo que no/ ¿lo cogeríamos?

Estos enunciados aparentemente independientes e inconexos integran un conjunto mayor que adquiere coherencia y sentido global, no en las palabras, sino en una superestructura completada en la mente del oyente con ayuda de la información contextual.

Producto también de la necesidad de la estructura parcelada es la frecuencia con que encontramos en el discurso del corredor la relación asindética de la yuxtaposición. La pausa sirve de enlace o de separación de los diferentes miembros del enunciado. Entre todas, hay un grupo de proposiciones independientes sucesivas, típicas de un estilo cortado, preferentemente impresionista:

A: ¡Qué!

B: Eh nada/ estoy ahí puesto.

No hombre/ debe estar pasando algo/ me voy a quedar fuera/ yo te llamo cuando decida.

Pero es que no se ha movido nada/ la pela está un poquito peor

Además de la yuxtaposición de las partes, en el primer ejemplo es evidente la síntesis del primer miembro: “no ocurre nada/ estoy ahí puesto a ver si me dan”.

Otro grupo, atendiendo a su relación semántica, puede ser el de aquellas oraciones que muestran un contenido particular (de suma, oposición, disyunción, causa-efecto); es decir, que, sin perder su independencia significativa, las dos unidades yuxtapuestas son semánticamente dependientes:

Voy a intentarlo de nuevo/aguanta lo que puedas/ ahora te llamo.

Pero todos tienen un miedo, macho/ en cuanto le apunta un poco la deuda/ bah/ les atizan/ y aquí no entiendo, cómo no le están pegando ya a la bolsa/ macho.

(B-2)

Aquí tenemos dos ejemplos de relación semántica entre oraciones independientes: relación causa-efecto. Reiteramos cómo la ausencia de nexos responde más a razones de libertad expresiva que a la ausencia de conexión temática.

En definitiva, la yuxtaposición es uno de los recursos de organización sintáctica más usados por los corredores en la contratación, ya que facilita la coherencia interpretativa entre enunciados sueltos, que se acumulan mientras van surgiendo en la mente del hablante y que gracias al contexto compartido pueden ser organizados y comprendidos fácilmente por el oyente. Como ya señalamos, es habitual que los interlocutores reproduzcan oralmente los movimientos de las cifras en la pantalla según se van sucediendo:

LUIS: Véndeme a quince/ Manoli/ los diez

MANOLI: Están dando hasta trece/ hasta el once, están dando/ hasta el diez <mala leche> han dado/ diez a quince// cuando me lo estabas diciendo/ estaba viendo que estaban / diez a catorce (MUCHO RUIDO DE FONDO, VOCES Y PITIDOS)

LUIS: Jodé me sale ahora el diez/ fíjate

MANOLI: Once a catorce/ ahora

(A-7)

Como se puede ver, Manoli describe para su interlocutor el movimiento del valor en la pantalla en el mismo instante en el que se produce, así va acumulando enunciados según van sucediéndose los cambios. Esta ordenación expresiva es imprevista, ya que depende de los movimientos concretos de las cifras, que oscilan sin control previo.

Por otra parte, la coordinación es un recurso menos frecuente en el discurso de la contratación bursátil, por las mismas razones que apoyan el uso de la yuxtaposición: la necesidad de mayor libertad de las relaciones sintácticas. De hecho, si analizamos la presencia del nexos coordinante nos damos cuenta de que no existe una relación real entre las diferentes partes asociadas. Solo la independencia tonal se cumple como requisito propio de la coordinación.

Que el cliente tiene pantalla/ y me está metiendo.

Pues no lo sé/ no/ no sé/ pero están dando/ a lo bestia

SUSANA: Dieciocho a/ dieciocho a veinte, ahora/ están comprando a veinte/ pero ponen más oferta a veinte/ treinta y ocho contra cincuenta y dos (PAUSA LARGA)

Ambos nexos (*y*, *pero*) funcionan como “conectores no específicos”, realizando una unión innecesaria que lo que hace es romper con la linealidad sintáctica del enunciado, más que explicitar una relación entre los miembros que separa. En estos casos, *pero* se limita a servir como ilativo no específico, sin que una oración se oponga o niegue el significado de la otra. Más bien podría ser interpretado como consecutivo, ya que busca establecer un “oscuro” nexos que permita el desarrollo del hilo discursivo.

Vale /pues espera un segundo/ ¿eh?

Venga/ pues la pongo a setenta/ ¿no?

Ponte dos mil a la baja, y si ves que tocan al alza/ pues/ los haces

Pues tiene en estos ejemplos un mero valor continuativo y su función sintáctica es la de hacer de muletilla que interrumpe, en el interior de la frase, la secuencia de las diferentes funciones sintácticas. Así, *pues* podría ser eliminado sin que el significado del mensaje cambiara esencialmente, no así, desde luego, el sentido.

Creemos que la parcelación es, junto a la síntesis, el fenómeno sintáctico más característico del discurso de la contratación. Como hemos podido comprobar en los diferentes ejemplos, el corredor necesita dejar sueltos los diferentes miembros del enunciado, para así tener la posibilidad de variar el curso temático de su discurso, en función de los cambios

contextuales. El oyente, que participa del mismo contexto y de sus variaciones, reconstruye y decodifica sin problemas esa organización acumulativa y parceladora.

4.5. EN DEFINITIVA: IMPROVISACIÓN FORMAL

En fin, el lenguaje bursátil se ve condicionado por la necesidad de utilizar medios de expresión adecuados a una situación laboral concreta (operaciones financieras comprometidas), a un ambiente bastante cambiante e imprevisible y a un estado emocional dominado habitualmente por la tensión. El corredor, haciendo honor a su nombre, debe "correr" (intelectualmente) en contra del tiempo. En la mesa y durante la contratación, no hay espacio para la reflexión; se deben tomar decisiones arriesgadas en instantes. Como vemos, el ritmo acelerado de los mercados bursátiles acorta, más que otras modalidades orales, el tiempo disponible para la estructuración del mensaje; la *improvisación formal* es, pues, la consecuencia natural de un discurso irreflexivo, casi automático, lo que no quiere decir, "sin embargo, -como ya hemos advertido-, descuido, sino, fundamentalmente, espontaneidad en la formulación verbal del mensaje" (Vigara: 1992: 401).

La improvisación formal que hemos ido describiendo a lo largo de este capítulo es consecuencia directa de la necesidad del hablante de actuar con rapidez (urgencia comunicativa) y de la inmediatez. Si bien hemos visto en la contratación enunciados más o menos formales (dentro del estilo de la modalidad bursátil) o más o menos prototípicos, por otro lado, también hemos descrito estructuras que se agolpaban según iban surgiendo las ideas del corredor, según iban cambiando las cifras en la pantalla, según se sucedían las reacciones de su interlocutor, según iba cambiando el panorama del mercado o según la percepción puntual de los actantes iba desarrollándose. Así, la dislocación sintáctica, la condensación, la síncopa sintáctico-expresiva, la sintaxis parcelada y acumulativa... no son más que la consecuencia natural de la improvisación formal.

Una de las características sintácticas que hasta hora hemos observado en la contratación es el uso preferente de la frase breve. Esta preferencia responde a varias razones concretas: comodidad (para el corredor lo cómodo es la frase rápida), condensación (síntesis) y la posibilidad de una sintaxis acumulativa. Todo esto permitirá al corredor adaptar

su mensaje a una labor que requiere una respuesta inmediata a cambios contextuales sucesivos y bruscos.

NACHO: ¿Cristina?/ ¡fuera de eso/ fuera de eso!

CRISTINA: ¡Fuera del doce un cuarto!

JESÚS: ¡Que mira cómo va!

NACHO: Ahora se queda/ por el ciego <ajá>/ se queda ahora mismo/ siete tres a ochenta/ en el ciego// espérate que lo están dando, tío// espérate// un segundito ¿eh?

(A-5)

Sin embargo, hemos dejado de lado algunos otros fenómenos producto de la expresividad del hablante, que pasamos a repasar:

- a) Contrario a la necesidad de ser directo y rápido, encontramos en la contratación bursátil un fenómeno expresivo habitualmente atribuido en exclusividad a la conversación espontánea: las *vacilaciones* y los *titubeos*.

Entre las causas que alteran la linealidad discursiva hay una de capital importancia en la conversación espontánea, que es consecuencia directa, casi inevitable, de ese fluir improvisado de las palabras en la inmediatez de la actualización del hablante: la vacilación, los titubeos del emisor a la hora de formalizar verbalmente sus pensamientos-sentimientos (Vigara: 1992: 411).

El corredor, como cualquier otro hablante, suele precipitarse, adelantarse, chocar con obstáculos semánticos y formales que retrasan el desarrollo de la información.

Alberto: ¡Ah joder!/ vale <vale> vale/ pero pero no me cuelgues/ cuelga si quieres al mercado

Yyyy/ diez nueve/diez

Es que es/ de cien

Como vemos en los ejemplos, los titubeos y vacilaciones se manifiestan como pequeños retrasos en la progresión del discurso, sin consecuencias importantes para la estructuración del enunciado ni para la evolución temática. Aparentemente antieconómicas, los corredores no reparan en ellas, les pasan inadvertidas, al estar más atentos al contenido global del enunciado. Muchas de estas vacilaciones son necesarias para mantener el fluido normal de la comunicación ante situaciones de espera que requieren una reelaboración o una consecución de lo dicho. Por ejemplo, dos corredores siguen en la pantalla la evolución de un va-

lor y deben detener en muchas ocasiones su discurso para acomodarlo a las diferentes variaciones que sufren las cotizaciones en cuestión de segundos.

MANOLI: Están comprando a catorce ahora/ están po, poniendo dinero/ ante[s] han puestooo/
ciento tres/ ahí a ciento cincuenta y dos/ a veces pagan para diez, ahora/ la oferta está a veinte/
a diecinueve vaya/ vaya, dan otra vez/ dan otra vez/ hasta el diez

(A-7)

En ambos ejemplos, los titubeos son la consecuencia natural de un lenguaje que evoluciona en función del desarrollo de los acontecimientos contextuales. De esta manera, el discurso debe esperar un cambio en las estrategias de los inversores que aumentan su oferta o su demanda. De ahí que la corredora se vea obligada a rellenar ese compás de espera con palabras y entonación suspendida: “está/ están poniendo dinero”. Esta necesaria espera se traslada al lenguaje en forma de momentáneas suspensiones del fluido comunicativo, generalmente muy breves.

- b) Otro fenómeno frecuente en la contratación son las rupturas sintácticas, que interrumpen definitiva o parcialmente la linealidad del discurso y son producto casi siempre de la necesidad de corregir, sobre la marcha, los errores que el uso anticipado de la palabra genera:

Sí/ el último a cuarenta y seis/ pero no ningu/ nada de papel

Sí/ no /por eso te digo/ no le/ no te ha confirmado las órdenes que tenía él

ANA: ¡Ah!/ vale/ vale vale pues /aaa/ se han marchadooo/ hace diez minutos si los quieres llamar ya, o en dos <vale ya>/ cinco diez minutos vuelven

Ejemplos como estos son la constante: los corredores interrumpen anticipadamente la transmisión de la información o cortan la transmisión del mensaje, sin que en ningún caso peligre la comprensión:

¡Vaale!/ pues con este mercado no tee

CARLOS: Después también te[ngo] paraorros <ajá>

Es habitual que el corredor tienda a eliminar los elementos no necesarios o prescindibles y dar relieve a aquellos que considera básicos. En el último ejemplo, es irrelevante para el oyente la hora en que los corredores han salido para el parqué (“*pues a /se han marchado*”), lo importante es en cuánto tiempo estarán de regreso: “si los quieres llamar ya [al parqué], o en dos <vale ya>/ cinco o diez minutos vuelven”.

A lo largo de este recorrido por la sintaxis del lenguaje de la contratación, hemos procurado describir los distintos y más característicos fenómenos de ordenación formal a partir de sus concretas realizaciones, para así explicar cómo un hablante especializado encuentra, en una sintaxis que está más cerca de lo coloquial que de lo formal-especializado, la expresión lingüística que mejor se adapta a sus necesidades comunicativas. Pensamos que este análisis formal nos ha permitido comprobar que las manifestaciones concretas de habla no siempre se explican desde teorías generalizadoras. El lenguaje bursátil es una realidad mucho más compleja y variada, que escapa a la descripción de cualquiera de las teorías que pretenden explicar las constantes de los lenguajes especializados:

- a) En el lenguaje de la contratación predominan las construcciones gramaticales no previsibles lógicamente (dislocaciones, anacolutos, condensaciones expresivas, *parce-lación*...); y otras que rompen con el curso lineal del pensamiento lógico (reducciones, cortes, suspensiones discursivas, vacilaciones...). Así, la *improvisación formal* es el rasgo que mejor define la sintaxis de la contratación bursátil.
- b) Sólo a través de una lectura contextualizada de los enunciados podrá el oyente reconstruir la lógica de una estructuración sintáctica compleja y hasta críptica. Sólo así será capaz de recuperar elementos elididos, encontrar los nexos que aportan cohesión a la parcelación enunciativa, dar prioridad inmediata a los elementos desplazados, completar los finales suspendidos y, en definitiva, llegar al sentido global del enunciado.
- c) La presencia de condicionantes conversacionales más próximos al registro coloquial en la contratación bursátil como *la inmediatez*, y *la actualización verbal oral improvisada y en función del otro*, propician y hasta hacen necesario el uso de una

sintaxis más libre, menos trabada, donde la intención comunicativa de los corredores y las circunstancias contextuales son los verdaderos factores estructurantes del mensaje.

- d) Con el lenguaje de la contratación hemos podido comprobar ampliamente cómo una actividad especializada puede generar un discurso informal y expresivo, más cerca de las construcciones sintácticas coloquiales que de las estructuras lógicas y racionales consideradas propias de los lenguajes técnicos; y como, por otra parte, un lenguaje que rompe con la linealidad, la lógica gramatical y la ordenación “normalizada” del enunciado resulta –de esta manera y no de otro modo– perfectamente eficaz, operativo y, sobre todo, comunicativo a un grupo de profesionales en el desempeño de su labor diaria.

IV

LAS VENTAS: EL LENGUAJE DE LA PERSUASIÓN

1. LAS VENTAS: LA LABOR DEL SALE

La modalidad comunicativa que se atribuye popularmente al hablante de la Bolsa, hasta el punto de considerarse prototípica, al menos para aquellos que no están familiarizados con la actividad bursátil, es la *contratación*. Menos conocido, pero no menos importante para el desarrollo de la actividad bursátil es el *lenguaje de las ventas*. Si bien ambas modalidades comparten estrategias comunicativas, terminología y recursos lingüísticos semejantes, existen claras diferencias que nos permiten distinguirlas como dos modalidades diferentes dentro de la jerga de los corredores. Con la finalidad de evitar la repetición, describiremos únicamente aquellos rasgos del lenguaje de las *ventas* que lo diferencian claramente de la *contratación*. Aspectos como las estrategias léxicas, la estructuración sintáctica –improvisación formal–, las coordenadas deícticas, la función fática o los mecanismos al servicio de la cohesión adquieren en ambos discursos dimensiones semejantes. Sin embargo en las ventas, las circunstancias extralingüísticas asociadas a la situación, al tipo de receptor y a la intención comunicativa generan un cambio de actitud en el hablante que adopta estrategias más adecuadas para un tipo diferente de intercambio profesional.

De modo que junto a la labor frenética, esa que todos asociamos de forma automática a la Bolsa, está esta otra modalidad, desconocida hasta para muchos de los expertos en economía, pero indispensable para que la maquinaria bursátil se ponga en marcha. Como en toda actividad comercial, en la Bolsa también se desarrolla una importantísima labor de *marketing*, cuyo objetivo no es otro que la captación de clientes (instituciones financieras, aseguradoras, gestoras de fondos, etc.) que confíen su dinero y sus inversiones a la agencia de valores o Banco a los que representa el corredor. De ahí que el lenguaje de las ventas esté al servicio del logro de dos objetivos principalmente:

- a) Captar clientes, preferiblemente grupos poderosos que muevan un volumen importante de dinero en Bolsa. Cuanto mayor sea la orden, mayores serán los beneficios obtenidos en comisiones.

- b) *Fidelizar* esa relación: conseguir que el cliente confíe en los criterios del corredor, siga sus orientaciones y mantenga un volumen estable de contrataciones.

El objetivo de *Fidelizar* la relación clientes-corredor se sustenta en la transmisión de *información* actualizada y pormenorizada del movimiento del mercado y de las expectativas de inversión futuras. Asesoramiento diario de la evolución de sus carteras y la ejecución inmediata de sus operaciones en Bolsa. El corredor debe, además, realizar tareas de investigación, buscando los datos solicitados por el cliente respecto a un sector en concreto, a una empresa o a un tipo de mercado en el que desea invertir. En suma, hacer que el cliente no pueda prescindir de los servicios del corredor y le sea fiel a la hora de confiar el desarrollo y gestión de sus inversiones. Por tanto, el objetivo primordial del lenguaje de las *ventas* es transmitir información (exposición o explicación) y argumentar (persuadir para conseguir adhesiones) con el fin de hacerse con las órdenes y las inversiones de sus clientes.

Conseguir la fidelidad de un cliente tiene como fin último la rentabilidad del negocio: cuando un cliente cursa una operación a través de un intermediario se establece un contrato de comisión entre ambas partes. Las entidades financieras –banco, agencia de valores, chiringuito financiero– viven fundamentalmente de esa comisión. La labor informativa (asesoramiento y análisis de empresas) forma parte de los incentivos que ofrecen a sus clientes, con el fin de prestar un servicio financiero global. De ahí que la labor de las ventas sea tan valiosa y decisiva para la supervivencia del departamento de valores de cualquier banco o *broker*¹. Estos objetivos no sólo reportan beneficios a la agencia, sino también al propio corredor, dado que una parte importante de su remuneración económica depende de la cantidad de dinero que recauda para la agencia en concepto de comisiones. Todo corredor encargado de las ventas debe cumplir con un *bayet* anual –cifra personal de recaudación por comisiones–, cantidad sobre la que se calcula el *bonus* (compensación económica).

Toda esta explicación, relacionada más con la labor del ventas y con la operativa interna de un departamento de valores que con un análisis de lenguaje, tiene su razón de ser. Si bien las necesidades comunicativas de un corredor encargado de la contratación eran el ser

¹ La palabra *broker* no sólo designa al intermediario bursátil, sino también a aquella institución financiera, que no banco, que tiene como principal oficio la negociación en la Bolsa de valores.

rápido, sintético y preciso, el vendedor bursátil necesita ser *persuasivo* y convencer a sus clientes para que inviertan en los valores que está recomendando, ya que de ello depende su bienestar y el de la agencia. Es difícil, o casi imposible, conseguir registros magnetofónicos de los intercambios cliente-corredor fuera de la mesa de contratación, en el momento de la captación², labor persuasiva, puramente de *marketing*. Los registros que tenemos de la labor del ventas fueron obtenidos de la grabadora central de la mesa de contratación de dos bancos y se centran en la labor informativa –repaso de la situación diaria del mercado y de los índices generales– o en las peticiones puntuales hechas por los clientes al corredor, como la preparación o presencia de éstos en la colocación de las acciones de una gran compañía. Pese a esta carencia, los textos obtenidos nos permiten caracterizar, describir y, sobre todo, reconocer en el lenguaje del ventas una modalidad comunicativa distinta del de la contratación.

Comencemos por describir al hablante de esta modalidad bursátil. El corredor encargado de las *ventas* suele ser un profesional experimentado, que comenzó en “el mundillo de la Bolsa” realizando labores de *dealer*, es decir, haciendo efectivas las órdenes de compra o venta de los clientes. De ahí que sea un comunicador competente en ambos registros, pudiendo ejercer, en un momento dado, ambas funciones. Su labor se inicia cuando, después de repasar con los analistas la situación de las empresas y del mercado, toma nota de las propuestas de inversión e intenta persuadir a sus clientes para que compren o vendan los productos financieros (acciones, bonos, futuros, etc.) que está recomendando. Junto a este trabajo de comercialización se encarga, además, de la captación de nuevos clientes y de su asesoramiento. El corredor no sólo incita al cliente a invertir su dinero en tal o cual valor, sino que le informa sobre el desarrollo de sus inversiones, la situación general del mercado –al que vigila de cerca– y aquellos factores internos y externos que hacen pensar en futuros cambios. Cada corredor encargado de las ventas tiene una lista de clientes, tanto institucionales³ como propios –captados personalmente– de los que debe conseguir “fidelidad”, es decir, que realicen sus operaciones bursátiles teniéndolo a él y a su agencia como principal intermediario.

² La captación de clientes se realiza en primera instancia gracias a las *presentaciones*: exposición oral de carácter técnico-financiero que ofrece el corredor y el analista financiero al cliente potencial, con el fin de darle a conocer los servicios que ofrece la agencia de valores a la que representan.

³ Son clientes que le han sido asignados por el banco o la agencia en la que trabaja, suelen ser grandes grupos económicos : compañías de seguros, gestoras de fondos, bancos, etc.

Para el ventas el día comienza con el *morning meeting*, una conferencia telefónica seguida por, según el tamaño e importancia de la entidad, corredores en diferentes partes del mundo, en la que los analistas del grupo transmiten las recomendaciones en materia de inversión y cómo los factores presentes y previsibles afectan o afectarán al mercado financiero. Esta labor informativa se realiza en los momentos que anteceden a la apertura del mercado y que sirven también para que el corredor se ponga en contacto con sus clientes, aclare estrategias con sus operadores (*dealers*) y les informe de las órdenes previsibles durante la sesión. Una vez abierto el mercado, el ventas se ocupa del seguimiento de las inversiones, del control de las ejecuciones, de informar a los clientes de la evolución tanto del mercado como de su valores y, en ocasiones, se encarga de dar las órdenes directamente a los *brokers*, ejerciendo de *dealer*. El momento del cierre de la sesión sirve para hacer una evaluación con los clientes de las operaciones realizadas y acordar algunas estrategias para la sesión siguiente. Por supuesto, esta división temporal de las funciones no es estricta en el día a día de la mesa y depende del cambio de otros factores ajenos a la voluntad del corredor.

Los interlocutores habituales del ventas son los clientes u otros corredores con los que negocia, ocasionalmente, las condiciones de una compra o una venta. Por su parte, los clientes pueden ser o no hablantes competentes de la jerga bursátil, si bien suelen tener conocimientos del léxico técnico financiero. Este último factor es básico para la actitud comunicativa del corredor que debe adaptar su registro a las características de su interlocutor. El tipo de oyente y las necesidades comunicativas del intercambio hacen que el vendedor bursátil abandone algunos de los rasgos típicos del registro de la contratación –expresión directa, ausencia de rutinas corteses, lenguaje malhablado, etc.– con el fin de adoptar estrategias más persuasivas –atenuación, cortesía verbal, estrategias argumentativas, uso de un léxico cercano a formas prestigiosas–, entre otras.

Resumiendo, el vendedor bursátil debe ser un hablante polifacético, capaz de adaptar eficazmente su estilo al tipo de interlocutor y al tipo de situación comunicativa a la que se enfrenta. De ahí que pueda tanto adoptar un estilo agresivo y directo a la hora de negociar con otro corredor un paquete de acciones, como desplegar todo tipo de estrategias corteses y persuasivas para conseguir hacerse con la voluntad de un cliente.

2. NECESIDADES COMUNICATIVAS DE LAS VENTAS

A diferencia del lenguaje de la contratación, en las ventas, la urgencia no es una prioridad, aunque sí un factor que se debe tener en cuenta. Si bien el ventas se ve sometido también al ritmo acelerado del mercado y sufre las consecuencias de trabajar en un ambiente lleno de interferencias, en su labor hay más tiempo para la reflexión y la planificación. Como ya apuntamos, emplea los momentos previos a la sesión –preapertura– para recibir información de los analistas, repasar los periódicos, revisar los índices, etc., en fin, sacar sus propias conclusiones sobre la evolución del mercado. Es decir, *reflexiona* y *planifica* sus estrategias de negociación y de *marketing*, para, posteriormente, convencer a sus clientes de que su criterio y su opinión son los más acertados para sus inversiones. De ahí que el corredor necesite, ante todo, ser *convinciente*, conseguir que su cliente confíe en su criterio y en su capacidad para predecir futuros movimientos, tanto en las cotizaciones como en el mercado. La economía y más concretamente las finanzas no son ciencias exactas, sino que, como me dijo un corredor, “son ciencias interpretativas”. Es por tanto parte fundamental de la labor del ventas hacer una correcta lectura de los datos “objetivos”: índices bursátiles, deudas de las empresas, reducciones de personal, bajada de tipos de interés, fusiones, etc. Las cifras se pueden leer bien o mal y de un mismo dato se pueden hacer diferentes interpretaciones y previsiones, de ahí la importancia del análisis financiero. En este aspecto se centra la clave del concepto *fidelizar*; conseguir que el cliente confíe, tenga fe y vea resultados positivos de esa interpretación que hace su corredor de los datos o resultados. Cuando esa interpretación trasciende el ámbito local de la mesa de contratación y es tomada en cuenta por otros corredores y por el mercado, estamos ante lo que se denomina un “creador de opinión”.

De ahí que el ventas no necesite “correr”, de él no depende directamente el comprar o vender un valor antes que otros inversores, sino *informar* y *persuadir* a sus clientes. De modo que su primer objetivo, una vez captado el cliente, es hacer que éste admita una determinada orientación, consiguiendo así su aprobación, en forma de órdenes de compra o venta. El corredor debe presentar una serie de argumentos, encadenados hábilmente, para que parezcan sólidos y, si es posible, irrefutables, de tal manera que su interlocutor apruebe la conclusión que le interesa al corredor

En definitiva, ¿cómo consigue el corredor hacerse con la voluntad de sus clientes? Pues recurriendo a todo tipo de estrategias: la intensificación de las argumentaciones a favor de las virtudes de su análisis o recomendación, la atenuación de los factores en contra, las tácticas corteses que le permiten moderar la imposición que implica defender una opinión personal, salvaguardando así, la imagen del otro, exponiendo argumentos y ejemplos que sostengan su tesis, apoyando sus previsiones con las opiniones de otros expertos, etc. De ahí la importancia de que el corredor adecue su discurso, sobre todo, a su interlocutor, pero también al momento y las circunstancias de la negociación. Hablamos de un emisor sorprendentemente polifacético, que puede pasar de un registro a otro con sólo cambiar de línea de teléfono. Puede ser cortés y persuasivo con un cliente poderoso al que se desea captar o violento y directo con un compañero con quien negocia un paquete de acciones. Claro que estamos describiendo situaciones extremas, entre las cuales encontramos muchos puntos de adecuación modal intermedios. En fin, hablamos de variación estilística y de la capacidad del hablante para seleccionar un determinado modo de hablar acomodándolo a la situación en que se encuentra. En este caso la variación estilística depende del tema y del tipo de relación que comparten los interlocutores.

Concluyendo, el corredor encargado de las ventas bursátiles tiene como prioridad comunicativa la transmisión de información y la persuasión, estrategias que le permitirán “fidelizar” a su cliente, es decir, hacerse de su plena confianza. Para ello, su registro debe ser amplio y abarcar diferentes estilos comunicativos: la contratación –emisión de órdenes–, la exposición, la explicación y el discurso persuasivo.

3. EL DESARROLLO DISCURSIVO: EXPONER Y ARGUMENTAR

Como describimos a propósito del lenguaje de la contratación, el ritmo frenético de los mercados reduce, más que en otras modalidades orales, el tiempo disponible para la estructuración del discurso; concluimos, pues, que la *improvisación formal* era la consecuencia normal de un discurso espontáneo, casi automático, cuyos objetivos eran la rapidez (urgencia comunicativa) y la precisión. Si bien vimos en la contratación enunciados más o menos formales (conforme al estilo jergal), lo habitual eran las estructuras que se acumulaban conforme surgían las ideas en la mente del corredor, según se movían las cifras

en la pantalla, de acuerdo con las reacciones de sus interlocutores o según iba cambiando la situación del mercado. Así, la dislocación sintáctica, la condensación, la síncope sintáctico-expresiva, la sintaxis parcelada y acumulativa eran las constantes en la organización discursiva de la contratación.

Muchas de estas constantes estructurales de la contratación están presentes en el lenguaje de las ventas, aunque de forma menos generalizada. La necesidad de ser persuasivo, a diferencia de la transmisión directa de órdenes, requiere un mayor esfuerzo de elaboración verbal y un encadenamiento más explícito de las unidades del discurso, de las que depende, por otro lado, el desarrollo argumental. A la necesidad de ser persuasivo debemos sumar el hecho de que el corredor debe comunicarse con un cliente que no siempre es competente en la jerga bursátil, lo que le obliga a utilizar un lenguaje más cercano a las formas estándares. Estas diferencias en los objetivos comunicativos de la labor de las ventas con respecto a la contratación repercuten, naturalmente, en el lenguaje y en la manera como el hablante organiza las unidades o miembros del discurso. A continuación nos ocuparemos de describir dichas diferencias, ya que las constantes comunes han sido suficientemente estudiadas en el apartado anterior dedicado al lenguaje de la orden.

3.1. LA EXPOSICIÓN

El quehacer comunicativo del ventas se inicia con la *exposición*⁴ de una serie de resultados –datos técnicos sobre las empresas o índices económicos– que fundamentan las decisiones con respecto a las inversiones que posteriormente se van a realizar. El corredor recoge de las fuentes de información a su alcance todos los datos necesarios, los analiza y los sintetiza para exponerlos a su cliente. En palabras de Miriam Álvarez:

La exposición es un tipo de discurso cuyo objetivo es el de ofrecer un tema cualquiera al receptor de forma clara y ordenada. La exposición requiere un conocimiento global de la cuestión que se pretende explicar, y exige un desarrollo progresivo y articulado de las ideas que contribuyen a su manifestación (1999: 9)

La organización de dicha exposición en la Bolsa dependerá mucho del tipo de oyente al que va dirigida. En este sentido, es una comunicación que se fundamenta en el otro, que

⁴ “Presentar una cosa para que sea vista, ponerla de manifiesto. 2 Hablar de algo para darlo a conocer”. (DRAE, s.v.)

necesita contar con el entendimiento –por parte del corredor– de la competencia y de los conocimientos enciclopédicos de su interlocutor. Véase el siguiente ejemplo:

ALVARO: ¡Hola buenos días!/ soy Alberto/ ¿cómo sigue el futuro ?
 ALBERTO: Sí/ ¡hola!/ ¿qué tal?/ buenos días, Alberto/ pues mira, está ahora mismoo/ RREPI-
 TIENDO el nivel de ayer ¿eh?/ no se menea mucho/ ha empezao, bajando/ vamos el futuro
 empezó subiendo/ después cayó/ hasta nivel dos ochocientos cincuenta/ está ahora, a dos ocho
 siete dos/ pegado al contado/ ¿eh?/ dos ocho setenta y uno/ el dólar fortísimo, esta mañana//
 ciento veintinueve ochenta y cuatro, por noventa y nueve// el marco es lo que sigue/ vamos/ la
 pela es lo que sigue fuera del juego/ contra el marco noventa y uno noventa noventa y dos cero
 cuatro// así/ vamos a noventa y dos, prácticamente se está cruzando/ eel bono nuestro, ochenta
 y uno cuarenta RECUPERANDO, por la subida del dólar/ eh/ Alemaniaa/ se sigue flojita/
 ¿eh?/ está mañana empezó subiendoo/ catorce punntos/ se dio la vuelta, y se puso a bajar diez y
 ocho/ y ahora baja/ mm/ trece puntos/ vamos/ (()) el (()) está a uno nueve
 noventa y tres setenta y cinco/ bajando, sieteee/ siete/ ocho puntos

(C-1)

Este es un texto prototípico de exposición de datos bursátiles, en este caso, de la evolución del futuro⁵, en la que, a petición del cliente, se enumeran los factores que inciden en el resultado de un tipo de producto financiero. El corredor conoce perfectamente la competencia de su cliente en materia bursátil, lo que condiciona que su discurso se limite a exponer unos datos, no a explicarlos, basado en la confianza de que su interlocutor los comprende y sacará sus propias conclusiones. La exposición es una retahíla de cifras que se yuxtaponen con poca o ninguna relación explícita. El factor tiempo hace que la parcelación apurada de frases cortas y cerradas sea la estrategia más acertada. Se omiten nexos y hasta verbos (“el dólar fortísimo esta mañana”), que permanecen implícitos y que el oyente reconstruye con facilidad

En este caso, la exposición bursátil está más cerca de la modalidad especializada que de la divulgativa, ya que la información que se trasmite no es de interés general ni su receptor es un oyente común. Los ajustes que haga el hablante hacia un discurso más explicativo o más sintético dependerán de ese grado de competencia –de la que ya hemos hablado– del oyente especializado. El discurso del ventas está orientado fundamentalmente a suministrar información, lo que determina que el lenguaje tenga una función referencial, centrada en el objeto descrito. Por otro lado, se espera que dicha información sea fiable, objetiva y neutral, al menos en un primer momento. Estamos ante lo que Combettes y

⁵ Contrato de compraventa a plazos en el que una parte se obliga a entregar un activo financiero o no financiero a otra, en un tiempo y un precio fijado en el momento de su otorgamiento. Obligación de entregar o recibir productos o servicios en una fecha futura.

Tomassone (1988) denominan *texto informativo*, aquel que se centra en el contenido y cuya descripción debe basarse en la estructuración y desarrollo de la información, aspectos que describiremos más adelante.

La exposición que hace el corredor a su cliente, en principio, no se cuestiona sino que se toma como fundamento para posteriores reflexiones. En general se establece una relación asimétrica en la que se necesita a un experto en la materia o simplemente a un poseedor de la información y a un interlocutor en aptitud receptiva. En la Bolsa, se presupone entre los interlocutores una especie de “acuerdo de explicación” en el cual una parte se compromete a informar a la otra y ésta compensa a su informador confiándole sus inversiones. Esto rompería en cierta manera la situación de desventaja del receptor, ya que no recibe un favor, sino un servicio. En estos textos informativos el corredor no busca convencer ni influir en el comportamiento del cliente, de ahí que no oriente sus argumentos hacia una conclusión, sino que se limita a exponer una lista de datos, de resultados.

[...] vamos el futuro empezó subiendo/ después cayó/ hasta nivel dos ochocientos cincuenta/ está ahora a dos ocho siete dos/ pegado al contado/ ¿eh?/ dos ocho setenta y uno

Es decir, en ocasiones basta con que el corredor presente los datos a su cliente para que éste, en virtud de sus expectativas y experiencia en los mercados financieros (de su competencia comunicativa, en suma), decida realizar alguna inversión. Es evidente que bajo el discurso expositivo del ventas siempre hay encubierta una intención persuasiva. Informa al cliente de forma objetiva sobre los datos reales que surgen en el mercado acompañados, en ocasiones, por algunas valoraciones, a veces evidentes, otras no tanto, para que el cliente “pique” y realice alguna inversión.

CARLOS: Viscofán
 JUAN: Viscofán/ la pera, ¿no?
 CARLOS: Una mierda
 JUAN: Una mierda/ claro/ (CAMPANA DE REUTER) claro/ ((me alegro))
 CARLOS: Yo también
 JUAN: Claro/ lo que pasa es que hay que estar atentos/ ¿um?/ hay que estar atentos/ y **ponerse a niveles de compra**/ yo creo, a la baja
 CARLOS: Hombre/ Viscofán/ a niveles de mil quinientas, macho/ pues empezar aaa/ intentar co, coger alguna/ **desde luego**

(C-4)

En el ejemplo es el cliente (Juan) el que, frente a los datos obtenidos de su corredor, propone la compra del valor que ahora está a la baja, conclusión que es corroborada por el ven-

tas. También es frecuente que el cliente esté a la expectativa con respecto a un tipo de resultado que le permita terminar de tomar una decisión con respecto a una inversión. Las posibilidades están previamente analizadas y se tiene una actuación para cada tipo de resultado. Así, cuando recibe la información del corredor –bajada, subida, fusión, reducción de personal, etc.–, el cliente no espera, sino que inmediatamente da la orden de ejecutar. Por el contrario, suele ser frecuente que el cliente reciba la información en los momentos previos a la apertura del mercado y que sea posteriormente cuando, de acuerdo con los datos recibidos, ordene al corredor la ejecución de la operación.

Véase el siguiente fragmento de una conversación entre corredor y cliente a primera hora de la mañana, en la que repasan los primeros datos del día. El objetivo comunicativo del corredor es simplemente informar a su interlocutor y responder a sus demandas:

ALVARO: ¿Y el dólar-marco?

ALBERTO: ¡Dólar-marco!/ ¿*what's us dollar?/ versus deutsche mark/* ¿uno treinta y ocho puede ser? (A LOS DE LA MESA)

CARLOS: *Forty one twenty* (SE OMITE LA FIGURA ANTES DE LA COMA PORQUE SÓLO VARÍAN LOS DECIMALES Y SE ASUME QUE TODOS SABEN CUÁL ES EL NÚMERO ENTERO)

ALBERTO: ¡Ah! no/ cuarenta y uno veinte/ uno cuarenta y uno veinte (A UN COMPAÑERO DE LA SALA) // <lo ves bien>

ALVARO: ¿Y el yen?

ALBERTO: ¿Dólar yen ? <*ninety one thirty*> (COMPAÑERO DE LA SALA)

CARLOS: *Ninety one thirty*

ALBERTO: *Ninety one thirty* // eestá un poquito mejor/ ¿eh?/ pero de todas maneras la genteee/ sigue con pocas ganas de meterse en mucho lío ¿eh?

(C-1)

Como puede verse en el ejemplo, la exposición tiene un valor puramente informativo, no constituye, como en otros casos, el fundamento de una posterior argumentación. Son datos globales que influyen en múltiples factores, no condicionan la decisión inmediata del cliente, ni sirven como argumentos a favor o en contra de una inversión. Sencillamente, ayudan al receptor a hacerse una idea de cómo se va configurando la situación global de los mercados.

Lógicamente, uno de los recursos más usados por los textos expositivos o explicativos es la *descripción*. Hablamos, por supuesto, de una descripción técnica, no literaria, que pretende ser objetiva y precisa. Se busca huir de la vaguedad y conseguir que la comunicación sea eficaz. Rasgo definitorio de la descripción explicativa es la enumeración, ya sea

de las cualidades o defectos de una empresa, de los datos que la definen o de los últimos factores que la condicionan.

Otros recursos propios de este tipo de discurso son la *reformulación*, la *ejemplificación*, la *analogía* y la *cita*. La reformulación permite expresar de una manera más accesible al oyente no experto cualquier dato o fenómeno económico. Supone la repetición propia del discurso educativo y responde a la necesidad de hacerse entender. La ejemplificación es un recurso muy empleado por el corredor en este tipo de discurso, ya que le permite simular en un escenario real y concreto –familiar al oyente– la situación o fenómeno que se quiere exponer. En la misma línea de carácter pedagógico tenemos el recurso de la analogía, que permite al expositor aclarar o ilustrar un concepto poniéndolo en relación con otros similares. Y por último, la cita como *recurso de autoridad* que busca en la voz de los expertos –analistas financieros, artículos en periódicos especializados, opiniones de corredores expertos en ciertos sectores, etc.– avalar la información o la posterior conclusión. Véase el siguiente fragmento de otra conversación similar:

JUAN: No/ **Dragados** también habría que/ que valorarlo como *holding*/ ahora, como *holding*/ autopistas, por una parte/ eeeh/ negocio constructor, por otra parte/ yyy/ eeeh/ saneamientos y todo eso, por otra parte <ya>/ porque es que es así <ya ya>/ es que no son constructoras puras estilooo/ una cementera/ o unnn la FAS/ o algo así/ no es un estilo Cubiertas

(C-4)

Aquí el corredor se vale de la analogía para sustentar su exposición. Explica a su cliente que los resultados de la empresa en cuestión deben ser analizados bajo los criterios de una empresa que constituye un *holding*. En este caso, el corredor experto instruye al cliente, en un estilo cercano al pedagógico, acerca de cómo deben ser interpretados correctamente los resultados de la empresa Dragados. Para ello hace referencia a otras empresas que, perteneciendo al mismo sector de la construcción, no constituyen o forman parte de un *holding*. En este otro ejemplo, es el recurso del argumento de autoridad lo que queremos destacar.

CARLOS: Ya ya/ pues mira eeeh/ aquí nos ha dicho la **analista** queee/ ha salido un cuadrado en el *Expansión*/ de los valores estrella, en el mes de agosto/ <¿y?> que los tres primeros, que son los valores estrellas/ que son Amper Dragados y Asturianas los vendería/ <Amper Dragados y Asturiana> Ampeeer/ vamos que lo valoraaa/ como mucho, en mil cuatrocientas pelas <exacto>/ ¿eh?/ Dragados a niveles de mil ochocientas/ o algo así

(C-4)

El corredor alude a la opinión de la analista que recomienda vender aquellos valores considerados por un periódico especializado en asuntos financieros como valores estrella. El hablante recurre a la opinión del experto para avalar así su visión de la empresa Dragados. Posteriormente describiremos el valor argumentativo que tienen las citas en las ventas.

En cuanto a la organización formal de la exposición, encontramos muchos de los rasgos ya descritos en el discurso de la *contratación*. La sintaxis concatenada es la constante, se acumulan los enunciados que no siguen un orden convencional, de forma que la enumeración de datos breves y yuxtapuestos es la norma general, si bien encontramos estructuras subordinadas, infrecuentes en la *contratación*:

PACO: Bueno/ vamos a ver/ en princiooo/ pues (()) parece que estooo/ el bono español viene bajando un pelín/ aunque los bonos de fueraaa están algo mejor/ el bono USA sí que tiró ayer/ para arriba/ fuerteee/ ¿eh?/ eeh bueno vamos a ver/ en principio/ en preapertura no viene nada mal/ lo las bolsas europeas <ajá>/¿eh?/ no vienen mal/ pero/ bueno vamos a ver cómooo/ cómooo/ cómo viene visto/ siendo viernes, pues poquita cosa habrá/ hasta que salgan los datos en Estados Unidos ¿no?

(C-5)

El texto carece de una ordenación lineal, como revela la falta de conectores que guíen efectivamente el desarrollo discursivo –optándose por la parcelación–, el uso de enunciados gramaticalmente incompletos, a modo de titubeos (“pues (()) parece que estooo”), (“bueno vamos a ver cómooo/ cómooo/ cómo viene visto”); la presencia de conectores no siempre señalan un nexo entre dos enunciados o la organización del desarrollo discursivo, sino que se convierten en apoyos dialogales, en muletillas que los hablantes usan y repiten a lo largo del discurso conversacional. Este es el caso de *pues* (“pues (()) parece que estooo”), o de *pero* (“no vienen mal/ pero/ bueno vamos a ver cómooo/ cómooo/ cómo viene visto”), que no tiene una clara función adversativa. Otro aspecto característico de la sintaxis de muchos de estos textos es la ordenación semántica atropellada, en la que el hablante da saltos de adelante atrás, respondiendo más a los impulsos de su pensamiento que a un desarrollo ordenado *que, sin embargo, no deja de ser coherente* (“el bono USA sí que tiró ayer/ para arriba/ fuerteee/ ¿eh?/ eeh bueno vamos a ver/ en principio/ en preapertura no viene nada mal/ lo/ las bolsas europeas <ajá>”).

Este tipo de organización formal, bastante habitual en las ventas, adquiere formas más cuidadas cuando las condiciones contextuales cambian, sobre todo en lo que respecta a la

relación entre los participantes, y con esto nos referimos a dos factores básicamente: la proximidad vivencial y el grado de competencia comunicativa del cliente con respecto a la jerga bursátil. En los ejemplos analizados, clientes y corredores mantenían una relación de familiaridad que les permitía mayor libertad a la hora de seleccionar tanto la estructura del lenguaje como el léxico. Si esto va unido a que el cliente maneja y entiende la jerga bursátil, el corredor puede liberar a la estructura de ataduras que son perfectamente reconstruidas en la mente de su interlocutor y avanzar con mayor rapidez. Los nexos, necesarios para entender las relaciones entre dos enunciados o entre dos bloques de discurso, permanecen implícitos –sustituidos por pausas o cambios de entonación– y son recuperados por el oyente, en virtud de esa competencia que antes mencionábamos.

En definitiva, una parte importante del discurso del corredor en las ventas consiste en exponer y en ocasiones explicar a su cliente toda aquella información relativa a las empresas, a los precios de las cotizaciones, a los resultados que vayan apareciendo y condicionando el mercado. Esta exposición tiene una función básicamente informativa y referencial, su forma es la del discurso monologal, en la que un experto tiene la palabra y su interlocutor se mantiene pasivo –excepto para manifestar verbalmente la atención– tomando buena nota de aquellos datos sobre los que fundamentar futuras actuaciones. Este esquema comunicativo tiene, en su fórmula de apertura, su mejor pista: “que a ver /cuéntame cosillas”, “qué me cuentas”, “¿oye y el mercado qué tal?”, “bueno, has visto noticias ¿no?”. En cuanto al tono del discurso, será más o menos informal, dependiendo básicamente de la relación existente entre los corredores y sus clientes. Cuanto mayor sea la familiaridad y camaradería, se tenderá a un tono más “coloquial”, con sintaxis parcelada, con léxico más cercano a los términos argóticos –en ocasiones soez–, con una cohesión implícita que se sustenta en el conocimiento compartido y supuesto en el otro, con la síntesis y la elipsis como recursos que aportan fluidez al discurso. En definitiva, un discurso que tiende a la naturalidad, a la libertad expresiva, y que adapta el habla cotidiana al medio laboral especializado.

3.2. LA ARGUMENTACIÓN

Para entender la importancia de la argumentación en la labor del ventas debemos recordar un aspecto que ya mencionamos atrás, como es el que la economía y las finanzas no

son ciencias exactas; por el contrario, son susceptibles de análisis y sensibles a diferentes y complejos condicionantes. Un cliente –hablamos, por ejemplo, de un gestor de capitales de otro banco– no trabaja con una sola agencia de valores ni es aconsejado por un solo *broker*. Esto le permite tener diferentes lecturas de los mismos datos objetivos –cifras, índices, resultados– y valorar cuál de ellas le merece mayor confianza y seguridad. En este punto es donde el corredor debe desplegar sus argumentos para persuadir al cliente de que la suya es la orientación correcta o la lectura más acertada. De modo que la argumentación en la Bolsa sirve básicamente para justificar, en ocasiones refutar, una opinión. El objetivo final es convencer al interlocutor, sea cliente o corredor, para que admita como válido el análisis que hace de los resultados o de los datos que surgen en el mercado. Para ello, el corredor pone en relación uno o más argumentos –datos, cifras, análisis– y una conclusión –actuación recomendada–:

Pero la relación argumentativa es también el trazo de una actividad intercomunicativa, pues la argumentación aunque sea en unidades monológicas, se realiza siempre en la conversación en presencia de un testigo a los que intentamos *orientar* y con quienes se ha de *negociar el acuerdo* (Briz, 1998: 178).

Persiguiendo estos objetivos comunicativos que describe Briz, el corredor comienza su argumentación haciendo una breve exposición de los datos o resultados económicos de una empresa o sector –construcción, bancos, aseguradoras, alimentación, etc.–, seguida de una conclusión breve a modo de valoración. Mantiene largo tiempo el uso de la palabra, sin apenas ser interrumpido por el oyente, que actúa de receptor pasivo que admite las valoraciones del corredor, interviniendo únicamente para pedir que se detalle o se amplíe la información. Véase el siguiente ejemplo como muestra de ese desequilibrio al que nos referimos en el uso y mantenimiento del canal por parte del corredor experto:

[...] y después, los de Viscofán <sí>/ creo que han sidooo/ puf/ bastante pobres/ otra vez con Naturín/ que le están dando un palo a la cuenta de resultados <ajá>/que te cagas/ han perdidooo/ beneficios antes de impuestos, seiscientos veinte kilos en Naturín/ principalmente por/ tipo de cambio/ y toda la estructuración de personal, que están haciendo/ y todavía le queda/ todavía parte de la reestructuración que tragarse/ ¿eh?/ yo creo que le va a costar un año más/ yo ahí en, Viscofán yo creo pueden venir papel ¿eh?/ y en principio pues poquillo más/ vamos a ver si, nos siguen saliendo algo más de construcción/ estamos esperando a los de Dragados/ Tabacalera yyy/ a ver sí salen los de Foxa <ajá>/¿eh?/ y os podemos decir algo, macho/ <okee>/¿eh?

CARLOS: Perfecto

JESÚS: Un abrazo, Carlos

CARLOS: A ti

JESÚS: Hasta ahora.

(C-6)

El orden seguido por la exposición del ventas puede ser tanto deductivo como inductivo. Se puede enumerar una serie de factores que sustentan una conclusión o, por el contrario, ofrecer la síntesis y apoyarla posteriormente con la explicación o simple exposición de los datos, como es el caso del ejemplo anterior en el que el corredor apoya su valoración de los resultados de Viscofán (“los de Viscofan <sí>/ creo que han sidooo/ puf/ bastante pobres”) enumerando una serie de razones de igual peso argumentativo. Véase este otro ejemplo, en este caso con respecto a los resultados de Iberdrola:

PEPE: (())
 PACO: ¡Hola, Pepe! /¿cómo estás?
 PEPE:¡Qué tal!
 PACO: Muy bien/ ¿te cuento?
 PEPE: Vale
 PACO: Bueno has visto noticias ¿no?/ todo el tema de resultados/ <sí> Iberdrolaaa/ en principio están en línea/ <uju> /¿no?/ eel BAIii⁶/ lo que le baja un cuatro por ciento, ha sido principalmente por los extraordinarios de Idruña/ ¿eh?/ pero la matriiiz/ eh/ crece un treinta y ocho por ciento, el BAI/ ¿no? <uju>/ eeh/ la reduce/ la deudaaa/ algo/ en principio pues bueno está en línea/ ¿eh?/ como se esperaba/ no son malos los resultados ¿eh?/ <ajá>/creo queee/ vamos están el líneaaa/ y que pueden seguir creciendo, un poco más ¿no?/ en el segundo semestre/ eeh/ los de Viscofánnos han parecido bastante malos <sí>/ por Naturín, otra vez/ sobre todo <uju>/ ¿eh?
 (C-5)

Reparemos en dichos resultados: están en línea (ni suben ni bajan), el BAI (índice de beneficios antes de impuestos) sube un 4% por los extraordinarios de Idruña, la matriz crece un 38%, se reduce la deuda, conclusión: se mantienen en línea, no son malos resultados y creemos que seguirán creciendo. Si bien el corredor inicia la exposición adelantando el resultado (“Iberdrolaaa/ en principio están en línea”), primero se detiene en exponer de forma detallada los factores que condicionan esos resultados. Para ello hace una descripción técnica de los indicadores, enumerándolos de forma objetiva y concisa. La repetición de la conclusión o de la síntesis de su explicación (“están en línea”) tiene la intención de realizar la idea central del discurso: “los resultados de Iberdrola son buenos y creemos que pueden subir o al menos mantenerse”. Esta conclusión busca subrayar los resultados positivos para conseguir que el cliente compre valores de esa empresa.

En definitiva, el corredor expone a su cliente a través de la enumeración descriptiva, objetiva y concisa los datos que condicionan o explican un tipo de resultado. Posteriormente, pone de relieve la conclusión –subida o bajada del valor– recomendando, de forma

⁶ BAI: Corresponde a Beneficios Antes de Impuestos.

implícita, un tipo de actuación –comprar o vender–. El cliente es un agente bastante pasivo que interviene poco en el intercambio, propiciando un discurso monologal donde lo importante es la transmisión objetiva de información vital para futuras inversiones. Esta disminución de la actividad ilocutiva no resta valor argumentativo a los enunciados del discurso del ventas, ya que su objetivo es conectar los datos técnicos –argumentos a favor o en contra– con una conclusión. En todo caso, estamos ante un desarrollo argumentativo unilateral, ya que el corredor no encuentra oposición o contraargumentaciones por parte de su cliente, cuyo único interés es, al menos a este nivel, recibir la valoración de su agente sobre la situación del mercado o de un valor en concreto. Esto no resta intencionalidad persuasiva al discurso del corredor que, claramente, aunque quizá no de forma explícita, pretende guiar y condicionar la conducta de su cliente.

No siempre el corredor se limita a exponer los datos que determinan o aclaran un tipo de resultado, también despliega un desarrollo argumentativo más complejo, ya que el cliente u corredor interlocutor interviene de forma activa en el intercambio, contrastando su propia opinión o análisis del panorama financiero con su agente o compañero de labor. En este caso el esfuerzo verbal que debe hacer el corredor para que su discurso sea coherente y convincente es mayor. Un síntoma de este esfuerzo es el expreso uso de los marcadores y conectores discursivos –conjunciones, adverbios, preposiciones, locuciones adverbiales, interjecciones, etc.–, que tienen el papel de conectar argumentativamente dos enunciados y conseguir así que el receptor interprete las razones del otro como argumentos que definen o sustentan ciertas conclusiones. Véase el desarrollo argumental en contra de la compra de acciones de Cristalería en la siguiente intervención monológica:

NACHO: Y Cristalería ya no tanto ¿no?

JAVIER: Hombre/ Cristalería es quee/ yo esperaría que bajara un poco/ es que a ocho mil trescientas es eee/ alto del año/ y es que, hay una orden desde haceee/ una semana muy gorda en el mercado/ y lo han hecho subir, ellos <ajá>¿eh?/ entonces yo esperaría a ver si bajaaa/ si baja un poco/ perooo/ tambiéneen/ los resultados han sido muy buenos/ y también hay que tener en cartera ese valor <ajá>/ perooo/ a estos niveles, me cuesta un poco <ajá>/eeeh/ yo esperaría a ver si baja, a niveles de ocho mil/ que no sé si bajará <ya>/ perooo/ pero es un valor para tener en cartera ¿eh? <ajá>/eeeh/ luegooo/ te/ te mandaré tambiéneen/ un resumen del comité de inversiones eh /que tuvimos el lunes/ esto/ ¿os ha llegado?

(C-2)

El marcador *es que*, al principio de la intervención del corredor, señala el inicio de un desarrollo argumentativo antiorientado –que adelanta y enmarca la conclusión– (con respecto a la valoración positiva de la compañía), cuyo fundamento técnico es la subida del precio

de las acciones (operación de maquillaje) y claramente orientado a una conclusión: *debemos esperar a que baje la cotización para comprar*. El mismo marcador sirve al corredor para mantener la línea argumentativa en contra de la compra, utilizándolos para encabezar dos argumentos: 8.300 es la cotización más alta alcanzada por el valor ese año y la operación de maquillaje que está manteniendo el alza:

y **es que**, hay una orden desde haceee/ una semana muy gorda en el mercado/ y lo han hecho subir, ellos <ajá>¿eh?

Entonces introduce la conclusión (“entonces yo esperaría a ver si bajaaa/ si baja un poco”), en este caso la reitera, respecto a los actos de habla anteriores. *Pero* (“perooo/ también/ los resultados han sido muy buenos/ y también hay que tener en cartera ese valor <aja>”) en este caso no señala una oposición entre un antes y un después, sino que introduce un inciso que no invalida o anula la primera opinión del corredor contraria a la compra. Si bien las acciones en este momento están sobrevaloradas, es una compañía sólida en la que se debe invertir. El siguiente conector, *pero*, retoma el hilo del razonamiento inicial (“perooo/ a estos niveles, me cuesta un poco <ajá>/ eeh/ yo esperaría a ver si baja, a niveles de ocho mil”), marcando la oposición con el primer bloque argumentativo y reiterando la tesis central que defiende el corredor y que intenta admita su cliente. Para terminar, *luego* actúa como un conector de consecución que permite marcar el cierre del anterior conjunto argumentativo e iniciar uno diferente: “luegooo/ te/ te mandaré también/ un resumen del comité de inversiones/ eh que tuvimos el lunes/ esto/ ¿os ha llegado?”.

Si bien se observa en el ejemplo que el corredor busca organizar su discurso de forma que cada miembro, en este caso unidades que encierran un argumento a favor de una conclusión, mantengan una relación expresa, es decir, verbalmente explícita, para dar cierta cohesión textual al discurso; las constantes propias del discurso espontáneo, de la expresión oral y la improvisación enunciativa siguen estando presentes. Apuntemos algunas de esas constantes:

La intervención se inicia con una forma apelativa propia del habla espontánea (“Hombre/ Cristalerías es que”) que permite al hablante tomarse un tiempo para improvisar su respuesta. Este recurso que le permite mantener el uso del canal mientras piensa como expresar sus argumentos es también verbalmente notorio en los continuos titubeos (“¿eh?/

<aja> eeeh/ luegooo/ te/ te mandaré tambiéneen”), alargamientos vocálicos (“y es que hay una orden desde *haceee*/ una semana”), (“perooo/ tambiéneen/ los resultados han sido muy buenos”), en las repeticiones (“entonces yo esperaré a ver si bajaaa/ si baja un poco”), expresiones truncadas que confían su comprensión a lo inmediatamente dicho (“perooo/ a estos niveles, me cuesta un poco <ajá>”), etc.

Con respecto al léxico, el corredor incorpora expresiones del argot juvenil más propio del habla espontánea que de la especializada (“una semana muy *gorda* en el mercado”). En cuanto a la estructuración sintáctica sigue primando, sobre los criterios gramaticales, la improvisación formal y la organización espontánea, es decir, el corredor ordena su discurso según van surgiendo las ideas en su cabeza: “hay una orden desde *haceee*/ una semana muy *gorda* en el mercado/ y lo han hecho subir, ellos”.

Hasta aquí nos hemos referido a conectores que enlazan dos enunciados entre los que se establece una relación funcional argumentativa, por ejemplo consecutiva, opositiva o restrictiva. Ahora bien, en las ventas encontramos también intercambios en los que el cliente no admite las opiniones o las perspectivas de análisis de su corredor o las discute. También se dan casos en los que ambos interlocutores contribuyen con sus intervenciones al desarrollo argumentativo global, aportando cada uno información valiosa que es contrarrestada, siendo la conclusión la consecución de un acuerdo entre ambas posturas. Véase el siguiente ejemplo en el que dos corredores contrastan sus opiniones sobre los resultados de la compañía Iberdrola.

JUAN: Venga/ digo de/ por ejemplo resultados de Iberdrola/ ¿qué opináis?/ muy buenos ¿no?
 CARLOS: Son bastante en línea/ lo que pasa que, cayeron/ aquí te pone que iban a caer un cuatro por ciento, **pero** ha sido por los extraordinarios <claro> de Idruña
 JUAN: Claro que es una <¿eh?> pasada, tío
 CARLOS: Exacto **pero** la ma <entiendes> exacto/ la matriz <sí>/ ¿eh?/ el beneficio ha subido un treinta y ocho por ciento <es una pasada>/ ¿eh?/ y ha reducido deuda bastante <cuarenta y dos mil kilos> ¿eh?/ que yo creo que está bien
 JUAN: Sí claro lo que pasa es que, luego he leído la deuda/ que tiene/ uno con seis billones
 CARLOS: Nada/ bueno/ ahí está/ **pero** tronco (RISAS DE JUAN)/ **pero** tronco/ ojalá tuviera yo esa deuda

(C-4)

Comencemos por apuntar algunos aspectos contextuales necesarios para la cabal comprensión de la conversación entre los corredores. La relación que existe entre los hablantes es de total confianza y camaradería, son dos profesionales habituados a comunicarse, posiblemente a diario. Esto se evidencia en el tratamiento y en el tipo de léxico uti-

lizado (“es una pasada”, “pero tronco (risas)/ pero tronco”, “<cuarenta y dos mil kilos>”). Este factor propicia una *mayor* libertad expresiva, que acerca la conversación profesional al intercambio cotidiano. Desde un punto de vista técnico, debemos puntualizar algunos datos contextuales implícitos que sólo pueden ser recuperados si se tiene el conocimiento especializado adecuado: los resultados de la compañía Iberdrola están “en línea”, es decir, no han sufrido cambios. La bajada de un 4% es consecuencia de un factor en concreto: los extraordinarios de Idruña; descenso que ha sido compensado con el aumento de la matriz y la reducción de la deuda. Vemos en el ejemplo cómo el hablante se vale de la conjunción *pero* como marcador de oposición entre dos enunciados (nivel monológico) y como marcador de un acto enunciativo (nivel dialógico); *pero*, en el primer caso, es un marcador de oposición-restricción dentro de la argumentación de la intervención Carlos, que en cierta manera invalida la fuerza argumentativa de la bajada, debido a un factor indirecto como son los extraordinarios de Idruña. El en segundo caso, *pero* marca el desacuerdo y la incredulidad (acto reactivo en el diálogo) de Juan ante la argumentación de su interlocutor que resta importancia al dato negativo.

En suma, los marcadores pragmáticos que marcan el valor argumentativo de un enunciado o de un conjunto ilocutivo, tienen un papel fundamental en la comprensión del discurso bursátil como guías de inferencias, ya que aportan a los interlocutores las pistas necesarias para interpretar de forma precisa los enunciados. Estos recursos proporcionan las instrucciones del hablante para la interpretación precisa del enunciado por parte del receptor. Véanse estos ejemplos, en los que están presentes dos de los marcadores argumentativos más usados en la actividad conversacional bursátil y, en este caso concreto, en las ventas.

CARLOS: **Pues** sacamos el de Mafre Vida/ no tenemos el de Mafre/ pero/ ahora se lo/ le digo a estos quee

JUAN: **Pues** sí me gustaría leerlo/ porque Mafre, macho/ nos hemos comido un marrón/ me he comido un marrón, ahí

CARLOS: ¿Qué no tenías o qué? <¿no?>

JUAN: Yo no/ o sea que nada

CARLOS: Bueno pues te/ te digo algo ahora/ y después ennn/ bueno eeeeh/ los de Aguas

JUAN: **Es que** a tres mil pelaaas/ está ahí, ¿eeeh?

CARLOS: Sí, sí/ **pues** yo teee/ te lo comento ahora/ porque sí salieron/ aa/ antes de ayer/ algo así/ antes que lo de Repsol salieron <ajá>/¿eh?/ eeeh/ Tabacalera/ nos queda por saber/ Tabacalera <ajá>/nos queda por saber Dragados <ajá>/o constructoras ¿no?/ como puede ser también/ Foxa/ que sí me interesan mucho <ajá>

(C-4)

Nos referimos a *es que* y *pues*, casi siempre usados como enlaces coloquiales que relacionan lo que se dice con algo que ha dicho o preguntado el interlocutor. *Pues* (con valor continuativo) también aparece encabezando la intervención de un corredor a modo de vago enlace con lo anterior o como un simple apoyo. El marcador *es que* podría considerarse como el reactivo preferido por los hablantes bursátiles, casi siempre para introducir la explicación que contrarresta la opinión del contrario:

[...] entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

JAVIER: Sí laa/ hombre es que estamoos/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ no es que no hagamos nada/ estamos ahí a ver siiii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí/ pues, oye/ ya habrá una nota, de análisis/ recomendandoo/ el valor/ yyy/ ya/ pues bueno/ tendremos la base suficiente/ como paraaa/ pues bueno/ pues ser activos en ese tema <pero>/ a mí también me están llamando algunos aseguradores/ eeeh/ pues/ eh porque es lógico/ el que, ha tomado ahhh/ posiciones asegurando/ pues/ no quiere quedarse con el papel <meh>/ eh/ y entonces eeeh/ oye nos están llamando/ pueees/ varios de los aseguradores/ pues BBV/ la Caixa/ <en concreto, en concreto> pero eso eso es normal/ es decir/ porque ellos son aseguradores/ y se aseguran, yo qué sé/ pues cinco mil, diez mil kilos/ pues eeeh/ antes de que se les adelante otro, pues tienen queee/ tomar posiciones

(C-2)

o para, siempre en una línea argumentativa reactiva, seguir encadenando argumentos a favor de la propia tesis:

JAVIER: Y y/ también una notaaa/ acompañando el tema dee/ deee/ bueno pues deee/ cuándo van a ser/ o cuáles son las fechas tentativas <exacto>/ ¿eh?/ eeeh

NACHO: **Es que**, concretamente/ mira eh eh/ en San Sebastián ayer estuve por por la mañana/ o sea todo el día/ y y habían detectado varias cartas/ aquí he recibido la llamada de algún cliente, esta semana/ oye vais a tener lo de Telefónica

(C-2)

El hecho de que el ventas cuente con un mayor espacio para la planificación de sus estrategias de *marketing* no se traduce en una disminución de la espontaneidad enunciativa ni de la improvisación formal de su discurso, prueba de ello es la presencia, en las conversaciones laborales del ventas, de la mayoría de los marcadores argumentativos usados prioritariamente en el discurso espontáneo, en los que la expresividad es casi una necesidad. De ahí que muchos de esos marcadores, como vimos ya en la contratación, pierdan su función conectiva original para pasar a ser elementos de relleno, a modo de muletillas o coletillas que completan los espacios vacíos de, por ejemplo, los titubeos.

[...] **entonces**/ nos hemos ido a buscar los niveles de repo/ de/ soporte y ahora ahhh/ es un *test* importante/ ¿eh?/ que si lo rompiéramoos/ los perforáramos/ ¿eh?/ **pues** entonces/ **pueees**/ sería un poco más preocupante

(C-2)

Veamos como ejemplo de esto cómo *entonces* realiza de forma efectiva su papel como marcador consecutivo, mientras que *pues* cubre los espacios vacíos que podría haber dejado el titubeo del hablante.

En resumen, gran parte de la información que aporta el corredor a su cliente no está presente de forma explícita en el lenguaje, factor que concede al conector y al marcador discursivo con valor argumentativo un papel importante como guía indispensable en el proceso inferencial del oyente. El corredor, por razones de ahorro verbal, sustituirá información verbalizada por un marcador que le permita poner al oyente sobre la pista de esa pieza semántica que falta y que debe recuperar gracias al contexto compartido. Si bien el corredor en las ventas, a diferencia del corredor en la contratación, explicita verbalmente los enlaces –marcadores discursivos, conectores– entre miembros del discurso por razones argumentativas, su uso está más cerca de la expresión espontánea que de la especializada.

4. ESTRATEGIAS PERSUASIVAS: EL REALCE Y LA ATENUACIÓN

Los vendedores bursátiles conversan con el fin de negociar un acuerdo que les permita hacerse con la fidelidad y las inversiones de sus clientes. La *atenuación* y la *intensificación* de expresiones, vocablos u otras fórmulas son dos de las estrategias de las que se vale el corredor para convencer a su cliente de que su visión financiera es la correcta y puede reportarle mayores beneficios. Si bien el ventas apoya sus interpretaciones del mercado y de las cotizaciones de las empresas con el análisis técnico (gráficos, cifras, balances, etc.), lo que, en definitiva, termina por convencer a sus clientes, como ya hemos apuntado, es la interpretación que hace de esos resultados y la manera como realza los aspectos positivos o atenúa los negativos. Nos referimos a su palabra viva, al diálogo entre corredor y cliente. En palabras de Briz:

La atenuación, como también la intensificación, supone, desde el punto de vista formal, un incremento gramatical y léxico de una base neutra, y, en sentido retórico, una perífrasis o circunloquio, un rodeo expresivo, en el caso de los atenuantes, hábil y, en el caso de los intensificadores, enérgico de la expresión ante un interlocutor. (1994: 106)

De la conversación entre cliente y vendedor bursátil, nos interesa, sobre todo, analizar la actuación y la importancia de ambas categorías pragmáticas en el proceso de interac-

ción discursiva o dialógica. Así, no queremos ver en los atenuantes e intensificadores simples valores semánticos, presentes únicamente en distintos recursos formales. Sin embargo, no se nos escapa la necesidad de partir de la modificación local del vocablo o de la frase para, posteriormente, estudiar su repercusión en el desarrollo dialógico. Describiremos el papel de la intensificación y la atenuación como estrategias persuasivas y su papel a nivel pragmático y dialógico.

La *intensificación* aporta al ventas uno de los recursos retóricos más valiosos en su afán por dar fuerza argumentativa a lo dicho o al acto de decir, realzar las cualidades de sus recomendaciones y poner de relieve sus opiniones o predicciones. Así, el realce sirve de apoyo argumental al corredor en favor de una conclusión que desea sea admitida por su interlocutor. Véase un ejemplo en el que el corredor refuerza expresivamente los datos solicitados por su cliente sobre la evolución del mercado de futuros y los factores que inciden en dicho estado.

ALVARO: ¡Hola buenos días!/ soy Alberto/ ¿cómo sigue el futuro ?

ALBERTO: Sí/ ¡hola!/ ¿qué tal?/ buenos días, Alberto/ pues mira, está ahora mismoo/ **RREPI-TIENDO** el nivel de ayer ¿eh?/ no se menea mucho/ ha empezao, bajando/ vamos el futuro empezó subiendo/ después cayó/ hasta nivel dos ochocientos cincuenta/ está ahora, a dos ocho siete dos/ pegado al contado/ ¿eh?/ dos ocho setenta y uno/ **el dólar fortísimo**, esta mañana/ ciento veintinueve ochenta y cuatro, por noventa y nueve// el marco es lo que sigue/ vamos/ **la pela es lo que sigue fuera del juego**/ contra el marco noventa y uno noventa noventa y dos cero cuatro// así/ vamos a noventa y dos, prácticamente se está cruzando/ eel bono nuestro, ochenta y uno cuarenta **RECUPERANDO**, por la subida del dólar/ eh/ Alemania/ se sigue flojita/ ¿eh?/ está mañana empezó subiendoo/ catorce puntos/ se dio la vuelta, y se puso a bajar diez y ocho/ y ahora baja/ mm/ trece puntos/ vamos/ (()) el (()) está a uno nueve noventa y tres setenta y cinco/ bajando, sieteee/ siete/ ocho puntos

(C-1)

Es fácil reconocer algunos de los recursos de intensificación más frecuentes en el lenguaje coloquial: el alargamiento vocálico o consonántico con entonación enfática (“RREPI-TIENDO”, “RECUPERANDO”); el recurso fraseológico que, a nuestro juicio, exagera la situación de la peseta (“la pela es lo que sigue fuera de juego”); o producto de la modificación interna (fortísimo). En este ejemplo concreto, las estrategias de intensificación actúan poco a nivel argumentativo, ya que el objetivo del hablante es meramente informativo. De ahí que el realce sólo esté en función del énfasis de los datos técnicos que se aportan en la consulta.

Pero no siempre la intensificación sirve al corredor únicamente para poner de relieve los resultados positivos o negativos de una empresa o valor; también está al servicio de

un desarrollo argumentativo concreto, como en el caso del siguiente ejemplo, en el que se defiende la bondad de las acciones de Gas Natural.

NACHO: ¿Y hay algún otro valor que te pueda gustar por suu?
 JAVIER: Gas Natural
 NACHO: Gas Natural
 JAVIER: Sí
 NACHO: ¿Por qué?
 JAVIER: Pueees/ porque ha obtenido unos resultados **muy buenos/ <sí> muy buenos/ muy buenos/** yy aquí/ **los de análisis**/ también lo están recomendando, comprar **de forma activa**
 (C-2)

La reiteración de la calificación positiva se ve reforzada por el hecho de que la opinión del corredor está refrendada por el equipo de analistas técnicos, estrategia que contribuye decididamente a consolidar expresivamente la valoración que hace el ventas de la compañía en cuestión. Por otro lado, el que el hablante comparta la responsabilidad de la opinión con otros no es un recurso atenuante de la referencia deíctico personal, sino más bien un refuerzo argumentativo que recurre a la cita de la opinión de profesionales con acreditado conocimiento técnico.

Otro aspecto, esta vez de tipo extralingüístico, que condiciona la frecuencia, y a veces el abuso del empleo de la intensificación en el discurso del ventas está relacionado con el tipo de relación que comparten los corredores. Cuando las relaciones entre corredor y cliente son distantes, el uso de las estrategias de realce se reduce y el discurso del corredor se muestra más ecuánime:

NACHO: ¿Telefónica?
 JAVIER: Telefónica/ pues hay que esperar a la colocación <ajá>/¿eh?/ yo ahora no lo tocaría hay que esperar a la colocación/ pua/ para tener ahí/ hueco/ y poder, meter en las carteras
 NACHO: ¿Pero mantener en las carteras?/ las que haya, ¿no?
 JAVIER: Sí/ sí/ mantener/ hombre siempre que cuando/ no haya un porcentaje excesivo
 (C-2)

Por el contrario, en la mayoría de los casos, las relación de igualdad y de proximidad entre los interlocutores, propician el realce que, con frecuencia, se vale del lenguaje malhablado para extremar si cabe la intensificación. Véase un ejemplo bastante diferente al anterior:

CARLOS: Me puedes poner con el noventa y tres doce/ por favor (SONIDO DE TELÉFONO)
 JUAN: Sí, ¡dígame!
 CARLOS: ¡Don Juan Pablo!
 JUAN: ¿Qué pasa macho?
 CARLOS: ¡Qué pasa!

JUAN: Pues que bajan un poco/ ¿eh?
 CARLOS: Nos la prometíamos **muy felices** macho, esta mañana/ yo con eel/ bonooo/ a ciento trece, macho (PARALELA A LA INTERVENCIÓN OÍMOS LA RISA DE JUAN)
 JUAN: ¡**Qué putada!**/ tío (ENTRE RISAS)
 CARLOS: No no no/ espérate/ espérate
 JUAN: ¿Cómo va el tema?
 CARLOS: Guate moment [*what moment*]/ no va mal tío/ yo qué sé, macho
 JUAN: Pero baja ya el bono español, ¿no?
 CARLOS: Está bajando, un pipo
 JUAN: ¡**Jooder!**/ ^o(**macho**)^o/ ^o(**mierda**)^o
 CARLOS: Peroooo/ ¡Juan Pablo, tío!
 JUAN: ¡Qué!
 CARLOS: Eeh/ que bueno/ [que no está mal]
 JUAN: [Por lo menos/ por lo menos no se **desploma**]
 CARLOS: **No está mal**

(C-4)

Juan realiza su expresión –vocabulario y frases hechas de carácter soez con pronunciación enfática e interrogación retórica con intención irónica– con el fin de intensificar su actitud comunicativa: *descontento con los resultados del bono*. Por su parte, Carlos procura minimizar la baja del valor y convencer a su compañero de que la situación no es tan mala. Como puede verse en el inicio del intercambio (“Carlos: ¿Don Juan Pablo? Juan: ¿Qué pasa/ macho?”), existe una relación de igualdad y hasta de camaradería entre los hablantes, lo que propicia o al menos facilita el uso de estrategias de realce, sin que por ello, como podría ocurrir en otro contexto, el destinatario se sienta atacado. En este caso, la fórmula de saludo “Don”, no tiene connotaciones corteses o formales, sino más bien un juego irónico entre colegas habituados a comunicarse. Queda claro para los hablantes que en ningún momento el corredor que enfatiza su descontento recrimina a su compañero por la mala evolución de su inversión, sencillamente comparte con éste su preocupación.

Veamos otro fragmento de la misma conversación, para reiterar cómo la relación de camaradería que comparten los interlocutores propicia que se puede llevar hasta el límite lo que en otro tipo de intercambio podría ser considerado hasta una agresión al interlocutor.

CARLOS: Es que yo no sé/ eh/ ahí/ comooo los de **tu casa**/ macho/ han cambiado de recomendación en una ventaaa/ **pues me lo están machacando**
 JUAN: Sí, pero es que los de mi casa también se equivocan/ o sea que [(())]
 CARLOS: [Ya ya ya/ sí no desde luego, **se están pasando de listillos**, tío]

(C-4)

Carlos no minimiza en ningún momento su crítica a los analistas de la agencia para la que trabaja su interlocutor, enfatiza las consecuencias de esa mala recomendación con la fór-

mula coloquial “machacar” y, finalmente, emite un juicio con matiz irónico –cosa que aumenta el énfasis– que atenta directamente contra la imagen de los analistas técnicos (“se están pasando de listillos, tío”). En estos dos últimos ejemplos, uno de los corredores –Carlos–, mediante el uso de los maximizadores, busca transmitir a su compañero de forma efusiva su parecer y hasta sus sentimientos respecto al estado de cosas que comparten. De ningún modo este realce de la expresión, que en ocasiones parece adquirir –para aquellos ajenos a la Bolsa– matices de agresión, puede ser considerado un atentado a la imagen positiva del otro; por el contrario, es síntoma de la estrecha relación que comparten los interlocutores. El énfasis que pone Carlos en su expresión responde, básicamente, a la intención de provocar un mayor interés en la negociación y de manifestar de forma intensa sus opiniones.

Parte de la credibilidad de las opiniones del ventas radica en su compromiso personal, es decir, el agente –respaldado por la institución a la que representa– responde por las consecuencias de sus pronósticos y sugerencias. Por tanto no es de extrañar que uno de los elementos que se suele realzar es el papel del propio corredor. Véase en el siguiente ejemplo cómo es el mismo corredor el que reafirma su responsabilidad directa con lo dicho:

ALVARO: ¿**Tú crees** que esto tire?

ALBERTO: No/ yo laa/ esta mañana/ **mi impresión personal**, era menos veinte a más cinco/ el cierre de hoy

ALVARO: Pues como el dato de Nueva York salga bien/ **te** envainas la opinión

ALBERTO: Sí/ je je pa no/ pa no pillarme/ pero se va a quedar, **yo creo** queee/ por aquí, por el medio

(C-1)

Este otro ejemplo nos muestra también cómo el corredor utiliza el realce del papel del yo enunciativo, en este caso, como una forma de reforzar el acuerdo agente-cliente.

JAVIER: Venga/ pueees/ esto/ a principio de la semana que viene/ está ahí

NACHO: Eso es/ <eh> igual no es un tema **tuyo**/ es un temaaa

JAVIER: No hombre no, pero que no que **yo** me encargo <sí>/ yo me encargo/ sí porque **yo** centralizo esto.

(C-4)

El cliente solicita a su agente que se apresure a preparar la colocación de Telefónica, minimizando posteriormente esta imposición, ya que puede perjudicar la imagen de su inter-

locutor, de ahí que el cliente se cuestione retóricamente si dicha responsabilidad debe o no ser asumida por el corredor en cuestión. Éste se apresura a colocarse como centro de la responsabilidad, en un intento acertado de convencer al cliente de que su demanda será personalmente atendida.

Otra estrategia habitual de intensificación es aquella que busca persuadir al cliente y transmitirle seguridad con respecto a las recomendación del corredor: es el recurso a la *cita o argumento de autoridad*⁷, ya descrito en el anterior apartado y que permite al corredor avalar su opinión, aludiendo a informes técnicos de analistas u otros expertos, o destacando aquellos datos objetivos –cifras, gráficos, estudios, etc.– que apoyan su teoría, compartiendo la propia responsabilidad con los analistas y reforzando su opinión:

JAVIER: Pues te la mando yo ahora mismo eh/ ¿eh?/ te la mando yo ahora mismo/ lo que pensamos es queee/ aquí los valoramos mejor/ de los queee/ que los queee/ lo/ de lo que lo ha valorado el mercao <mm>/ ¿eh?/ y, pensamos/ que que hay que comprar <mm>/ hay que comprar de formaaa/ bastante agresiva/ a estos niveles <ajá>/¿eh?/ ha bajado pues casi un cinco por ciento en dos días/ yyy/ no está del todo justificado <ajá>/¿eh?/ entonces eeeh/ nosotros los resultados pues/ nos parecenn/ bastante buenos/ lo que pasa es que, en el mercado ha sentado bastante mal/ queee/ la actividad del refino, y *marketing* bajen un treinta y ocho por ciento <ajá>/¿eh?/ que si bien se ha visto compensada poor/ la/ la aumento, de la actividad química/ lo que pasa es que la actividad química es cíclica y entonces/ en la lecturaaa/ de la mayoría de análisis es que/ pues bueno perdido calidad/ esos beneficios ¿no?/ pero, aquí piensan que está garantizado/ eeeh/ ese esa esa subida/ de de un veinticinco por ciento a lo largo del año/ eh entonces/ eeh/ ha sido la la/ el castigo, desmesurao/ y una vez pues eeeh/ encuentre/ el valor un cierto/ acomodado/ ¿eh?/ o sea/ se paren/ esas ventas/ agresivas, pues hay que comprar de formaaa/ activa <ajá>/¿eh?/ entonces yo ahora mismo te pongo por fax eeeh/ la nota <mm>/ ¿eh?/ que sacaron

(C-2)

En el ejemplo, Javier abandona la estrategia que realza el papel del yo (“Pues te la mando yo ahora mismo eh/ ¿eh?/ te la mando yo ahora mismo”) para, a la hora de hacer una recomendación, apoyarse en la opinión del equipo de análisis y compartir así la responsabilidad de sus aseveraciones (“lo que pensamos es queee/ aquí los valoramos mejor/ de los queee”). En este caso, el corredor hace una recomendación que va en contra del mercado y que valora negativamente a la compañía Repsol. Al ser una opinión un tanto arriesgada, el corredor no sólo se ampara en los estudios del equipo de análisis para repartir las responsabilidades (“o sea/ se paren/ esas ventas/ agresivas pues hay que comprar de formaaa/ activa <aja>/ ¿eh?”), sino que además consigue realzar los argumentos a favor y dar así más confianza al inversor (“entonces yo ahora mismo te pongo por fax eeeh/ la nota

⁷ “El argumento de autoridad invoca como fundamento para una afirmación el juicio o los actos de alguien de prestigio reconocido en el ámbito temático de que se trata” (Nuñez y Del Teso, 1996: 289)

<mm>/ ¿eh?/ que sacaron”). En este caso, el interés del corredor no es atenuar la imposición, ya que es un acto esperado en este tipo de intercambios –el cliente pide consejo y el corredor se lo da–, sino más bien dar mayores garantías de seguridad y avalar su criterio. Como hemos podido comprobar en los ejemplos, el argumento de autoridad se vale de las conclusiones de otros expertos o especialistas –corredores, analistas o periodistas especializados– que son el resultado de sus propias investigaciones, lecturas o análisis de los datos y los índices económicos. El hecho de que un experto autorizado mantenga la misma opinión que la del corredor o actúe en la misma dirección le permite a éste convencer a su cliente de que su opinión es verdadera o de que su lectura es la correcta. En definitiva, *el argumento de autoridad* es un recurso persuasivo que puede estar en función de una estrategia de atenuación, como una manera de diluir la responsabilidad del enunciador o, como un recurso intensificador que busca reforzar la validez del análisis que hace el corredor de la situación de los mercados o de una compañía en concreto. Lo que va a determinar la manera como el hablante se vale de este recurso (atenuador o intensificador) es el estudio del contexto y de la intención comunicativa del corredor en cada situación concreta.

Para concluir con la intensificación en el lenguaje de las ventas, veamos el siguiente fragmento, en donde Carlos es el corredor que aconseja y Juan es el cliente.

JUAN: A mí es una compañía que, el otro día me estuve viendooooo/ tal/ me gusta/ y luego me fui a/ a ver los precios/ porque hace tiempo, que no la seguía/ sí que se han puesto ya en máximos, de no sé cuánto tiempo [(()) un cien por cien
 CARLOS: [Por eso te digo/ o sea /yo cre que está/ oye **te advierto** que lo de Aguas/ o sea/ es una commmpañía/ a **brutal**/ porque es/ <sí sí> ¿eh?/ una compañía, **buenísimaaaa**, <a mí me gusta> tal/ y además **muy** serios/ y todo <sí, sí>/ ¿eh?/ yo me acuerdo que estuvimos viéndoleees/ macho <uju>/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, **¡apelotantes!**/ y todo ¿eh?/ pero lo que pasa que, bueno que
 JUAN: Y es la única compañía en la que puedes invertir en, aseguradores/ ¿eh?/ privados/ en España/ <ju ju> que cotice en bolsa/ <sí sí sí> y es un sector/ que **joder**/ que está ahí/ **que va a tirar** <uju>

(C-4)

Desde un punto de vista *semántico* se maximiza sobre todo la calidad de la compañía; a nivel *pragmático* se acentúa el acto de habla (la recomendación de compra), y desde un punto de vista *dialógico* se refuerza el acuerdo. Las marcas que intensifican nociones de cantidad como las cotizaciones (alzas en los precios), activos de una empresa, valoraciones económicas (cifras, porcentajes, etc.) y de cualidad (servicios, instalaciones, personal, etc.) constituyen un recurso habitual utilizado por el hablante en el lenguaje de las ventas. En este ejemplo concreto, los adjetivos más intensos de uso coloquial (*brutal*, *apelotantes*), los

superlativos, los cuantificadores y el énfasis en la entonación (alargamiento vocálico o pronunciación marcada) sirven como recursos de intensificación semántica que contribuyen a consolidar la valoración que ya tiene el oyente de la compañía. A nivel conversacional, la función de los intensificadores, en este caso, contribuye a reforzar el acto de habla: reforzar la valoración positiva que hace el corredor de la empresa. De este modo, el realce semántico de las cualidades y de los resultados económicos de la compañía sirve de refuerzo a la justificación de una acción: la recomendación de compra. Desde el punto de vista dialógico, los recursos intensificadores en el discurso del hablante A realzan el acuerdo del corredor con lo expresado primeramente por su cliente, es decir, la valoración positiva de la empresa Aguas de Barcelona.

Junto a la intensificación, estrategia bastante generalizada en el habla del corredor, descubrimos que *la atenuación* también tiene su valor estratégico para el vendedor bursátil. Si recordáramos lo dicho hasta ahora sobre el lenguaje en la Bolsa, especialmente en lo que se refiere al lenguaje de la contratación, comprobaríamos el predominio de las estrategias de realce sobre las de *atenuación*. Es evidente que la naturaleza y los factores que condicionan la labor del corredor, ya descritas suficientemente, exigen al hablante un comportamiento comunicativo básico: precisión, rapidez y síntesis. Estos tres principios están reñidos con las estrategias de atenuación y con el principio pragmático de la cortesía, ya que generalmente implican un mayor esfuerzo de elaboración verbal y, por tanto, mayor tiempo de emisión. Sin embargo, encontramos en los textos registrados del lenguaje de las ventas interesantes ejemplos de atenuación, sobre todo en su dimensión pragmática y dialógica.

Ahora bien, dos factores extralingüísticos tienen que conjugarse para que los corredores se vean en la necesidad de recurrir a dicha estrategia:

- 1) Que el grado de conocimiento mutuo de los participantes no sea de proximidad (es decir, que no haya confianza ni una relación habitual entre ambos corredores), o bien que exista una clara diferencia jerárquica, aspecto éste menos frecuente.
- 2) Que el acto ilocutivo sea claramente impositivo: exigir una actuación rápida, demandar información, reclamar responsabilidades, etc.

Cuando existe una relación de proximidad y hasta de camaradería, la imposición no se siente como un atentado a la imagen del otro; por el contrario, se recibe como una prueba de confianza. La jerarquía es un factor que apenas incide en la conversación bursátil, ya que jefes y subalternos comparten el mismo ambiente de trabajo y la relación que se establece es cooperativa. La labor de un ventas implica mayor responsabilidad en cuanto a que es el encargado de hacer las recomendaciones y dar la cara por sus resultados ante los clientes. Por el contrario, el trabajo de un *dealer* es mucho menos comprometido; recibe órdenes de compra y venta de sus compañeros de mesa o clientes institucionales, y su responsabilidad se circunscribe a su ejecución en el mercado. Estas diferencias jerárquicas no dejan marcas en el lenguaje, aspecto que estudiaremos a fondo más adelante. Entre compañeros de mesa (ventas, *dealer*, personal de liquidación) se establece una relación bastante simétrica donde lo que predomina es el compañerismo y la camaradería. Así, es normal observar cómo corredores de la mesa o de diferentes entidades mantienen una relación de familiaridad y complicidad extraordinarias a pesar de haber diferencias jerárquicas. En pocas palabras, la jerarquía no es un factor suficientemente diferenciador como para que condicione ni las relaciones personales ni las estrategias discursivas de los corredores en la Bolsa.

Después de aclarar los factores contextuales que inciden en el uso de la atenuación como estrategia comunicativa en las ventas, destacaremos su importancia como recurso persuasivo. A nivel semántico, la atenuación responde a la necesidad de minimizar las cualidades negativas de un valor, una inversión o un movimiento del mercado, a fin de calmar los temores de los clientes:

JAVIER: Hombre/ Cristalería es quee/ yo esperarí que bajara un poco/ es que a ocho mil trescientas es eeel/ alto del año/ y es que, hay una orden desde haceee/ una semana muy gorda en el mercado/ y lo han hecho subir, ellos <ajá>¿eh?/ entonces yo esperarí a ver si bajaaa/ si baja un poco/ perooo/ tambiéeen/ los resultados han sido muy buenos/ y también hay que tener en cartera ese valor <ajá>/ perooo/ a estos niveles, me cuesta un poco <ajá>/eeeh/ yo esperarí a ver si baja, a niveles de ocho mil

(C-2)

[...] Alemaniaa/ se sigue **flojita**/ ¿eh?/ está mañana empezó subiendoo/ catorce punntos/ se dio la vuelta, y se puso a bajar diez y ocho/ y ahora baja/ mm/ trece puntos/ vamos/ (()) el (()) está a uno nueve noventa y tres setenta y cinco/ bajando, sieteee/ siete/ ocho puntos

(C-1)

Alberto: *Ninety one thirty* // eesta un **poquito** mejor/ ¿eh?/ pero de todas maneras la genteee/ sigue con pocas ganas de meterse en mucho lío ¿eh?

(C-1)

si lo rompiéramoooo/ los perforáramos/ ¿eh?/ pues entonces/ pueees/ sería **un poco** más preocupante <sí>/ aunque con todo hoy (tos)/ es un día muy **rarito** porque/ es viernes (C-2)

El Bund que se ha animado un **poquito**/ y la deuda un **poquito**/ y ya está ¿no?

Ha bajado un **poquito** no/ el Repo

Comooo/ viene visto/ siendo viernes pues **poquita** cosa habrá/ hasta que salgan los datos en Estados Unidos ¿no?

La atenuación se vale de recursos lingüísticos como la modificación interna del vocablo –sufijación con diminutivos– (“flojita”) o modificación externa –cuantificadores como “poco”–. Además hay algunos casos de proposiciones innecesariamente complejas con el uso de la forma temporal condicional (“yo esperaría que bajara un poco”) y de perífrasis verbal (“se puso a bajar diez y ocho”) recurso poco frecuente en la contratación por su carácter antieconómico; sin embargo, al no ser la rapidez una prioridad en el discurso de las ventas, el vendedor bursátil recurre a la perífrasis como estrategia de atenuación, ya que le permite rebajar la intensidad de la expresión directa:

Sí/ sí <eh>/ yo creo queee como bien diría Javier/ se tienen que terminar de hacer ciertas cosas <sí>

[...] que ustedes quieren ser colocadores de laaaa <exacto>/ de la operación en el tramo minorista <sí>

Yo creo que se va a mover esto un poquito ¿no?

¿Y hay algún otro valor que te pueda gustar por suu?

[...] el bono español viene bajando un pelín

[...] que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

La perífrasis actúa como atenuador a nivel formal, al alargar el esfuerzo gramatical (indirección) y, a nivel retórico, como desvío expresivo y estratégico que mitiga la posible imposición de lo dicho por el corredor. Este tipo de atenuación no afecta al nivel dialógico, ya que no busca garantizar el mantenimiento de la interacción, sino minimizar las cualidades negativas de, por ejemplo, una cifra o los resultados de una empresa (nivel semántico). Además, la perífrasis verbal incide en el alargamiento del proceso de emisión, otro recurso de atenuación, quizá el más utilizado por el ventas. Si bien en la contratación los corredores estaban unidos por una relación de proximidad y camaradería que les permitía tratarse como iguales y no sentir como impositivos y hasta agresivos ciertas estrategias y

formas verbales, en las ventas la situación cambia. De modo que el alargamiento del proceso de emisión, que no siempre se traduce en alargamiento del proceso de comprensión, ya que depende de factores como la convencionalidad de la expresión, suaviza los actos de habla impositivos que pueden entorpecer y hasta romper el contacto comunicativo entre dos interlocutores, cuya relación no es habitual ni de confianza. Así, el retraso en la emisión de la expresión “comprometida” es un recurso valioso, ya que suaviza el tono de la emisión y la posible imposición.

JAVIER: Oye/ eeeh/ te llamaba por el tema de Telefónica <ajá>/¿eh?/ que **nosotros quisiéramoooo**/ estar ahí/ vamos suscribir el contrato de colocación

JAVIER: ¿Y **túuu nos podrías** dar un telefonazo? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes y estar al tanto de estos temas <sí sí>

Sí/ ¿y **tú me podríaaas/ cuandooo/ hubiese algo** de esto/ me podrías dar un toque

(C-3)

En ambos ejemplos, el emisor –que es el mismo– demora el acto de habla: la petición de suscribir el contrato de Telefónica a través de la agencia o Banco que representa el otro corredor. Como puede verse en el primer texto, no existe una relación de confianza entre los interlocutores, que en realidad han hablado en pocas ocasiones. Además del evidente retraso en la expresión de la petición, encontramos otros recursos atenuadores que suavizan la imposición: la despersonalización del yo (“nosotros quisiéramoooo”), el uso de la forma condicional y la modalidad interrogativa (“me podrías dar un toque) o el uso de referentes imprecisos (“estar ahí/vamos”, “cuandooo/ hubiese algo”). Ninguno de estos recursos consigue que hablemos de indirección, ya que la estrategia atenuadora –con fines cortes– de preguntar por la capacidad (“¿tu podrías darme un toque?”) para realizar una acción se entiende convencionalmente como una petición.

Véase otra situación en la que el uso de los atenuadores permite al corredor reducir la imposición implícita en un acto de petición. El corredor, generalmente cliente, solicita un servicio o una información que debe ser atendida, a corto plazo, por su interlocutor. Esta estrategia suele ser preventiva: se minimiza la imposición y evita, así, el desacuerdo. Este es el caso del siguiente intercambio, en el que se cumple la condición contextual antes expuesta, la falta de confianza entre corredores que, previsiblemente, pertenecen además a diferentes escalas jerárquicas.

Javier: Sí

Nacho: ¡Hola!/ ¿oye?/ buenos días

Javier: Buenos días

Nacho: Oye/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eehh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso/ que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

Javier: Sí laa/ hombre es que estamoos/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ no es que no hagamos nada/ estamos ahí a ver sii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí/ pues, oye/ ya habrá una nota, de análisis/ recomendandoo/ el valor/ yyy/ ya/ pues bueno/ tendremos la base suficiente/ como paraaa/ pues bueno/ pues ser activos en ese tema <pero>/ a mí también me están llamando algunos aseguradores/ eehh/ pues/ eh porque es lógico/ el que, ha tomado ahhh/ posiciones asegurando/ pues/ no quiere quedarse con el papel <meh>/ eh/ y entonces eehh/ oye nos están llamando/ pueees/ varios de los aseguradores/ pues BBV/ la Caixa/ <en concreto, en concreto> pero eso eso es normal/ es decir/ porque ellos son aseguradores/ y se aseguran, yo qué sé/ pues cinco mil, diez mil kilos/ pues eehh/ antes de que se les adelante otro, pues tienen queee/ tomar posiciones

(C-2)

En el caso de la intervención de Nacho, éste recurre a una serie de recursos atenuantes con el fin de no expresar todo lo que desea dar a entender, sin que por ello –basta con ver la respuesta de su interlocutor– deje de ser bien entendida su intención comunicativa. En este ejemplo concreto, Nacho busca el mantenimiento de una interacción sin tensiones, sabiendo que su exigencia, encubierta en forma de petición, puede violentar la imagen de su interlocutor. Es muy interesante observar cómo la respuesta de Javier a la intervención atenuada y hecha hasta con tacto por Nacho es recibida e interpretada de forma directa.

Javier: Si laa/ hombre es que estamoos eh/ estamos en el tema ¿eh?/ **no es que no hagamos nada**

Está claro que corredor y cliente manejan modalidades discursivas diferentes. Una atenuada y casi cortés, la otra directa y hasta contundente. Veamos de cerca la intervención atenuada: en principio, Nacho minimiza la fuerza ilocutiva del acto exhortativo (mandato, petición) con el uso de formas modalizadoras estereotipadas:

Oye/ vamos ver/ mira mmm

[...] de hecho están mandando ya cartas <¿eh?>

También en este texto encontramos el uso y, en ocasiones, abuso de la perífrasis verbal que suaviza o mitiga las aserciones que pueden invadir el terreno profesional del yo:

[...] que las instituciones bancarias se están adelantando

[...] que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos

[...] entonces te quiero decir

Otro efecto que consigue la perífrasis es atenuar la exigencia, minimizando el papel del yo (“yo creo que igual..”). La acción atenuadora del verbo “creer”, contribuye a encubrir o suavizar la presencia explícita del yo del hablante. Además, con la despersonalización del tú el hablante mitiga su acción, el efecto impositivo que puede causar su acto de habla:

[...] que yo creo que igual procede **empezar a adelantarnos** la semana que viene

Otro recurso que también mitiga la fuerza ilocutiva de la imposición y, sobre todo, contribuye a desviar la posible responsabilidad del hablante respecto a la conveniencia o la verdad de lo dicho consiste en apoyar su opinión con la acción de otras entidades reconocidas, para que sea la fuerza de los hechos y no el capricho del hablante el que se imponga y termine por conseguir el cambio de actitud del interlocutor.

[...] hemos detectao en el mercao que/ que las **instituciones bancarias** se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso/ que están en plena campaña/ concretamente el **Central Hispano** mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>

(C-2)

Así, Nacho le está diciendo a su interlocutor que son otros o al menos no es él sólo quien ha comenzado a preparar la colocación de la compañía, compartiendo así la responsabilidad de sus demandas. Así, lo que en otros casos puede ser considerado como un argumento de autoridad, en éste, sirve para atenuar el acto de habla impositivo: solicitar al corredor que comience a preparar la colocación de las acciones de Telefónica. Quizá la estrategia más evidente usada por Nacho es la continua repetición de elementos gramaticales innecesarios, como por ejemplo las conjunciones “pues”, “que” o “y”, que no cumplen una función conectiva, y la interjección “eh”, con entonación interrogativa y alargamiento vocálico. Este recurso permite al hablante alargar el tiempo de la emisión, a modo de titubeo, con el fin de atenuar la petición y evitar así la contundencia de la expresión.

[...] ¿eeeh? /pues eh ofreciendo regalos / y / y bueno / pues eeh / pues eso/ que están en plena campaña...

[...] entonces te quiero decir que / que yo creo que igual procede

[...] se concretaba las condiciones de la emisión y / y poco más

Un hecho que nos interesa destacar es cómo el hablante evita expresar directamente su demanda (solicitar que su interlocutor prepare una nota de análisis sobre la colocación de Telefónica), dejando que sea el contexto compartido el que complete la petición elidida:

[...] entonces te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

Recurso éste que no dificulta la comprensión del oyente, que, en un estilo más directo, comprende perfectamente cuál es la demanda de su interlocutor, pero confunde los plazos:

[...] y a partir de ahí / pues oye/ ya habrá una nota/ de análisis recomendandoo/ el valor

Más allá de la modificación semántica o del simple acto de habla, a nivel *dialógico*, la atenuación se concibe como la estrategia que minimiza el desacuerdo con respecto a la intervención del otro. Veamos la respuesta de Nacho –que insiste en su demanda de preparar lo antes posible una nota de análisis– a la intervención del agente bursátil (“estamos ahí a ver siii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí/ pues oye / ya habrá una nota..”) que piensa que dicha demanda puede esperar:

NACHO: Mira lo que pasa yo/ yo lo que creo que en esta situación/ nosotros tenemos que empezar a venderlo ya <je>/ entonces/ hay cosas que no se pueden saber/ cómo son las condiciones económicas <aje>/ inicial/ porque eso cuando, cuando venga vendrá <sí>/ no se puede saber la fecha porque todavía no se ha definido, no/ <aja/ no pero> por ejemplo/ yo lo que sí creo/ esto, Javier <mm>/ es que/ que lo que sí necesitamos de verdad ya/ o cuanto antes vamos <sí>/ es la nota de análisis <sí>/ porque por ejemplo

(C-2)

Lo primero que hace el cliente es enmascarar la reiteración de su postura, dándole un matiz de incertidumbre a sus palabras (“yo lo que creo que en esta situación”, “hay cosas que no se pueden saber”). El uso de la primera persona plural contribuye a desfocalizar el papel impositivo del yo (“nosotros tenemos que empezar a venderlo ya <je>”) incluyendo así al interlocutor en su demanda, como haciendo causa común; el uso del verbo performativo “creer” encubre o suaviza la presencia explícita del yo. Con el fin de minimizar el desacuerdo (“tenemos que empezar a venderlo ya”), el corredor recurre, una vez más, a retrasar la petición haciendo referencia a otros datos –imposibilidad de conocer la fecha de la co-

locación y las condiciones económicas— que, si bien están relacionados con su demanda, desvían el objetivo de la comunicación: solicitar de su interlocutor una nota de análisis.

Uno de los principios pragmáticos que justifica la atenuación y regula el aspecto social es la *cortesía*. La competencia comunicativa que exige la labor bursátil a sus hablantes hace casi necesario el abandono de las estrategias corteses a favor de un discurso más directo. Esta tendencia se facilita gracias a la habitual relación de camaradería entre los corredores. Más aún, el hablante bursátil siente como empático que su compañero sea directo, utilice un lenguaje informal, un léxico cercano a las formas argóticas y hasta soeces, minimice rutinas verbales como el saludo, en fin, que se exprese lo más libre y naturalmente posible. Esta tendencia es más frecuente en el estilo empleado por los corredores en la contratación, ya que, como apuntamos a propósito de la atenuación, la relación de proximidad y familiaridad entre los corredores, más la competencia de ambos en la jerga bursátil facilitan y propician el abandono de la cortesía verbal y, en general, de las estrategias tendentes a mantener la relación comunicativa. En el caso del lenguaje de las ventas, estas condiciones extralingüísticas pueden variar, y con ellas las estrategias verbales. Véase un ejemplo en el que los corredores no mantienen esa proximidad vivencial:

PEDRO: Sí dime
 JAVIER: ¡Hola buenos días!/ soy Javier Pérez de Bolsa 6
 PEDRO: Sí, dime
 JAVIER: Eh/ que hemos hablado en alguna ocasión
 PEDRO: Sí sí sí
 JAVIER: Oye/ eeh/ te llamaba por el tema de Telefónica <ajá>/¿eh?/ que nosotros quisiéramoos/ estar ahí/ vamos suscribir el contrato de colocación

(C-3)

La voluntad de ser cortés por parte de ambos corredores hace que opten por la indirección ilocutiva. De ahí que prefieran la forma indirecta, que alarga el proceso interpretativo y suaviza la fuerza impositiva de la expresión. Esto permite a los corredores obligados a realizar actos de habla comprometidos como solicitar asesoramiento o exigir el cumplimiento de un compromiso, a utilizar estrategias de desfocalización y de alejamiento, por ejemplo, deíctico, evitando así la referencia directa a uno mismo o a su interlocutor, o la precisión temporal, al utilizar formas vagas e incompletas. Con estas estrategias, el hablante alarga el camino inferencial y consigue que sea la interpretación contextualizada y no la expresión directa la que deba hacer el interlocutor. De esta manera se consigue salvaguardar la posible agresión que supone el acto impositivo a la imagen del otro.

JAVIER: Yyy/ ¿qué te iba a decir? que/ **qué qu[i]eres**/ que la semana que viene ya se avanzará bastante en este tema ¿no? <sí aja>/ vale
 PEDRO: No obstante/ **me parece** que la semana que viene/ probablemente haya alguna/ presentación/ **me parece queee**/ por parte de Telefónica <ah, vale>/ para los inversores/ me da la impresión <vale>
 JAVIER: ¿Y túuu **nos podrías** dar un telefonazo? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes/ y estar al tanto de estos temas
 PEDRO: Sí/ sí

(C-3)

Puede verse claramente en el ejemplo cómo predominan las formas de expresión imprecisas que esconden o atenúan la intención comunicativa impositiva. Se eluden algunas referencias deícticas directas al yo del hablante que hace la petición; además, se opta por el uso impersonal cuando se señala a los responsables de preparar la colocación (“que la semana que viene ya se avanzará bastante en este tema ¿no? <sí aja>/ vale”), se evita la exactitud temporal (“No obstante/ me parece que la semana que viene/ probablemente”) y se opta por el uso del condicional de mitigación a la hora de hacer la demanda (“¿Y túuu nos podrías dar un telefonazo? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes y estar al tanto de estos temas <sí sí>”). En suma, ambos corredores emplean estrategias de cortesía negativa como los rodeos explicativos, las formas imprecisas, las demandas indirectas que interrogan en lugar de indicar.

Otros intercambios, en los que la cortesía es el recurso que domina sobre los principios que guían la interacción cooperativa, requieren por parte de los participantes en la conversación un conocimiento de la situación y de los contextos anteriores para llegar a la interpretación. Retomemos un fragmento citado a propósito de la atenuación:

Nacho: Oye/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso/ que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

(C-2)

En esta intervención, la cortesía es el recurso que domina sobre los principios que guían la interacción cooperativa. El hablante, cuyo propósito es pedir a su corredor que prepare una nota de análisis recomendando la colocación de acciones de Telefónica, prefiere el rodeo explicativo, eludiendo así la expresión directa. El rodeo consiste en exponer los hechos que hacen que su petición sea algo razonable. Con esta estrategia consigue que sea

la actuación de otros bancos la que avale la posterior demanda, encubriendo así su verdadero objetivo, el beneficio personal.

A pesar de que la tendencia general en la Bolsa favorece la comunicación económica y concisa, existen condiciones especiales, sobre todo en las ventas, que obligan al corredor a renunciar a la modalidad típicamente bursátil para adoptar posturas discursivas más moderadas y corteses. La necesidad de conseguir la adhesión de un interlocutor poco conocido o de mayor estatus obliga al corredor a recurrir a estrategias que reduzcan al mínimo el posible conflicto, cuando ambos intereses no coinciden o cuando el hablante debe obtener del otro un beneficio personal.

En definitiva, la atenuación actúa en el lenguaje de las ventas como una estrategia conversacional que mitiga la fuerza ilocutiva de una acción y el poder significativo de una expresión. Esto consigue, a nivel dialógico, disminuir el posible desacuerdo que pueda surgir entre los corredores. La desigualdad jerárquica, la ausencia de relación vivencial de proximidad entre los hablantes y el acto de habla impositivo son los factores que propician la presencia de las estrategias atenuantes, sobre todo por su rentabilidad como recurso al servicio de la persuasión discursiva.

CONCLUSIÓN

En la Bolsa no podemos hablar de una modalidad comunicativa tipo, como es el caso de otros lenguajes especializados. El informe científico, la conferencia médica, el análisis financiero... mantienen unos rasgos diferenciadores que facilitan su descripción y su conocimiento; el lenguaje en la Bolsa no.

La jerga bursátil se presenta, a primera vista y de forma casi prototípica, como una modalidad única en la que un grupo de hombres se gritan y se dan órdenes. Es precisamente el lenguaje de las ventas el que desmiente esa primera impresión. De pronto vemos cómo el corredor que grita por la línea uno a un compañero para que venda un paquete de acciones en el precio acordado, ahora despliega por la línea dos una serie de estrategias corteses que buscan convencer a su cliente, un gestor de fondos de un banco importante,

para que invierta en tal o cual valor. Este instantáneo cambio de registro se debe al cambio de las condiciones extralingüísticas: el interlocutor no es un corredor conocido con el cual se mantiene una relación de familiaridad, sino un cliente al que se asesora a cambio de cursar sus órdenes en el mercado; el acto de habla ya no es emitir una orden de compra o venta a un igual, sino persuadir, demandar información, hasta solicitar un servicio o recibir órdenes de un superior o de un cliente potencial.

De ahí que recursos como la *atenuación* y la *cortesía*, ausentes y hasta innecesarios en la modalidad de la contratación, parezcan hacerse indispensables en las ventas. La exigencia de ser rápidos y precisos hacen del lenguaje directo una necesidad para el corredor en la contratación. Cualquier otra estrategia retrasaría la emisión; por ello los corredores han reescrito las reglas que rigen la interacción social, para que el abandono de estrategias tendentes a mantener la comunicación no se sienta como una agresión a la imagen del otro. Es más, estrategias abiertamente descorteses en otros ámbitos o contextos son en la Bolsa pruebas de compañerismo, confianza y camaradería. De modo que las mismas estrategias que normalmente incrementarían la relación asimétrica y hasta pondrían en serio peligro la relación interlocutiva, en la contratación bursátil refuerzan las relaciones simétricas entre corredores. Todo esto en lo que se refiere al lenguaje de la contratación o al intercambio, ya bien en el campo de las ventas, entre corredores unidos por una relación de proximidad y familiaridad.

En las ventas, cuando las condiciones contextuales cambian y el corredor se encuentra ante un interlocutor desconocido al que debe imponer una actuación o al que debe solicitar un servicio, las estrategias antes descritas se moderan y se recurre a la atenuación que minimiza la imposición, a las rutinas verbales para abrir y cerrar el intercambio, a la desfocalización déctica de los hablantes, para compartir la responsabilidad o suavizar el papel impositivo del emisor, o a la perífrasis y el rodeo que alargan el camino inferencial, buscando así respetar la libertad del otro.

V

LA REALIZACIÓN DEL SENTIDO EN LA COMUNICACIÓN
BURSÁTIL

INTRODUCCIÓN

Lo primero que viene a la mente del estudioso de la lengua cuando entra en contacto con los registros del lenguaje bursátil es: ¿cómo se consigue la comunicación?; ¿cómo es posible que en medio de unas circunstancias cambiantes y crípticas, en un ambiente lleno de ruidos e interferencias, un grupo de profesionales usando un lenguaje telegráfico e improvisado, con una estructura sintáctica que olvida la norma y un léxico mezcla de términos especializados, español “malhablado” y tecnicismos en inglés, puedan transmitir órdenes, negociar complejas operaciones financieras, hacer recomendaciones de inversión, analizar la situación de los mercados y de las empresas..., en definitiva, entenderse, comunicarse?

Es evidente, y por eso lo hemos venido estudiando, que los hablantes deben ser competentes en el uso del código o subsistema lingüístico “jerga bursátil”, más o menos convencional –dentro de los límites del universo comunicativo de la Bolsa–, es decir, en el sistema de símbolos –tecnicismos o habilitación semántica de términos generales– y las reglas –estructuras sintácticas habituales– que permiten que el mensaje pueda ser codificado y decodificado. Entendemos también como parte de esta competencia la capacidad del hablante de sintonizar con la actitud comunicativa, las necesidades e intenciones expresivas del otro; de conocer y acceder rápidamente tanto al entorno cognitivo más cercano como a los conocimientos enciclopédicos que le permitan mantener vivo un referente.

Así como en el estudio de la comunicación en general se ha superado el *modelo del código*, de acuerdo con el cual la comunicación se consigue mediante la codificación y decodificación de mensajes, en la comunicación bursátil cobra si cabe más sentido justificar, como explicaremos más adelante, el *modelo inferencial* propuesto por Grice y Lewis, en el que la comunicación se consigue mediante la producción y la interpretación:

Dado un código suficientemente rico –y los lenguajes humanos son desde luego lo bastante ricos en el sentido requerido–, cualquier cosa que pueda codificarse en un sentido se puede codificar en otro; o sea, puede parafrasearse –lo que interesó especialmente a los románticos– sugiere poderosamente que se comunica más de lo que en realidad se codifica. (Sperber y Wilson, 1990: 9)

La idea ya clásica de que los hablantes transmiten implícitamente información que podía haber sido codificada de forma explícita, tiene en la Bolsa especial relieve. El proceso de comprensión inferencial le permite al corredor economizar esfuerzo verbal, acceder sin problemas a las implicaturas valiéndose de lo que se puede decodificar del componente verbal, junto con la información contextual y las expectativas generales sobre el comportamiento del hablante. Podemos ir más allá. En la comunicación bursátil, el componente verbal no sólo no es el único factor que contribuye a dar sentido al intercambio comunicativo, sino que se ve reducido en un afán por abreviar al máximo el enunciado, lo que confiere al componente extralingüístico, el conocimiento enciclopédico y la experiencia compartida entre los interlocutores (conexión interlocutiva) un papel clave para el logro de la comunicación. Este comportamiento hermana, a nuestro parecer, el lenguaje bursátil con el habla cotidiana. Los lenguajes especializados que usan la comunicación escrita y, por tanto, un registro más formal confían en mayor medida el contenido al componente verbal –sintaxis de acuerdo con la norma, formas prestigiosas o estándares, léxico técnico unívoco, etc.–, limitando así el papel del proceso inferencial, ya que señal y contenido codificado son prácticamente iguales. En la comunicación bursátil no ocurre lo mismo: el componente verbal no siempre tiene una correspondencia unívoca señal-sentido, lo que potencia el proceso de comprensión inferencial y confiere al reconocimiento de los factores contextuales un papel fundamental. No basta con que el corredor conozca el significado específico que adquiere la palabra “maquillar” en el entorno bursátil para comprender el sentido cabal de una orden, si no pone dicho término en relación con un contexto inmediato.

En este capítulo intentaremos aportar algunas claves para entender cómo con un lenguaje críptico; aparentemente desordenado se consigue una perfecta comunicación entre profesionales altamente especializados. Además estudiaremos cómo algunos de los mecanismos que permiten *la realización del sentido* en el lenguaje coloquial son adaptados perfectamente por el corredor a la comunicación especializada. Nuestro objetivo no es profundizar sobre mecanismos lingüísticos ya estudiados exhaustivamente por diferentes especialistas, sino más bien servirnos de sus conclusiones para aportar mayor luz al funcionamiento de la generación y mantenimiento del sentido en la comunicación bursátil.

1. EN BÚSQUEDA DE LA COHERENCIA

¿Cómo se consigue *la continuidad de sentido* en los textos de la comunicación bursátil? y ¿cómo *se relacionan de un modo relevante las palabras con el contexto?*, todo ello con el objetivo de conseguir una comunicación eficaz en un medio profesional complicado. Con estas preguntas pretendemos acercarnos a la noción de la coherencia textual, entendida como la reconstrucción de las intenciones y expectativas del hablante asignada por el oyente que interpreta el enunciado. En este sentido, la coherencia (instancia de la enunciación) es una cuestión de codificación e interpretación: un grupo de enunciados son coherentes y constituyen un discurso bien formado sólo si existe una interpretación en la cual sea posible poner en relación dichos enunciados. Por el contrario, un discurso será incoherente si se producen discordancias entre la organización de los contenidos o de las relaciones establecidas en el texto, y el saber previo del mundo que poseen y el contexto que comparten los interlocutores. En el caso de la comunicación bursátil, el hablante maneja unas determinadas expectativas respecto a su destinatario, y su discurso tiende a ser coherente de acuerdo con dichas expectativas y a la inversa. Por otro lado, sabemos que el discurso ha sido coherente cuando la respuesta del destinatario está en consonancia con las expectativas de su interlocutor.

Partimos de un discurso desordenado, a simple vista confuso y poco cohesionado, pero que a pesar de ello consigue *mantener vigente* en la mente de sus interlocutores el objetivo y el tema de la conversación, a la vez que *transmite información no siempre codificada* –o muy pocas veces, en el caso de la contratación–. Podemos verlo en el siguiente ejemplo, en el que, si bien el oyente ajeno al medio bursátil no comprende nada, no parece que los actantes del intercambio tengan problemas para entenderse:

PEDRO: Seis seis

LUIS: Seis seis seis/ es decir, seis sesenta y seis

PEDRO: *Yes*

LUIS: *Yes* (()) vale/ un poquito mejor/ vale/ yo creo que lo, que lo tenemos un poquito controlado ¿no?

PEDRO: Sí pero yo/ si puedes contactar con Rafa/ contacta ¿eh?/ porque lo de/ lo de Pascual/ sí estaba interesao

LUIS: Ju/ ju/ entiendo, vale/ pero ya no nos dará tiempo

PEDRO: Sí hombre sí/ quedan ocho minutos

LUIS: Ya/ si apareciera por aquí/ pero ya lo veo difícil

PEDRO: Bueno

LUIS: Oye, eeh/ me/ estoy/ poniéndome un poquito al día/ yyy/ mantenme un poco informado de-
ee/ de cómo vaya todo/ vale

PEDRO: De acuerdo

LUIS: Un abrazo fuerte

PEDRO: A ti/ hasta luego.

(A-10)

De modo que está en manos de los hablantes, en este caso, corredores de Bolsa, dar coherencia a expresiones sueltas –gramaticalmente incompletas e inconexas–, a intercambios sintéticos carentes de sentido, en fin, a un discurso críptico a menos que se le atribuya *un marco* que facilite el reconocimiento del sentido global subyacente. En palabras de Portolés:

En la construcción de estos discursos el hablante también desea que su interlocutor obtenga las inferencias oportunas de acuerdo con el principio de pertinencia. Para ello tiene en cuenta las suposiciones contextuales de los intervinientes en la conversación y, muy especialmente, aquello que se acaba de decir, pues se trata del contexto más fácilmente accesible (1998: 28)

De ahí la importancia del contexto, que imprime en el texto sus propias claves de interpretación, y garantiza así su adecuada comprensión. Así el efecto de coherencia o incoherencia en el discurso depende de conseguir ese contexto oportuno que facilite las inferencias deseadas, no de que sus propiedades formales indiquen explícitamente las relaciones entre los enunciados. En definitiva, los corredores buscan hacer discursos coherentes, pero, sobre todo, *pertinentes*, es decir, que permitan al interlocutor acceder a la información adicional que se busca comunicar con un bajo coste de procesamiento.

De este modo la coherencia que se percibe entre los enunciados de un discurso es fruto de la aplicación del principio de pertinencia. Los enunciados ya dichos han de ser pertinentes para la comprensión del que se está diciendo. (Portolés, 1998: 28)

En este punto le tomamos la palabra a Portolés al considerar que la noción de coherencia, entendida como “la congruencia entre las diversas partes de un discurso y su compatibilidad con el conocimiento del mundo de los hablantes” (Portolés, 1998: 29), puede explicarse perfectamente, entre otros supuestos, desde la óptica de Sperber y Wilson, y su teoría de *la Relevancia o Pertinencia*. Veámoslo con un ejemplo concreto:

PEDRO: ¡Ves lo de Repsol! ¡Está todavía por ahí?

RAMÓN: Pero/ ¿hay alguna posibilidad o no?

(A-17)

Una respuesta explícita sería una afirmación o una negación; sin embargo, Ramón responde con una pregunta, estrategia que aporta información adicional evitando así la emisión de otras proposiciones que alargarían la comunicación, cosa poco efectiva en el medio bursátil. De esta manera, un solo enunciado permite al oyente inferir una mayor cantidad de proposiciones en poco tiempo y con un mínimo esfuerzo. Intentaremos explicar cómo infiere el oyente las proposiciones intermedias que le permiten comprender de forma relevante el enunciado.

Lo primero es que Pedro parte del convencimiento de que Ramón está contestando a su pregunta. En este punto entra en juego el principio de cooperación, condición previa que debe ser respetada por los hablantes para evitar la temida incompreensión. Por otro lado está bastante claro que la pregunta de Pedro encierra en realidad una petición: proponer a su interlocutor una negociación. De modo que lo que hace pertinente la contestación de Ramón es una idea que une ambas proposiciones y hace que el segundo enunciado sea relevante con respecto al primero.

Antes que nada, Pedro debe seleccionar un contexto efectivo de entre un conjunto de contextos potenciales que tiene a su disposición. En el ejemplo anterior, Ramón cuenta con un contexto necesario inmediatamente accesible: ambos corredores conocen la existencia de un paquete de mil acciones de la empresa Repsol puestas a la venta (es posible que dicho contexto se haya establecido justo antes de la apertura). Además saben que a través de Ramón se han realizado varios intentos frustrados de compra. Otros conocimientos básicos que deben compartir ambos corredores son el manejo del léxico y de la sintaxis propia del lenguaje bursátil: "lo de Repsol" se refiere a un paquete de acciones de dicha compañía, la deixis "ahí" indica el lugar concreto en la pantalla donde se encuentra reflejada la posición del valor. Junto a estos datos, el corredor cuenta con otros datos o conocimientos menos inmediatos, como la memoria enciclopédica, que le permite recuperar todos sus conocimientos técnicos y experiencias sobre el manejo de la negociación bursátil.

Como vemos, el contexto está formado por un conjunto de informaciones derivadas no sólo de un discurso precedente, sino también de la memoria, la observación y la experiencia. De toda esta posible información, el individuo debe seleccionar el "contexto óptimo" que le permitirá obtener un máximo de conclusiones con un coste mínimo de proce-

samiento. En este punto entra en juego un concepto básico de la teoría de Sperber y Wilson como es el de la implicación "sintética". El contexto seleccionado por el oyente en nuestro ejemplo nos permite suponer que Pedro tiene interés en comprar el paquete de Repsol; dicha idea es imposible deducirla por separado ni del enunciado ni del contexto elegido. Sólo a partir de ambos factores podemos llegar a dicha conclusión.

El principio de relevancia asegura que el hablante va directamente al enunciado relevante sin necesidad de interpretar el enunciado sucesivamente en cada contexto. Esto es posible, ya que todo hablante "comunica su presunción de que lo comunicado tiene la óptima relevancia" (Garrido, 1990:533) En el lenguaje bursátil, más que hablar de óptima relevancia debemos hablar de eficacia del enunciado y de la comunicación. Para el corredor es importante seleccionar el enunciado más eficaz (por breve y *mayormente* significativo) que asegure en el oyente la interpretación perseguida con un mínimo de esfuerzo de procesamiento. De los enunciados propuestos en el ejemplo se pueden inferir dos ideas:

- 1) Las acciones están disponibles ("están ahí") sólo si la oferta es firme, y
- 2) Ramón no negociará otra vez las acciones si no existen garantías de concretar la operación. ("Pero/ ¿hay posibilidades o no?")

De modo que la eficacia depende, en gran medida, de que el hablante de la Bolsa tenga siempre en cuenta el "entorno cognitivo" del oyente, conforme al cual debe construir el enunciado de manera que el resultado de la interpretación se adapte a dicha información previa. Así, el oyente "se ve obligado a emplear el contexto óptimo por la propia constitución del enunciado" (Garrido, 1990: 535). Ramón ha tenido en cuenta como contexto para producir su enunciado que Pedro está informado de los anteriores intentos –negociados por un tercero– de comprar el paquete de acciones de Repsol. Está claro que el contexto seleccionado por el hablante en el ejemplo es lo que hace relevante al enunciado, de ahí la relación clara de la contestación siguiente:

PEDRO: tengo aquí en el teléfono a la persona indicada/ me pregunta si todavía hay algo.

Como en toda modalidad oral, pero quizá más que en ninguna otra, en el lenguaje de la Bolsa es imprescindible el conocimiento de la situación concreta, ya que las circuns-

tancias se renuevan día a día o minuto a minuto. De ahí la necesidad que tiene el hablante de orientar con su enunciado al oyente hacia el contexto apropiado:

¿Ves **lo** de Repsol?/ ¿está todavía **por ahí**?

En la información léxica, el hablante enfatiza aquella información que cree no disponible: paquete de acciones y disposición negociadora –posibilidad de seguir negociando–. La información léxica y deíctica del enunciado por sí solas no son suficientes para hacer relevante el enunciado. “Un determinado contexto, por consiguiente, hace más relevante un enunciado en virtud de que el enunciado está pensado para ese contexto” (Garrido, 1990:538).

El mantenimiento de la coherencia en el discurso bursátil, como en cualquier otra comunicación hablada, no depende de la “corrección” verbal entendida como respetuosa de la norma, ni de la utilización de terminología unívoca, ni de ser verbalmente explícitos, entre otras, sino de la elección de un discurso que guíe al oyente hacia el contexto óptimo con el fin de facilitar las inferencias buscadas por el hablante, con un bajo coste de procesamiento.

Otro de los factores que garantizan de forma sistemática la coherencia en el discurso bursátil es el *mantenimiento de la referencia* o la presencia de una *permanencia temática*:

[...] tal serie de enunciados es coherente y constituye un discurso bien formado si y sólo si existe una interpretación en la cual se pueden poner en relación los enunciados. (Moescheler y Reboul, 1999: 503)

Es importante para la comprensión mantener vigente y activo el referente, al menos mientras dure la negociación, ya que de ello dependerá la correcta realización del sentido en la comunicación. Sólo si se pone en relación la expresión verbal bursátil –sintética, desordenada, inconexa, rápida, etc.– con el *contexto temático inmediato* y compartido por los corredores conseguirán el logro eficiente de la comunicación. Podríamos describir multitud de mecanismos que mantienen activo o que ayudan al hablante a poner en contacto la expresión verbal y el referente, pero hemos optado por seguir las propuestas de

Moeschler y Reboul (1999: 507-509), *–la premisa implícita, la hipótesis contextual y el guión–* al resultarnos clarificadoras en cuanto a la realidad de la comunicación en la Bolsa.

Pongamos por caso:

NACHO: Claro, macho/ si es que no nos lo van a dar/ por sí/ porque son cien kilos si fueran quinientos, pues igual/ yo lo tengo ahí/ ahora mismo lo he puesto/ y lo tengo/ y lo está viendo la gente/ pero no lo agrade/ ¿me entiendes?

(A-3)

El interlocutor del anterior texto necesita apoyar su interpretación en una *premise implícita*¹:

- Cien millones de volumen tienen una cotización (precio) determinada que no se ajusta a las cotizaciones a las que se desea negociar, por el contrario, quinientos millones sí se ajustarían.
- Como no tenemos quinientos millones, nos quedamos fuera de mercado.

Gracias a la premisa, el oyente puede *establecer implícitas las relaciones no demasiado explícitas lingüísticamente* entre volumen de acciones (dinero), precio de la cotización del paquete y, como consecuencia, situación poco propicia a la negociación. En este caso, la premisa que completa la información y que apenas se apunta en el lenguaje hay que buscarla en un marco contextual efímero e inmediato: sólo en esta sesión y en este momento se manejan esas relaciones de volumen del paquete de acciones y cotización, mañana – dentro de un rato quizá– las reglas del juego serán otras.

En la Bolsa, como en otros tipos de actividad o campos de la realidad, existen principios generales, admitidos por el conjunto de miembros que la integran y que sirven de apoyo al desarrollo de la idea y, finalmente, a la comprensión del discurso que se produce. Son precisamente estos principios los que permiten relacionar y enlazar dos o más enunciados, para hacer de ellos un discurso coherente. A esta noción, Moeschler y Reboul la denominan *hipótesis contextual*. Pongamos un ejemplo:

¹ Mecanismos que permiten asegurar la coherencia referencial, propuestos por Moeschler y Reboul (*Diccionario enciclopédico de pragmática*, Arrecife, Madrid, 1999), págs. 489-515.

Anselmo: Cinco
 Jesús: Eso no me lo cantes/ que es muy malo
 Anselmo: ¡Vengaaa!
 Jesús: A mí esas cotizaciones no me valen
 Anselmo: ¡Vaale!/ pues con este mercado entonces no tee
 Jesús: Pues igual casi mejor
 Anselmo: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado
 Jesús: Que igual casi mejor
 Anselmo: Pues sí, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

(A-11)

En este texto bastante incompleto, quizá rozando el absurdo, los corredores mantienen la coherencia gracias a uno de los principios generales de la labor bursátil: hay que ser cauto en las negociaciones cuando el mercado está complicado (a la baja, movimientos irregulares, cambios poco predecibles, etc.). Es preferible no arriesgar cuando no se tiene más o menos clara la evolución de las cotizaciones y del mercado en general. Como puede verse en nuestro ejemplo, no hace falta que los corredores completen las frases, que hagan explícitas verbalmente las ideas, para que se dé la comprensión: (“Pues sí porque con este mercado/ es una puta mierda”): ‘con un mercado tan complicado, lo mejor es quedarse fuera; este valor es muy volátil, mejor es no arriesgarse’.

En suma, en la contratación, como en cualquier otra situación cotidiana en la que gracias a la experiencia podemos predecir un resultado como consecuencia de otro anterior, la hipótesis contextual es frecuentemente usada como una de las formas de generar coherencia, ya que permite relacionar dos enunciados no por la conexión verbalmente explícita y frecuentemente elidida, sino por ese conocimiento sabido gracias a la convivencia y a las reglas intrínsecas del ejercicio de la labor.

Otro mecanismo que permite generar coherencia está relacionado con los esquemas de acción:

Una de las utilidades de la noción de guión, tal y como la utilizan Schank y Abelson (1977), es dar cuenta de secuencias narrativas elípticas, en las cuales la interpretación supone que la coherencia está asociada a un conjunto de acciones ordenadas y accesibles para el interlocutor o el lector (Moeschler y Reboul, 1999: 508)

La noción de *guión* apunta a la existencia, en toda parcela de realidad, sea especializada o no, de una secuencia de acciones ordenadas y estereotipadas que permiten completar las

etapas elididas. Este conjunto de esquemas que todo hablante competente almacena le permite reconstruir, en virtud de la regularidad, las secuencias elididas:

ANA: Dígame
 PEDRO: ¿Hola?
 ANA: ¡Hola!
 PEDRO: Oye Ana/ vamos a ver/ Sarrió/ conmigo dos mil titulillos me lo dejáis lo mejor que pueda
 ANA: Estupendo
 PEDRO: Vale
 ANA: Vale
 PEDRO: Gracias.

(A-18)

Ana sabe que debe venderle a su cliente los títulos de Sarrió al mejor precio posible, según la situación puntual del mercado. El guión “venta de acciones” orienta la coherencia general del texto, al reconstruir y completar la información elidida en el lenguaje: precio específico de venta. Y si vamos más allá, este tipo de operaciones responde a otro “subguión”, denominado metafóricamente en el medio bursátil “maquillar”².

Estos son algunos de los mecanismos que contribuyen a generar coherencia tanto en la comunicación en general como en el lenguaje bursátil, y que hemos querido describir por considerar que son los más frecuentes y, en definitiva, los más efectivos. También queremos dejar claro, esta vez bajo el prisma de la coherencia, que un texto cualquiera producto de la comunicación bursátil no será coherente si no completamos la información con el conocimiento tanto del género (esquemas, patrones, estilos), como de la intención del mensaje y las expectativas comunicativas de los hablantes. Esto demuestra que a mayor grado de contextualización, menos indicadores y elementos lingüísticos que sustenten la coherencia necesita el texto producido. Este es el caso, por ejemplo, de la conversación entre personas con una relación muy estrecha y cotidiana, como en la Bolsa, la que se establece entre colegas del mismo oficio. De modo que, en lo que respecta a la comunicación bursátil, la coherencia no debemos buscarla en la organización textual, es decir, sólo en el plano verbal, sino que debemos ir más allá y completar lo que falta, lo que se sintetiza, lo que se elide –cifras, cotizaciones, número de acciones, información conocida, etc.– con el contexto preciso y específico para el cual se ha creado dicho enunciado.

² Maquillar: subir o bajar artificialmente el precio de un valor.

2. LAS PALABRAS Y SU RELACIÓN EN EL TEXTO

La estabilidad textual se mantiene en la comunicación bursátil, al igual que en cualquier otro sistema, gracias a la continuidad de los elementos que integran el discurso. Como hemos visto, la coherencia orienta su campo de acción hacia los conceptos y las relaciones que subyacen bajo la superficie del discurso. En cambio, la cohesión se muestra al destinatario en el texto, de forma material, a modo de elementos lingüísticos visibles que actúan como un conjunto de enlaces intratextuales que posibilitan la conexión, dentro de la frase, de los componentes de la superficie textual. Así la cohesión se apoya en nociones gramaticales. Mientras que la coherencia la descubre el intérprete del texto, la cohesión debe estar patente en el discurso, en el lenguaje.

Son muchas las funciones lingüísticas que aportan cohesión al discurso, evitan la agramaticalidad y la distorsión de la estabilidad conceptual: la repetición de palabras, la elisión, la sustitución (mediante proformas, anáfora, sinonimia, antonimia, metáfora, etc.) y la conexión (marcadores y conectores discursivos). Los tres primeros son procedimientos léxicos de cohesión.

Es frecuente que el desarrollo del discurso bursátil pueda resultar poco cohesionado, por ejemplo, si se abusa del uso de marcadores discursivos o si, por el contrario, se carece de ellos. Esta aparente falta de cohesión textual –asociada a *corrección gramatical*– no es tal, ya que el texto es pragmáticamente pertinente y es recibido por el oyente sin ningún “extrañamiento”. Además, los recursos que aportan cohesión al texto puede que no sean los convencionales, pero sí los habituales en un discurso espontáneo e improvisado. Es decir, dos miembros pueden estar perfectamente cohesionados gracias a la acción de un marcador, pero el producto ser pragmáticamente confuso al no ser pertinente con las intenciones del hablante o las expectativas del oyente. Los corredores no hablan para construir discursos cohesionados según la tradición gramatical, sino para comunicarse con sus compañeros de la manera más rápida y eficiente. De modo que cuando hablamos de agramaticalidad nos referimos a una organización textual que frustre las nociones estilísticas a las

que están acostumbrados los corredores y de la cual son competentes, no con desviación de la norma gramatical. En palabras de José Portolés (1998: 33),

Las relaciones de cohesión en un discurso no son un fin, sino un camino posible para alcanzar la pertinencia óptima

En la contratación bursátil, como hemos venido enfatizando, el corredor elimina de la frase todo aquello que no es imprescindible para la comprensión de la orden o de la negociación. De ahí su estructura telegráfica y parcelada, en la que se prefiere la yuxtaposición de miembros cortos inconexos y en teoría poco cohesionados. La falta de cohesión verbal –ausencia de enlaces– se suple con el enriquecimiento pragmático que permite restituir con ayuda del contexto los pasos intermedios elididos en el plano verbal. Veamos:

ANTONIO: (())
 BEA: ¡Dime!
 ANTONIO: ¿Cómo está eso?/ dos tres dos tres cuatro
 BEA: Tres tres tres cuatro
 ANTONIO: Vale
 BEA: Están comprando al tres cuatro
 ANTONIO: Vale/ gracias.

(A-1)

En el ejemplo anterior se observa cómo la ausencia de nexos, de verbos y hasta de complementos aparentemente vitales para la comprensión (demanda, oferta, nombre de las acciones) hacen del texto un mensaje telegráfico en clave para aquellos profesionales ajenos a la negociación. Los elementos gramaticales elididos que aportarían, tradicionalmente, cohesión al discurso están implícitos y el oyente es capaz de restituirlos sin problemas con la información precedente al intercambio, de ahí que su respuesta no muestre extrañamiento y más bien siga la línea estilística de su compañero:

ANTONIO: Comprame diez al tres tres
 Carlos: Vale/ lo está metiendo ¿eh?
 BEA: Yyyy/ diez /nueve/ diez
 ANTONIO: Vale, gracias
 BEA: Vale, a ti.

(A-1)

Lo que pretendemos señalar es que, en el discurso bursátil, “cohesión” no es sinónimo de uso “normalizado” de marcadores o conectores discursivos, sobre todo en lo que se refiere al discurso de la contratación. Los corredores, en su afán por reducir la frase al

mínimo, sacrifican con frecuencia aquellos elementos lingüísticos que no aportan información imprescindible en rigor, confiando en que el contexto ayude al oyente a reconstruir los nexos elididos que normalmente aportan cohesión al discurso y relacionan con corrección un miembro con otro.

La cohesión, como señalan Beaugrande y Ulrich, se sostiene gracias a la *continuidad* de los elementos que componen el texto. “La noción de continuidad se basa, a su vez, en la suposición de que existe una relación entre los diferentes elementos lingüísticos que configuran el texto [...]” (1997: 89). Muchos de los mecanismos que dichos autores señalan como *estabilizadores* del sistema y claves para *economizar* esfuerzo de procesamiento están presentes en los intercambios bursátiles.

Como hemos venido observando y describiendo, en la Bolsa se presenta una aparente contradicción entre la finalidad básicamente informativa (transaccional) y la libertad expresiva, más cercana al registro coloquial que al especializado. Por otro lado, hemos ido descubriendo cómo los mecanismos tanto formales como pragmáticos tradicionalmente atribuidos a un discurso cotidiano e intrascendente (*charla, parloteo*) pueden perfectamente construir un lenguaje que, correctamente contextualizado, resulta eficiente y apto para transmitir órdenes, información especializada, persuadir a clientes poderosos, etc. Hasta aquí hemos descrito cómo la aparente arbitrariedad y hasta incorrección formal de los enunciados bursátiles responde perfectamente a las necesidades comunicativas de la orden; ahora nos ocuparemos de estudiar cómo se mantiene la cohesión entre los distintos enunciados que componen un grupo o un fragmento discursivo. Para ello es necesario describir los mecanismos más utilizados cuyo objetivo sea mantener un marco de referencia constante que facilite la comprensión del oyente y, a su vez, que mantenga la conexión del discurso, aun en ausencia de recursos más habituales como son los conectores o marcadores discursivos.

Uno de los mecanismos que con frecuencia se utiliza en lugar de los marcadores o conectores, sobre todo en la contratación, es la *reiteración*. A diferencia de lo que podría pensarse, dicha estrategia no está reñida con la necesidad de economía verbal; todo lo contrario, ya que permite mantener vigente en la mente del interlocutor el contenido a bajo coste. Por otro lado, la repetición léxica es un recurso habitual en el habla espontánea, como consecuencia del breve tiempo de que dispone el hablante, más aún el corredor, para

estructurar la fugaz superficie textual. El uso de marcadores discursivos en la estructuración textual requiere, según las circunstancias de emisión, mayores períodos de reflexión que la reiteración. De modo que “La referencia fundamental del texto se construye a través de los elementos léxicos. Estos introducen los temas. Pero para mantener la referencia iniciada hay diversos mecanismos a su servicio, todos ellos fundamentalmente mecanismos de reiteración (Calsamiglia y Tusón: 1999: 230).

Así, vemos cómo se economiza la verbalización de información sobradamente conocida y como, por otro lado, se afanan en repetir (exactamente, o a través de diferentes recursos sinónimos, metáforas, pronombres, etc.) aquella información vital para los intereses de la negociación. Como en el caso siguiente los vocablos “papel” y “dinero”:

LUIS: ¿Alex?
 ÁLEX: Sí/ ¡dime!
 LUIS: Oye no hay/ no hay papel
 ÁLEX: Que no hay papel <no>/ ¿y dinero?
 LUIS: ¿Dinero?/ ¿a cómo está? (DIRIGIÉNDOSE A ALGUIEN DE LA MESA) <a cuarenta y seis>/ a cuarenta y seis/ no hay ningún papel

(A-9)

Como podemos comprobar en el ejemplo, los corredores eliminan de la frase información aparentemente vital –al menos a la vista del individuo ajeno a la Bolsa– como es el nombre de las acciones, la cifra completa de la cotización y el tipo de operación que desean realizar. Claro que dicho intercambio es más informativo que operativo. Los interlocutores no desean ejecutar una compra o una venta, sino puntualizar las condiciones en las que se encuentran las acciones en el mercado, previendo futuras operaciones. Por otro lado, y como hemos venido reiterando, la información elidida está presente y activa en el contexto inmediato, probablemente gracias a anteriores conversaciones. Pero en este ejemplo lo que nos interesa destacar son las reiteraciones de dos conceptos típicamente bursátiles: “papel” y “dinero”. Como ya hemos especificado, la palabra *dinero* se refiere a la demanda (a qué precio se está dispuesto a comprar) y *papel* se refiere a la oferta (acciones que se colocan en el mercado para que sean compradas). La insistencia en la reiteración de ambos conceptos responde a la necesidad de mantener vigente y activo el referente y evitar así el temido equívoco.

PEDRO: *Okey*/ eh tú tendrías dinero ¿verdad? / no papel
 RAMÓN: Era papel

PEDRO: ¡Correcto!/ un momentito// (conversa con el cliente a través de otro teléfono) a ver un momentito// ¿Ramón?/ venga dice que adelante

(A-17)

En el primer ejemplo, los corredores están manejando nociones muy abstractas que pueden prestarse a confusión, de ahí la insistencia en puntualizar –casi hasta la exageración– a qué concepto corresponde cada cotización. Así, la repetición exacta o parcial, a través de sinónimos, paralelismos, metaforizaciones o metonimia, contribuye a estabilizar el sistema, a economizar esfuerzo de procesamiento y en definitiva a mantener activa la referencia.

Por otro lado, la repetición en la Bolsa no es sólo el reflejo de la inmediatez propia del registro oral, es decir, consecuencia única del uso irreflexivo e imprevisible del lenguaje, sino también una manera efectiva y habitual de mantener vivo y activo en la mente de los interlocutores los contenidos que se necesita transmitir. En palabras de Vigara “[...] la repetición de lo que, en un momento dado, parece al hablante el “tema” central de su emisión contribuye, sin duda, a preservar la coherencia de su discurso y a realzar ese núcleo semántico en torno al cual organiza en gran medida su enunciado y su progresión informativa (1995: 186). Es decir, el hablante de la Bolsa es ante todo un comunicador competente del habla cotidiana, de manera que traslada a la jerga especializada aquellos mecanismos que maneja de forma fluida y que se adaptan a los nuevos objetivos comunicativos que le impone la labor bursátil, aunque el objetivo, en este caso de la repetición, sea la necesidad de mantener la cohesión estructural y temática.

El lenguaje bursátil es simultáneamente redundante y preciso; se omite o se sintetiza información poco relevante o fácilmente recuperable gracias al contexto o la circunstancia comunicativa, a la vez que se repite aquella parte de la información vital para el éxito de la comunicación y, en definitiva, de la operación financiera:

No hombre/ si lo tengo en pantalla/ si **por mercado** no puedo ponerlo/ porque está a cient/ **por mercado** te van /nos van a cotizar, setenta ochenta

Ahora se queda/ por **el ciegos**/ se queda **ahora** mismo/ siete tres a ochenta/ en **el ciego**// espérate que lo están dando, tío// espérate// un segundito ¿eh?

Pedro: **Seis seis**

Luis: **Seis seis seis**/ es decir **seis sesenta y seis**

Como muestran los ejemplos, los corredores se afanan, valiéndose de la reiteración, en mantener presente en la mente de su interlocutor, en los dos primeros casos, las referen-

cias espaciales (pantalla *vs* mercado, el ciego) o las referencias temporales (“ahora mismo”). Para la labor que realizan los corredores es importante tener presente y actualizadas las coordenadas espacio-temporales en las que se mueven las ofertas y las demandas de las acciones. Es decir, tener muy claro dónde están las *posiciones*. En estos ejemplos las repeticiones son literales, pero también encontramos casos en los que los hablante los sustituye por sinónimos (palabras, sintagmas, oraciones). Veamos algunos casos concretos:

Oye /quería comprar/ cuatro mil **Fecsa** (sí) **fuerzas**/ ah en los dos primeros precios que haga.

En este ejemplo en particular, la repetición con un sinónimo tiene una razón específica: evitar la confusión fonética entre dos compañías que tienen nombres similares: Fecsa (Fuerzas Eléctricas de Cataluña) y Cepsa. Y en este otro:

GUSTAVO: ¿Por qué están **vendiendo**?/ ¿está pasando algo por ahí?

SUSANA: Pues no lo sé/ nos/ no sé/ pero están **dando**/ a lo bestia

vemos como la palabra *dar* es, en la jerga bursátil, el sinónimo más utilizado para referirse a la acción de vender.

Muchos de estos vocablos son producto de la verbalización de antiguos gestos con los cuales los corredores que operaban en el parqué se comunicaban: al vender, el corredor “daba” en mano al comprador las boletas que certificaban la validez de su operación. Veamos otro mecanismo frecuente en el habla de los corredores relacionado con la reiteración:

LUIS: Es que papel/ moza tampoco hay mucho ¿no? <no>/ porque catorce hay algo/ quince/ ná y luego salta a veinte/ ¿no?

En este caso el término *papel* engloba las diferentes ofertas de acciones que están puestas a la venta en el mercado. Ambos corredores tienen en pantalla la información, pero nuestro hablante verbaliza las cotizaciones de los diferentes grupos de acciones o “el papel” que está puesto. A veces la palabra “papel” basta para resumir una serie de datos que no se necesitan repetir y, por otro lado, se afana en reiterar con entonaciones diferentes las mismas cifras.

Otros recursos muy utilizados y que mantienen vigente las referencias temáticas y, en definitiva, la cohesión son la *metáfora* y la *metonimia*. Véase el siguiente ejemplo:

RAFA: Mira/ efectivamente/ ayer en Nueva York lo que pasó/ eh fue lo siguiente/ el mercado se tranquilizó mucho/ el bono de treinta años bajó de un quince/ ayer se había llegado a poner de un siete coma cuarenta hasta siete coma treinta/ eh y el mercado bursátil que el día anterior/ el de Wall Street que los tipos estaban ya más tranquilos y se acabó un poquito el pánico de inversor pequeño que había y entró una avalancha de compras importante.

(D-19)

Es difícil encontrar muestras en las que los corredores se refieren a la Bolsa de Nueva York como tal, suelen utilizar el nombre de la ciudad dónde se sitúa o, de forma más restrictiva, la calle (Wall Street). Otro caso común de sustitución con metonimia se da cuando los corredores hacen referencia al tipo de compañía:

CARLOS: Sí, sí/ pues yo teee/ te lo comento ahora/ porque sí salieron/ aa/ antes de ayer/ algo así/ antes que lo de Repsol salieron <ajá>/¿eh?/ eeh/ Tabacalera/ nos queda por saber/ Tabacalera <ajá>/nos queda por saber **Dragados** <ajá>/o **constructoras** ¿no?/ como puede ser también/ **FCC**/ que sí me interesan mucho <ajá>

(C-4)

Esta clase de sustituciones son muy frecuentes, ya que las compañías suelen estar divididas por sectores; así que es habitual que los corredores centren primero el objetivo global, por ejemplo los bancos, para posteriormente analizar los componentes que les interesan (Argentina, Popular, etc.).

Un mecanismo relacionado también con la reiteración es aquel que permite al corredor explicar un fenómeno técnico o teórico en términos de otro conocido y cotidiano como son las emociones o el comportamiento humano. En este caso, el término que se repite es sustituido por apreciaciones valorativas:

Alberto/ pues mira, está ahora mismoo/ **RREPITIENDO el nivel de ayer** ¿eh?/ no se menea mucho

JAIME: Mira el IPC yo creo que lo van a intentar sacar, **decente**/ emm/ alrededor del **cero tres / cero treinta y cinco**/ aproximadamente

En estos casos es interesante destacar cómo se utilizan para describir fenómenos abstractos, altamente técnicos y lógicos (dependen de cifras concretas), calificativos más propios de un lenguaje informal y cotidiano.

Otro recurso que favorece la cohesión se sustenta en las conexiones por campos semánticos que se establecen entre los lexemas. En este caso el universo referencial se mantiene con la aparición de grupos de elementos, ya sea relacionados entre sí en el campo de

la referencia o del lenguaje. Un ejemplo de este tipo de recurso lo encontramos en la conversación entre corredores preocupados por una colocación de acciones de Telefónica:

NACHO: Es que, concretamente/ mira eh eh/ en San Sebastián ayer estuve por por la mañana/ o sea todo el día/ y y habían detectado varias **cartas**/ aquí he recibido la llamada de algún cliente, esta semana/ oye vais a tener lo de **Telefónica**/ porque cómo va ser/ porque cómo va a ser/ porque/ en fin/ tal/ pues entonces/ concretamente nnn/ nosotros no vamos a hacer **mailing** <eh>/ o sea creemos que es mejor las llamadas/ <eh> vamos a ver ustedes tienen en proyecto/ poner un **mailing** en la/ en la calle <sí>/ la semana que viene <ya>/ entonces para eso lo único que <sí> necesitan /<eh> es **la nota de análisis**/ pues para de una forma, en el texto pues poner eeh/ <sí> es atractivo por lo que sea <sí sí>/ eso es lo único que necesitamos, **una nota de análisis**

(C-2)

Aquí el rasgo semántico común está en torno a la noción de *mailing*, recurso muy utilizado por los corredores y las agencias de Bolsa para mantener a los clientes informados de las nuevas ofertas de productos financieros o las colocaciones de empresas importantes, en este caso, Telefónica. El *mailing* se realiza por diferentes vías: fax, teléfono, correo o *e-mail*. El contenido de dicha comunicación siempre suele ser una nota de análisis que resume los datos importantes del producto y su posible evolución.

La noción de *mailing* en el ejemplo anterior no sólo funciona como un mecanismo cohesivo, sino que también mantiene vigente y activa la relación semántica entre los diferentes miembros del discurso gracias al conocimiento del funcionamiento del mundo bursátil y financiero (conocimiento enciclopédico) compartido por los corredores y necesario en un discurso sintético y, por tanto, obligadamente contextualizado. Escogeremos como ejemplos elementos que aparecen a lo largo de diferentes intercambios con referencias que exigen un conocimiento del “mundillo bursátil”:

JAVIER: No/ trescientos diez/ eeh/ trescientos diez/ hombre puedeee/ que que hayamos roto algún **soportee**/ ¿eh?/ pero el fuerte es el trescientos diez <ya>/ ¿eh?/ el trescientos diez/ como el trescientos veinte era una **resistencia** fuerte <sí>/ y más fuerte todavía cuando la hemoooo/ intentado romper, y no hemos podido <sí sí>/ entonces/ nos hemos ido a buscar **los niveles de repo**/ de **soporte** y ahora ahiii/ es un *test* importante/ ¿eh?/ que si lo rompiéramoooo/ los perforáramos/ ¿eh?/ pues entonces/ pueees/ sería un poco más preocupante <sí>/ aunque con todo hoy (tos)/ es un día muy raro porque/ es viernes y principio de mes/ eel/ primero de cada mes, es un día de pocooo/ negocio/ y encima coincide con fin de semana/ pues/ todavía menos negocio ¿no?/ pero la verdad es que, nosotros lo que pensamos es que ahí deberíaaa/ **repuntar** un poco <sí>/ ¿eh?/ aunque sea un **rebote técnico**

(C-2)

Todas las referencias que hemos señalado en negrita en el texto requieren un conocimiento enciclopédico de los fenómenos habituales de los mercados financieros por parte de los interlocutores. La conexión semántica se apoya en el conocimiento del mundo bur-

sátil y de sus últimas manifestaciones. Es evidente que se necesita manejar el léxico especializado (*rebote técnico, niveles de soporte, resistencia, repunte*), pero también estar al día de las cifras que corresponden a esos conceptos y que evolucionan con mucha rapidez. Los niveles de soporte o de resistencia³ de una cotización o de un índice pueden variar cada poco tiempo, lo que obliga al corredor a mantenerse al día.

En fin, la repetición es uno de los mecanismos relacionados con la cohesión más utilizados por los corredores, ya que proporciona al discurso un arraigo temático en medio de una situación comunicativa hostil y cambiante, donde la improvisación sobre la marcha puede hacer perder el hilo y el objetivo de la conversación. Así, no debe verse la reiteración como un recurso paradójico ante la necesidad de concisión o economía verbal. Todo lo contrario. Gracias a las reiteraciones del referente se mantiene presente el tema o campo semántico del intercambio, a pesar de la desordenada organización formal, los frecuentes titubeos, las interrupciones, las reelaboraciones, etc.

En el caso de la Bolsa, la recurrencia responde principalmente a la preocupación de no olvidar, en el transcurso de una emisión ciertamente atropellada y de un discurso aparentemente desordenado, el objetivo principal de la negociación (compra o venta de acciones) o la correcta transmisión de información técnica (datos estadísticos, cotizaciones, índices, análisis financieros, predicciones, etc.). O, como ya lo evidenció Ana M^a Vigará,

[...] podemos usar (y usamos de hecho) palabras y/o información anteriormente expresadas con finalidades tan diversas como aludir al tema de la conversación y hacerlo presente en el acto comunicativo, evidenciar nuestra actitud como hablantes e interlocutores, matizar o atenuar lo dicho, realizar ciertos automatismos verbales, progresar de forma fluida en la transmisión de información..., e incluso expresar (con las mismas o muy parecidas palabras) contenidos distintos a los expresados con anterioridad. (Vigará: 1995: 170)

Junto a los mecanismos léxicos que contribuyen al mantenimiento del referente, existen otros procedimientos de naturaleza gramatical, como por ejemplo aquellos que ayudan a simplificar la superficie textual. Nos referimos a uno de los mecanismos cohesivos descritos por Beaugrande y Ulrich, las *proformas*: elementos lingüísticos breves, conceptualmente vacíos que pueden sustituir en la superficie textual a otras expresiones más precisas y con contenido semántico propio:

³ Nivel de precios en donde los vendedores presionan para evitar una subida mayor de precios deteniendo así el proceso alcista.

Una de las misiones de las formas pronominales es la de permitir que los interlocutores mantengan el contenido discursivo actualizado en el texto en situación de almacenamiento activo sin tener que recurrir al –en buena medida– antieconómico mecanismo de la repetición. (Beaugrande y Dressler: 1997: 106)

Las proformas más utilizadas en el lenguaje de la contratación son los pronombres demostrativos *eso*, *esto*, que suelen sustituir a sustantivos (acciones, cotizaciones, mercado bursátil, cifras en general) o sintagmas nominales con los que crean una relación de correferencia. En este punto, nos interesa señalar que este tipo de recurso cohesivo es muy frecuente, más bien casi estilístico (rasgo jergal) en el discurso de la contratación. La búsqueda de concisión y simplificación verbal hacen del mantenimiento de la referencia a través de las proformas el mecanismo más idóneo, en ocasiones en detrimento de las repeticiones. De hecho, una parte de los tecnicismos usados en la labor bursátil, al ser unívocos, son sustituidos con mayor facilidad por las proformas dejando de lado recursos como la sinonimia, la metonimia o la metáfora. Es difícil encontrar equivalentes semánticos a términos como *acciones*, *alzas*, *bajas*, *paquete de acciones*, *pantalla*, etc. Es decir, los mecanismos gramaticales contribuyen, en ocasiones, de manera más efectiva a mantener la cohesión discursiva que los mecanismos léxico-semánticos anteriormente descritos (reiteración sinonímica o metafórica). Por otra parte, “Todo este conjunto de elementos actúan como «capta-significados» del entorno, más o menos lejano, y se remiten a palabras, sintagmas, enunciados, o fragmentos textuales de considerable extensión. Especialmente las formas neutras (esto, eso, ello) tienen una referencia general y amplia, denominada *anáfora extendida o globalizadora* (Calsamiglia y Tusón, 1999: 238).

Veamos, en este sentido, los siguientes casos:

Esto puede tardarse en ponerse boca abajo diez minutos

PEPE: Los Obrascones a mil cuatrocientos/ que si se los venderías

JAIME: ¿Quién me lo dice **eso**?

NACHO: No hombre/ si lo tengo en pantalla/ si por mercado no puedo ponerlo/ porque está a cient/ por mercado te van/ nos van a cotizar, setenta ochenta

JESÚS: ¡Ah!/ yo lo tengo a seis nueve a siete nueve

NACHO: Claro/ por **eso** te digo

Gustavo: ¿Y cómo está **eso**?

Susana: Dieciocho veinticuatro/ veinte contra cuarenta y seis/ dieciocho a veinte

Como muestran los ejemplos, las formas neutras “eso, esto” no siempre cumplen la función de *anáfora extendida o globalizadora*, ya que suelen remitir a sintagmas o enun-

ciados inmediatamente anteriores. Sobre todo es importante destacar que la referencia a la que apunta no es amplia y ni mucho menos general; por el contrario, es precisa e inequívoca. Cuando un corredor le pregunta a un compañero “¿cómo está eso?”, se refiere a un tipo de valor en concreto ya establecido o, en general, a un dato específico (cotizaciones, índices bursátiles, volumen de contratación, etc.). Quizá sea ese mismo carácter neutro lo que haga que este tipo de formas sean las preferidas de los hablantes, ya que sirven de recipientes vacíos que pueden llenarse con la información que en cada caso se necesita. Este es el caso del tercer ejemplo (“Nacho: Claro/ por eso te digo”), en el que vemos cómo el pronombre es correferente de una cláusula completa, de ahí la rentabilidad de este tipo de elementos cohesivos que permiten recuperar un desarrollo semántico con una sola palabra. La referencia endofórica, que se da en el interior del texto y utiliza la forma pronominal después de la expresión correferente, suele ser el recurso más habitual en el lenguaje de la contratación para establecer la correferencialidad, ya que esta estrategia es la más económica de entre aquellas que permiten mantener activado durante un mayor espacio de tiempo el contenido conceptual de un enunciado.

Si bien es verdad que en muchos momentos “eso, esto” pueden señalar el objeto de la demanda (“¿cómo está eso?”) minutos y hasta horas después de su primera aparición, esa primera referencia no la sienten los interlocutores como lejana, sino, por el contrario, presente gracias al continuo seguimiento que hace el corredor de los diferentes datos económicos. Es decir, el corredor tiene activos en su mente un conjunto de datos, cifras, índices que se renuevan cada día o cada minuto y que archiva asociados a un interlocutor en concreto de los muchos con los que habla a diario. Cuando uno de esos corredores le pregunta ¿cómo está eso?, recupera con rapidez esa cifra que sabe es el objeto de la demanda y a la cual remite claramente y de forma precisa el pronombre.

En definitiva volvemos a hablar de pertinencia y de la importancia de la codificación-decodificación contextualizadas. Como hemos visto, la textualidad del discurso bursátil descansa sobre la continuidad temática, los corredores deben tener presente que la información y los acontecimientos que se encuentran en el mundo textual guardan relación entre sí. Basándose en esa premisa, los oyentes no tienen problemas en rellenar las lagunas informativas presentes en el texto, recurriendo a mecanismos de actualización como es el caso de la realización de inferencias. Así, los mecanismos lingüísticos que aseguran la

cohesión discursiva son, en definitiva, pistas que guían al oyente en la búsqueda de las necesarias inferencias que aseguran la comprensión.

3. SIGUIENDO LAS PISTAS

Es necesario introducir este aspecto recordando una vez más que la actividad bursátil se realiza por medio de la conversación entre los diferentes profesionales que conviven y se interrelacionan en el mercado financiero. Esta aclaración es necesaria ante la evidencia de que el uso que hace el hablante de los marcadores discursivos, conectores u ordenadores de discurso no es igual al que hace el que escribe o el técnico que debe redactar un informe. Marcadores, conectores y apelativos fáticos como *bueno, entonces, vamos, claro, macho, pues, pero, hombre...*, son más frecuentes al hablar que al escribir.

En la Bolsa los que conversan cuentan con recursos adicionales de los cuales carece el lector: la entonación se suma a lo lingüísticamente codificado; los corredores no se ven pero comparten numerosas suposiciones comunes, por lo que el contexto es mucho más rico que en la lectura. De modo que mientras en la comunicación escrita se debe suplir la falta de información contextual aumentando lo dicho explícitamente y, con ello, el uso de un mayor número de marcadores y conectores discursivos que guíen de forma expresa las inferencias; en la conversación “los marcadores son un medio de la lengua para facilitar la articulación entre lo dicho y el contexto. A un distinto contexto le corresponderá un diferente uso de estas unidades” (Portolés, 1998: 127)

De modo que a los marcadores, conectores, ordenadores del discurso, etc., debemos verlos como un conjunto de recursos que el sistema de la lengua pone a disposición del hablante a modo de *pistas* que ayudan al destinatario a orientarse en la interpretación textual y guían la obtención de las inferencias. Según la opinión de Portolés:

[...] son unidades lingüísticas invariables, no ejercen una función sintáctica en el marco de la predicación oracional y poseen un cometido coincidente en el discurso: el de guiar, de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se realizan en la comunicación. (Portolés: 1998: 25-26)

De modo que nuestra orientación con respecto al estudio de los recursos de conexión (marcadores discursivos, conectores, ordenadores de discurso y modalizadores), será la propuesta por José Portolés, que conjuga el concepto de *inferencia* de Grice y de *pertinencia* de Sperber, y considera la obtención de las inferencias como la función primordial de dichos recursos. “O sea, que su función no sería tanto la de significación cuanto de procesamiento, pues al ser el enunciado una unidad de intención de los hablantes, los hablantes los usan para que los oyentes obtengan las inferencias pertinentes” (José Perona, 2000: 456).

Siguiendo esta orientación, nuestro interés al tratar el uso de los elementos de conexión en la comunicación bursátil no es realizar un estudio completo y detallado de su uso en ella, sino más bien aportar algunas claves generales que nos permitan entender cómo estas unidades contribuyen a la organización textual, a la obtención de inferencias y, en definitiva, a facilitar la comprensión de un lenguaje —de sobra comprobado— formalmente caótico y semánticamente críptico.

En general, tres son las formas de organización textual habitualmente utilizadas en la Bolsa según las puntuales necesidades expresivas de cada realización y, en cada una de ellas, el uso que da el hablante a los marcadores y conectores discursivos es distinto:

- a) la organización telegráfica, en la que se yuxtaponen los diferentes miembros dejando al contexto o a la simple competencia comunicativa del interlocutor su reconstrucción;
- b) el uso de marcadores discursivos (interactivos y estructuradores del discurso oral) que no siempre unen dos miembros, sino que guían la obtención de inferencias o actúan como apoyos dialogales;
- c) la presencia efectiva de conectores⁴ semántico-pragmáticos que relacionan dos unidades de forma expresa, sobre todo en las ventas y con una clara función argumentativa.

⁴ Portolés propone una diferencia entre marcadores y conectores que nos parece adecuada y ajustada al lenguaje que estudiamos: “Esta dificultad para hallar un significado de conexión en ciertos marcadores me ha obligado a renunciar al término *conector* para referirme a toda esta clase de unidades. He preferido el más neutro de marcador. Límite, pues, el uso de *conector* para un tipo concreto de marcadores que realmente conectan de un modo semántico-pragmático un miembro del discurso con otro expreso en la mayoría de sus usos o si no, con una suposición contextual fácilmente accesible; [...]” (1998:36-37)

Teniendo en cuenta la naturaleza conversacional de los textos que nos ocupan, comenzaremos por recordar algunas de las claves ya generales y sobradamente conocidas con respecto al comportamiento de este tipo de unidades en la comunicación bursátil. No siempre un elemento que une pertenece a la categoría gramatical “conjunción”, una conjunción no señala obligatoriamente una unión entre unidades y los valores de unión de una conjunción no siempre se corresponden con los que marca la descripción gramatical habitual.

De estas tres premisas se puede extraer una primera conclusión con respecto a la naturaleza y función, no siempre clara, de los conectores: algunos adverbios, conjunciones, locuciones prepositivas y adverbiales, verbos, etc., actúan como marcadores, ordenadores o modalizadores del discurso⁵ cuando, en el espacio funcional no oracional, marcan, por un lado, la intención con que se enuncia el mensaje y la modalidad y, por otro, la organización textual y la interpretación inferencial. Estas partículas pueden actuar como conectores relacionando dos miembros del discurso, en el que el miembro anterior o posterior –en el caso del siguiente ejemplo– se elida y se encuentre disponible sólo en el contexto inmediato; en este caso estamos ante un conector con poder deíctico que une el miembro del discurso en el que se encuentra con el contexto “pues con este mercado/ entonces no teeee”.

Anselmo: Cinco
 Jesús: Eso no me lo cantes/ que es muy malo
 Anselmo: ¡Vengaaa!
 Jesús: A mí esas cotizaciones no me valen
 Anselmo: ¡Vaale!/ pues con este mercado entonces no tee
 Jesús: Pues igual casi mejor
 Anselmo: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado
 Jesús: Que igual casi mejor

(A-11)

La disposición lineal de los enunciados en la comunicación bursátil depende de la reconstrucción contextual (enriquecimiento pragmático) que de la organización textual de la frase. Es decir, el oyente debe buscar la conexión entre dos unidades de discurso más allá de la palabras: en la intención comunicativa de su interlocutor y en el contexto compartido. Debe quedar claro, por tanto, que en la Bolsa, los corredores no elaboran su discurso para que sea cohesionado, desde el punto de vista gramatical, entre otras cosas por

⁵ Completaremos la división que hace Portolés entre marcadores de discurso y conectores con la clasificación propuesta por Martín Zorraquino: *conectores, marcadores de discurso, ordenadores de discurso y modalizadores*. (1994: 709-720). También nos ha parecido muy útil, en lo que se refiere a los marcadores habituales del discurso oral, el cuadro que proponen Calsamiglia y Tusón (1999: 246)

falta de tiempo, sino que buscan, ante todo, comunicar algo que sea pertinente. Así, los recursos y esfuerzos verbales que emplean los hablantes para construir las relaciones discursivas están en función de esta necesidad primordial; la manera como los corredores hacen uso de los recursos de cohesión textual para crear un discurso no depende sólo de criterios formales, sino además de su intención y sus necesidades comunicativas. Asimismo, es frecuente y hasta habitual, encontrar en la contratación textos aparentemente incoherentes que son recibidos con normalidad y perfectamente comprendidos. Más aún, es corriente que se prescindiera de los recursos de cohesión y se opte por la unión de fragmentos cortos, como ya señalamos en su momento:

ANA: Dígamelo
ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
ANA: ¿Perdona?
ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
ANA: Pues ahí te pongo
ESTEBAN: ¡Venga! (ruido de las teclas del ordenador)
ANA: Ahí estás

(A-2)

Este es un ejemplo típico de la forma de organización textual que hemos descrito como estilo *telegráfico*. Se trata de una orden de compra de algún valor que desconocemos. La expresión verbal está sintetizada al máximo de sus posibilidades, sin que peligre por ello la comprensión.

La división última de conectores y marcadores en la realidad del habla no es estricta, es decir, un conector tiene la función de relacionar dos miembros de discurso, pero puede actuar también como un marcador reactivo en el nivel pragmático e inferencial. De modo que nuestro objetivo es destacar cómo la naturaleza oral y comunicativa del lenguaje bursátil propicia que los recursos de conexión cumplan un doble papel: no sólo un apoyo sintáctico (unión de dos miembros), sino también un apoyo pragmático que permite al hablante conectar lo dicho con el contexto, con el fin de obtener las inferencias necesarias. Hablamos de una función de enlace textual y otra extraoracional.

Comencemos por describir algunos ejemplos, habituales en la organización textual descrita en el apartado b), en la que los corredores abusan de aquellas partículas habitualmente utilizadas en la conexión y que, en estos casos concretos, no siempre señalan un

nexo entre dos unidades de discurso, sino que se convierten en apoyos dialogales, en muletillas que los hablantes usan y repiten a lo largo del discurso conversacional.

Es muy común y generalizado entre los corredores encubrir o disimular sus vacilaciones y titubeos cuando necesitan ganar tiempo mientras esperan un movimiento en las cotizaciones, la aparición en pantalla de alguna posición o simplemente mientras buscan la respuesta más adecuada. La expresión oral, el alto grado de improvisación (elaboración de enunciados sobre la marcha) y la situación comunicativa cambiante, hacen de estos recursos (de relleno) una estrategia fundamental para el hablante en la Bolsa. Pongamos como ejemplo de lo dicho el uso de *pues* en las siguientes expresiones.

GUSTAVO: ¿Por qué están vendiendo?// ¿está pasando algo por ahí?
[¿: la demanda del diez/ la demanda del diez está ahí]
SUSANA: **Pues** no lo sé/ no/ no sé/ pero están dando/ a lo bestia

JOSE: : Vamos a ponernos algunas cosillas por ahí
JESÚS: **Pues** vamos a ver (()) en letras ¿no?

CARLOS: Sí/ pero yo no sabía si eran buenas o no entonces
ANA: ¡Ah! vale/ vale/ vale **pues** aaa/ se han marchadooo/ hace diez minutos si los quieres llamar allá, o en dos/ <vale ya> cinco minutos vuelven

En estos casos, la partícula *pues* no señala la unión de dos enunciados, al menos como marca la descripción gramatical habitual, sino más bien el esfuerzo del hablante por mantener tanto la linealidad discursiva como, en el caso del tercer ejemplo, el control del canal de comunicación, mientras encuentra una respuesta. En este mismo sentido, no precisamente en su papel habitual de conector, encontramos la conjunción y:

ANTONIO: Cómprame diez al tres tres
Carlos: Vale/ lo está metiendo ¿eh?
BEA: **Yyyy**/ diez /nueve/ diez
ANTONIO: Vale, gracias
BEA: Vale, a ti.

(A-1)

[...] de hecho están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeeh/ pues eh ofreciendo regalos/ **y/ y** bueno/ pues eeh/ pues eso

En estos otros ejemplos vemos cómo el corredor se vale de la repetición de la partícula *que* a modo de muletilla que ocupa espacios vacíos en el canal de transmisión, producto de vacilaciones o dudas, habituales en una situación comunicativa condicionada por la inmediatez y cuyos procesos cognitivos y de verbalización son casi simultáneos.

Oye/ **que que** ahora te contestamos/ **que** de momentoo/ ¿sabes? / estamos esperando

Sí vamos/ **que que** el camino que hay/ va a ser ese más o menos <sí>/ imagínate que suscribo en contrato únicamente con telefónica <aja>/ eee

[...] y Asturiana/ **que** bueno **que que que** éstaaa/ a lo mejor puede ser **que**/ es la que esté más /más ajustada/ a precio que puede/ a lo mejor hasta las mil docientas pelas

Sin embargo, estos marcadores que no parecen tener un significado claro aportan sentido al guiar el desarrollo del intercambio, como en este caso, al retrasar una reacción, y permitir al hablante conservar el turno de palabra ante una eventual intervención del interlocutor o permitir la reestructuración de una intervención que se siente equivocada. Así, su labor como expletivos es muy necesaria para el proceso de interacción y el buen desarrollo de la conversación.

Una de las preocupaciones del hablante en la Bolsa es la de mantener la atención interlocutiva. Debemos recordar que la conversación entre corredores se realiza por teléfono, condición que invalida los recursos gestuales, y en medio de un ambiente hostil lleno de interferencias. De modo que todos aquellos marcadores que tienen un carácter fático y son reguladores de la interacción, ya que contribuyen a interrogar sobre la atención del oyente y comprobar su atención, tienen un alto valor comunicativo para el hablante bursátil. En la Bolsa, *el marcador de demanda de confirmación o de acuerdo*⁶ preferido de los corredores es sin lugar a dudas ¿eh?, tanto en las ventas:

JAVIER: No/ trescientos diez/ eeeh/ trescientos diez/ hombre puedeee/ que que hayamos roto algún soporteee/ ¿eh?/ pero el fuerte es el trescientos diez <ya>/ ¿eh?/ el trescientos diez/ como el trescientos veinte era una resistencia fuerte <sí>/ y más fuerte todavía cuando la hemoos/ intentado romper, y no hemos podido <sí sí>/ entonces/ nos hemos ido a buscar los niveles de repo/ de/ soporte y ahora ahiii/ es un *test* importante/ ¿eh?/ que si lo rompiéramoos/ los perforáramos/ ¿eh?/ pues entonces/ pueees/ sería un poco más preocupante <sí>/ aunque con todo hoy (tos)/ es un día muy raro porque/ es viernes y principio de mes/ eeel/ primero de cada mes, es un día de pocooo/ negocio/ y encima coincide con fin de semana/ pues/ todavía menos negocio ¿no?/ pero la verdad es que, nosotros lo que pensamos es que ahí deberíaaa/ repuntar un poco <sí>/ ¿eh?/ aunque sea un rebote técnico

(C-2)

como en la contratación:

CRISTINA: Pos lo estoy intentando, pequeñín
NACHO: Pos lo están dando ahí, ¿eh?

⁶ Calsamiglia y Tusón, 1999: 249.

CRISTINA: Te estoy dando a diez y medio ahora
 NACHO: No pero acaban de dar el dos un cuarto, ahí
 CRISTINA: ¿Quieres que te baje, o te mantengo ahí?
 NACHO: No/ ponme ahí a ver si me dan
 CRISTINA: ¿Eh?
 NACHO: Déjame ahí a ver si me dan
 CRISTINA: No te oigo, ¿eh?
 JESÚS: Siete seis está ya
 NACHO: ¡Que me dejes ahí a ver si me dan!
 CRISTINA: Venga/ te llamo luego

(A-5)

Otros marcadores que, aunque de forma menos generalizada, cumplen con la misma función de control de la interacción son *¿vale?*:

A: Ahora te digo// ahora te cotizo
 B: No hombre debe estar pasando algo/ ya me voy a quedar fuera/ yo te llamo cuando decida, **¿vale?**

JOSE: Aaal/ setenta y nueve veinti cinco <ajá>/compramos, treinta kilos
 JESÚS: O sea entonces/ vamos a ver/ compramos treinta kilos a treinta y nueve veinticincoooo/ del ocho veinte, ¿no? <ajá>/ pues venga/ están puestos
 JOSE: **¿Vale?**
 JESÚS: Vale

¿no?:

ALBERTO: Cuarenta y dos setenta y cinco último cambio/ **¿no?** <sí>
 ÁLEX: Cuarenta y seis hay dinero/ el otro día estábamos intentando vender a niveles de cuarenta y cinco, al menos cincuenta mil

JESÚS: Pues vamos a ver (()) en letras **¿no?**
 JOSÉ: Sí/ primero en Letras y luego en Deuda// ¿estás ya?

JOSÉ: Hay alguna más pero de un millón sólo y más corta **¿no?** <sí>/ y no te queda nai, de nada por ahí /**¿no?**
 JESÚS: Venga va

y *¿oye?*, tanto en la contratación:

RAMÓN: Esto está firme/ ¿no?
 PEDRO: ¡Sí señor! /// **¿oye?** /oye
 RAMÓN: Sí
 PEDRO: ¿Qué tal?
 RAMÓN: Sí
 PEDRO: ¿Qué tal? (A-17)

como en las ventas:

Javier: Sí
 Nacho: ¡Hola!/ **¿oye?**/ buenos días
 Javier: Buenos días

Nacho: **Oye**/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica

(C-2)

El uso reiterativo de este tipo de elementos en una misma frase o repetida como eco en la siguiente intervención del interlocutor, revela la importancia que confiere el corredor a la conexión interlocutiva y a su correcto mantenimiento.

Veamos cómo, también con una función fático-apelativa, un verbo como *mira* cumple funciones de marcador discursivo:

NACHO: Es que, concretamente/ **mira** eh eh/ en San Sebastián ayer estuve por por la mañana/ o sea todo el día/ y y habían detectado varias cartas

ANA: **Mira** yo tengo vuestraas/ unas Campofrío/ una venta de cien a cinco mil doscientas cincuenta

RAFA: **Mira**/ efectivamente/ ayer en Nueva York lo que pasó/ eh fue lo siguiente/ el mercado se tranquilizó mucho/ el bono de treinta años bajó de un quince/ ayer se había llegado a poner de un siete coma cuarenta hasta siete coma treinta/ eh y el mercado bursátil que el día anterior/ el de Wall Street que los tipos estaban ya más tranquilos y se acabó un poquito el pánico de inversor pequeño que había y entró una avalancha de compras importante.

(D-19)

Teniendo en cuenta una de las constantes estilísticas del lenguaje bursátil es la improvisación formal condicionada por la inmediatez interlocutiva propia del discurso oral. Esto obliga al corredor a elaborar su discurso sobre la marcha, lo que le exige, entre otras cosas, rellenar los silencios, los titubeos o las vacilaciones, las pausas que le impone la búsqueda de la respuesta adecuada o de la información que no tiene a mano. *Bueno* es un marcador versátil en este sentido, ya sea al final de una intervención como *marcador de finalización o conclusión*⁷.

Sí / vale/ más más grandes ¿no? / vale / **bueno** yo en cuanto lo consiga y me llame Juan le comento la situación ¿eh?/ y te doyyy (())/venga/ gracias / hasta ahora

Bueno vale pues/ entonces <hablamos> que hay un huevo de cifras esta tarde/ y hay muchaaa

[...]sí **bueno**/ pero eso eso no está pen/ ya pero eso no/ eso no hace tirar el mercado ¿eh?/ en el valor/ claro, sí pero/ sí hay que// ya/ sí sí/ (())/ muy bien/ **bueno**/ gracias/ vale/ perfecto/ hasta ahora.

⁷ Ídem

Como marcador que encabeza el inicio de un enunciado, sobre todo, cuando se quiere cambiar de tema o se pasa del análisis a la emisión de órdenes.

Bueno bueno bueno/ esto/ me gustará ver que pasa en cuanto abra Nueva York

B: Yo no/ o sea que nada

A: **Bueno** pues te/ te digo algo ahora/ y después ennn/ **bueno** eeeeh/ los de Aguas

JAIME: Gracias (DIRIGIÉNDOSE A RAMÓN) oye/ vamos a ver/ una cosilla/ era por ver/ has has podido confirmar el tema del IPC

PACO: Eh / **bueno**/ eh/ vamos a ver/ yo te conti/ te he llamado/ <ajá> se lo he comentado más o menos a, Salva <sí>/ pues tú no/ estabas

(A-17)

Como marcador de transición entre un dato o grupos de datos de una misma compañía, sobre todo, en las ventas, en donde el corredor se ve obligado a sintetizar en poco tiempo mucha información y debe indicar de forma más bien espontánea las divisiones temáticas.

PACO: **Bueno**/ vamos a ver/ en principioo/ pues (()) parece que esto/ el bono español viene bajando un pelín/ aunque los bonos de fueraa están algo mejor/ el bono USA sí que tiró ayer/ para arriba/ fuertee/ ¿eh?/ eeh **bueno** vamos a ver/ en principio/ en preapertura no viene nada mal/ lo las bolsas europeas <ajá>/¿eh?/ no vienen mal/ pero/ bueno vamos a ver cómo/ cómo/ cómo viene visto/ siendo viernes, pues poquita cosa habrá/ hasta que salgan los datos en Estados Unidos ¿no?

(C-5)

RAFA: Las voy a comprar a cincuenta/ macho// coño/ si es que acaban de vender el banco Urquijo en un pastón <ya ya>/ **bueno**/ habéis visto los bonos cómo están/ hemos recuperado un cinco por ciento desde la apertura/ no tiene sentido esto

(D-8)

O como atenuador, por ejemplo, quitando peso negativo a los malos resultados:

CARLOS: Está bajando, un pipo

JUAN: ¡Jooder!/ °(macho)°/ °(mierda)°

CARLOS: Peroooo/ ¡Juan Pablo, tío!

JUAN: ¡Qué!

CARLOS: Eeeh/ que bueno/ [que no está mal]

JUAN: [Por lo menos/ por lo menos no se desploma]

ANSELMO: Están ahora/ está/ siete tres por ochenta/ más o menos/ o sea si es/ si gana un poquito más/ yo creo que te voy a dar/ pero lo que no puedo hacer es quedarme en ese lado de la curva/ macho/ abierto y cubierto/ o sea /si me pudiera cubrir ahí/ te los daba, tío <tranqui/ tranqui> /pero es que ya me he dado ¡una hostiaa!/ con una cobertura ahí de, cojones

JESÚS: **Bueno/ bueno**

(C-4)

En este último ejemplo, además de atenuador, contribuye a que el oyente complete la frase elidida: “bueno/ bueno/” *no será para tanto*.

Como mencionamos arriba, el corredor habla según van surgiendo las ideas en su cabeza, por eso no es de extrañar que las unidades que conforman el discurso se agolpen unas a otra, a veces sin una relación gramatical explícita. En este tipo de estructuras los marcadores que señalan la continuidad temática entre un fragmento de discurso y otro son muy necesarias, aunque su función en la cohesión de la estructura general no siempre pueda ser explicada bajo criterios gramaticales, sino pragmáticos. Entre los marcadores *continuativos* más utilizados por el corredor encontramos *pues*, que al igual que los casos anteriores, cumple tanto funciones de conector como de marcador discursivo. Veamos algunos ejemplos de las diferentes maneras de usar la partícula *pues* sin que, en ninguno de los casos, cumpla el papel efectivo de conector discursivo, sino más bien de marcador de las inferencias:

ANSELMO: Cinco
 JESÚS: Eso no me lo cantes/ que es muy malo
 ANSELMO: ¡Vengaaa!
 JESÚS: A mí esas cotizaciones no me valen
 ANSELMO: ¡Vaale!/ **pues** con este mercado entonces no tee
 JESÚS: **Pues** igual casi mejor
 ANSELMO: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado
 JESÚS: Que igual casi mejor
 ANSELMO: **Pues** sí, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

(A-11)

Como iniciador de respuesta dubitativa (“Pues igual casi mejor”), con carácter auto-reafirmativo, en este caso precedido por una exclamación enfática (“¡Vaale!/ pues con este mercado entonces no tee”), o como simple refuerzo enfático de un adverbio afirmativo (“Pues sí, porque con este mercado...”). Otro uso habitual en la Bolsa es el *pues* consecutivo que evita por lo general la posición inicial del miembro en el que se incluye y va delimitado por la entonación:

Ponte dos mil a la baja /y si ves que tocan al alza/**pues** /los haces

NACHO: Claro, macho/ si es que no nos lo van a dar/ por sí/ porque son cien kilos si fueran quinientos, **pues** igual/ yo lo tengo ahí/ ahora mismo lo he puesto/ y lo tengo/ y lo está viendo la gente/ pero no lo agrade/ ¿me entiendes?

(A-3)

En el primer ejemplo *pues* cumple una función de enlace similar a la de *entonces*. El primer miembro (“y si ves que tocan al alza”) se presenta como la condición necesaria que propicia la ejecución de la operación de compra encabezada por *pues* (“los haces”).

Hasta aquí hemos descrito marcadores discursivos que no cumplen con una función conectiva explícita, sino más bien guían las inferencias que debe hacer el oyente para llegar al contenido completo del mensaje o a los matices que le permiten comprender la actitud de su interlocutor. Sin embargo, intentaremos a partir de ahora destacar aquellas partículas que tradicionalmente cumplen un papel como conectores, pero que en la Bolsa tienen además la función de orientar la comprensión. Uno de los marcadores discursivos que más se prodigan en la conversación entre corredores y que funciona, en general, como conector a nivel discursivo, extraoracional, enlazando y manteniendo el hilo temático entre diferentes intervenciones es la construcción *es que*:

Nacho: ¿Sí?
 Jesús: ¡Qué!
 Nacho: Eh/ nada/ estoy ahí puesto
 Jesús: ¿Y no te dicen nada?
 Nacho: No hombre/ si lo tengo en pantalla/ si por mercado no puedo ponerlo/ porque está a ciento por mercado te van/ nos van a cotizar, setenta ochenta
 Jesús: ¡Ah!/ yo lo tengo a seis nueve a siete nueve
 Nacho: Claro/ por eso te digo
 Jesús: **Es que** el cliente este, tiene pantalla, tío/ °(y me está metiendo)°
 Nacho: ¿Qué dices?
 Jesús: Qué el cliente tiene pantalla/ y me está metiendo/ °(presión)°

(A-3)

En este caso, la construcción *es que* encabeza una explicación o, más bien, un pretexto formulado espontáneamente, ya que su interlocutor no le interroga sobre su modo de negociar. Jesús sabe que su posición no tiene ninguna oportunidad de ser tomada en cuenta por el mercado en las condiciones presentes, pero aun así justifica la necesidad de entrar en el juego presionado por su cliente (“Es que el cliente este, tiene pantalla, tío/ y me está metiendo”). De modo que la fórmula *es que* funciona como conector al relacionar a modo de explicación causal la insistencia de Jesús por realizar la operación a pesar de que las condiciones no son las más favorables. Este enlace se realiza fuera de la estructura oracional y actúa entre las intervenciones de los corredores. Como marcador discursivo, guía las conexiones que debe hacer el oyente para entender las causas que le llevan a su compañero a insistir en la operación (“Es que el cliente este tiene pantalla, tío”).

No siempre *es que* aparece encabezando aclaraciones expresivas, también se usa en respuestas a preguntas –formuladas o inferidas–, en las que el corredor siente la necesidad de justificarse, es decir, marca el inicio de una reacción:

JESÚS: Sí
 ESTEBAN: ¿Oye?
 JESÚS: ¡Qué!
 ESTEBAN: Hechos a setenta
 JESÚS: Cien a setenta (A LOS DE LA MESA)
 ESTEBAN: Tengo quince mil pelás de gastos ahí, ¿eh?/ en el ciego
 JESÚS: ¿Por qué?
 ESTEBAN: Porque es de cien/¿entiendes?
 JESÚS: Quince mil pelás de gastos (A LOS DE LA MESA)// °(joder tío)°
 ESTEBAN: **Es que** es de cien
 JESÚS: °(Vale)° (RUIDO DE FONDO DE OTRAS CONVERSACIONES)
 ESTEBAN: ¿Vale?
 JESÚS: Hasta luego/ (SILBIDO) ¡oye! ((...))

(A-5)

En el siguiente ejemplo, además de justificarse, el hablante se muestra amable con su interlocutora, estilo infrecuente en la Bolsa. En este caso, *es que* funciona como un marcador reactivo que atenúa un posible desacuerdo, quizá condicionado por el género de su interlocutora:

CARLOS: ¿Ah, está en el parque Alejandro?
 Ana: Sí/ pero os ha llamado ao/ a primera hora de la mañana
 CARLOS: Sí/ **pero es que** /no sabía si me llamaba desde el parque/ o desde ahí/ porque he llamado al parque

(A-13)

En general, la construcción *es que* suele cumplir con la función, más bien expresiva, de marcador reactivo en la réplica. Como hemos señalado, su papel como conector no actúa en la frase, sino en el discursivo, relacionando la intervención que encabeza con una anterior emitida por el interlocutor.

Si **es que** hay que poner la orden

Pero **es que** no se ha movido nada

Es que papel/ moza/ tampoco hay mucho/¿no?

Es que es de cien

Si/ pero **es que** no sabía si me llamaba desde el parque/ o desde ahí

Otro marcador que junto con *es que* cumple con una doble función de marcador discursivo y conector es la conjunción *pero*:

Pero coño/ quién ha dicho que quiero ir a comer contigo

TERESA: Fuera/Luisa (())

LUISA: **Pero** es que te lo han dado/ ¿al treinta?

TERESA: Sí

Pero vamos te lo sigo/ gracias por avisarme porque estaba en otra cosa /¿eh?

En los ejemplos, *pero* enfatiza la expresión que encabeza, sobre todo en situaciones en las que el corredor está sometido a la tensión propia de los mercados y cuando el tiempo de reflexión es mínimo. En otros ejemplos, *pero* cumple con su habitual labor de conector, aunque en ocasiones de forma imprecisa.

No tengo papel/ **pero** se ha operado ahí

En la frase anterior, *pero* cumple una función de aclaración con respecto a la primera proposición; “a pesar de que no tengo acciones, hemos realizado la venta en ese nivel de cotización”. Como puede verse, parte de la información permanece elidida y sólo es posible recuperarla gracias al conocimiento compartido por los corredores. No es suficiente el papel conectivo de la conjunción para llegar al contenido de la frase, es necesario su papel de guía de las inferencias. Véase esta otra intervención, en la que la relación que establece la conjunción es aún más oscura,

LUIS: Oye no hay/ no hay papel

ÁLEX: Que no hay papel <no>/ ¿y dinero?

LUIS: ¿Dinero?/ ¿a cómo está? (DIRIGIÉNDOSE A ALGUIEN DE LA MESA) <a cuarenta y seis>/ a cuarenta y seis/ no hay ningún papel

ÁLEX: Dinero a cuarenta y seis

LUIS: Sí/ el último a cuarenta y seis/ **pero** no ningu/ nada de papel

(C-9)

ya que *pero* no tiene una clara función adversativa, no parece establecer una oposición entre dos elementos, aunque esa parezca ser la intención del hablante al adoptar el modelo típico, gramaticalmente hablando. El precio del dinero (cotización de la demanda) no tiene una relación de oposición con el hecho de no tener papel (acciones). Son, sencillamente, dos informaciones diferentes que se complementan, pero que el hablante se empeña en contraponer. Esta es, al menos, la interpretación que surge a primera vista. Pero para llegar a entender la relación adversativa debemos saber no sólo en qué momento de la negociación se da esta conversación, sino conocer algo sobre la forma de operar en la Bolsa. ¿Dónde está la oposición que debe señalar *pero*? Dicha oposición hay que buscarla en la insistencia con que Luis recuerda a su compañero que no hay papel, ya que la intención de éste era comprar acciones de ese valor en concreto. Al no haber oferta (papel), Luis resume la situación indicando que no hay acciones para comprar, pero sí están vendiendo (a cuarenta y seis). De este modo vemos cómo la partícula *pero* dirige la inferencia del inter-

locutor hacia esa oposición aparentemente oscura a los ojos del oyente ajeno al mundo bursátil. En definitiva, *pero* no se limita sólo a conectar dos enunciados, sino que obliga a releer las secuencias enlazadas en un sentido específico: no hay acciones en el mercado para comprar, pero si decides cambiar de estrategia y vender, la oferta está a cuarenta y seis. En este último caso, el conector *pero* tiene un valor argumentativo, además de guiar al destinatario hacia las inferencias que pueden extraerse de los enunciados.

Para terminar, veamos un último ejemplo bastante revelador del papel que cumplen los conectores, en este caso *pero*, en su otro papel como marcadores discursivos:

CARLOS: Ah/ ¿está en el parqué Alejandro?

ANA: Sí/ **pero** os ha llamado a/ a primera hora de la mañana

En el ejemplo, la conjunción *pero* guía la comprensión de las estructuras elididas, ayuda a que el oyente reconstruya lo que no se dice con las palabras. Ante la pregunta concreta de Carlos sobre la situación de uno de los corredores con los que opera, la compañera responde aportando *más información de la que las palabras explícitamente dan*: efectivamente, Alejandro está en el parqué (cursando las operaciones que previamente los clientes han ordenado); Alejandro no se ha ido al parqué sin antes llamar a Carlos o a su agencia para preguntar si necesitaban que él les sirviera de intermediario en el parqué y ejecutara alguna orden. Por tanto, Ana no sólo corrobora la situación de Alejandro (respuesta literal a la pregunta de Carlos), sino que además completa la información asegurando que Alejandro ha cumplido con su responsabilidad como corredor que ejecuta las órdenes de Carlos (o de su agencia) en el parqué madrileño.

4. REALIZACIÓN DEL SENTIDO POR APROXIMACIÓN

Todo lo dicho hasta ahora con respecto a los mecanismos que hacen posible, entre otros, el mantenimiento de la coherencia y la cohesión en la comunicación bursátil nos va a servir como fondo o, en términos pragmáticos, como contexto temático inmediato para explicar otro fenómeno generalizado en los intercambios bursátiles que permite, al igual que en el lenguaje coloquial, *la realización del sentido*.

No está de más recordar que, a pesar de hablar de una labor especializada con cierto grado de planificación y convenciones estilísticas más o menos establecidas, la modalidad oral condiciona de forma especial la actuación comunicativa de los corredores y su actualización verbal, haciendo de la improvisación y la espontaneidad enunciativa dos de sus constantes. Claro que en la comunicación oral todos los factores están relacionados y es difícil explicar la intrínseca codependencia de factores que son a la vez causa y consecuencia: el carácter oral de la comunicación entre corredores propicia y hasta hace inevitable la improvisación formal, con todos los fenómenos lingüísticos que de ella se derivan (sintaxis concatenada, condensación y síntesis, elipsis, repeticiones, organización pragmática de los enunciados más que gramatical, etc.); a su vez, dicha improvisación hace necesaria la lectura contextualizada de los enunciados que el corredor se apura en emitir, ya que si no la comprensión sería imposible. De modo que también en la Bolsa el sentido depende en mayor medida de la intención comunicativa del corredor y, por consiguiente, del contexto, es decir, del enriquecimiento pragmático. A su vez, la confianza de contar, por un lado, con un contexto compartido y una sintonía excepcional con la actitud –e intención– comunicativa del compañero y, por otro, con la facultad, ya de sobra explicada, del lenguaje de expresar más (o algo diferente) de lo verbalizado, propician otro recurso habitual en el registro coloquial y que observamos como constante en las conversaciones bursátiles, a pesar de que pueda parecer que contradice, una vez más, lo que se espera de un intercambio especializado:

La capacidad para expresar sólo por aproximación (pero suficientemente) aquello que se quiere decir es una cualidad que, sin duda, podemos reconocer inmediata e intuitivamente en nuestros intercambios cotidianos. (Vigara, 1996: 1)

La capacidad *de expresar sólo por aproximación el sentido* es una habilidad consustancial a la competencia comunicativa del hablante, ya sea en su vida cotidiana (en el coloquio) o en otros campos o modalidades comunicativas. Lo que pretendemos destacar es que si el corredor puede adaptar el léxico que le sirve para comunicarse en su medio familiar a su labor especializada –habilitación semántica–, también puede adecuar dicha habilidad comunicativa (o competencia) a su entorno profesional. Es más, la adaptabilidad que hemos observado en el lenguaje bursátil con respecto a otros lenguajes especializados, le permite al hablante contar con un campo amplio –no como el coloquial, pero superior al de la mayoría de los tecnolectos– de posibilidades expresivas (formas de construir su ex-

presión verbal) que le permiten enunciar una misma idea de diferentes maneras. Precisamente es esta libertad de selección lo que hermana la comunicación en la Bolsa con la comunicación cotidiana y le permite, a diferencia de otros lenguajes especializados, adaptar sus recursos lingüísticos y estrategias comunicativas.

Pongamos un primer ejemplo:

ANSELMO: Cinco
 JESÚS: **Eso** no me lo cantes/ que es muy malo
 ANSELMO: ¡Vengaaa!
 JESÚS: A mí esas cotizaciones no me valen
 ANSELMO: ¡Vaale!/ pues con este mercado **entonces no tee**
 JESÚS: **Pues igual casi mejor**
 ANSELMO: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado
 JESÚS: Que igual casi mejor
 ANSELMO: **Pues sí**, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

(A-11)

Lo primero que nos viene a la mente al leer este ejemplo es la siguiente pregunta: ¿cómo puede darse la realización del sentido en un intercambio verbal lleno de interrupciones (“pues con este mercado entonces no tee”), (“Pues igual casi mejor”), de información elidida (“Cinco”) o sintetizada en una proforma (“Eso no me lo cantes”).

Este intercambio es un ejemplo claro de lo que Ana M^a Vigara denomina “información implicada en el acto de habla, que no aparece en el enunciado” (1996:15) y que hemos venido destacando a propósito de otros aspectos de nuestro estudio. La relación estrecha que une a los corredores y el hecho de compartir física y psicológicamente las mismas circunstancias comunicativas les permiten elidir toda aquella información que suponen presente en su conexión interlocutiva y que están seguros de que el interlocutor puede recuperar sin dificultad. En virtud de ese contexto compartido Jesús sabe perfectamente a qué cifra se refiere Anselmo cuando “canta” cinco. La proforma “eso” engloba y sintetiza de manera rápida y, en definitiva, efectiva toda una información suficientemente conocida por ambos corredores y, por eso mismo, no realizada verbalmente: tipo de valor, número de acciones, cifra completa de la cotización (número entero y decimal). Junto a lo implicado y sintetizado en el uso de la proforma, tenemos lo implicado y no enunciado o enunciado a medias: “Pues igual casi mejor “ (con un mercado tan inestable lo mejor es no invertir, quedarse fuera):

ANSELMO: ¡Vaale!/ pues con este mercado **entonces no tee**

JESÚS: **Pues igual casi mejor**

ANSELMO: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado

JESÚS: Que igual casi mejor

ANSELMO: **Pues sí**, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

(A-11)

Los hablantes se comunican sin completar las frases; usando un antiguo lema publicitario para describirlo: en este intercambio “sobran las palabras”, ya que la realización del sentido –la conformidad entre el contenido emitido y lo recibido– es posible, a pesar de las interrupciones, gracias a que el receptor consigue hallar las pistas que le guíen a la intención comunicativa de su compañero en la situación comunicativa, en el contexto verbal inmediato, en lo convivido o en lo de sobra conocido al compartir el mismo universo de sentido (la labor bursátil). Es más, hasta podríamos hablar de una compenetración estilística, ya que ambos corredores se expresan de la misma manera, a través de enunciados truncados que completan su sentido en la mente del receptor.

Así pues, esta suerte de conformidad entre el mensaje emitido y el mensaje recibido se produce, dentro de la particular dinámica coloquial, de forma menos estrictamente “racional” y más “contextual” de lo que solemos pensar; no sólo mediante el reconocimiento de la intención comunicativa del emisor, sino también mediante la identificación y asunción espontánea, por parte de ambos (hablante e interlocutor, desde sus respectivos papeles), de los correlatos de información y situación que les son comunes y que condicionan inevitablemente su acto de comunicación particular y su lenguaje. (Vigara, 1996: 12)

En definitiva, pensamos que la convivencia de los corredores ha permitido la realización del sentido de esa manera y no de otra, a pesar de su expresión verbal incompleta, improvisada y espontánea. De esto se deriva, a su vez, que en virtud de esa conexión tan estrecha entre los corredores concedan mayor relieve, acercándose en este punto más al registro coloquial que al especializado, a la transmisión fluida de la información, no preocupándose de lo que dice el corredor ni de cómo lo dice, siempre y cuando se entienda correctamente lo que quiere decir.

Junto a estos casos en los que se entiende más de lo que se dice, encontramos en el habla de los corredores otros ejemplos en los que la realización del sentido por aproximación está más relacionada con los contenidos que están efectivamente vinculados a las palabras. Casos como estos abundan en la comunicación bursátil, inclusive contradiciendo cualquier lógica gramatical, impensable en un tecnolecto, pero que, sin embargo, cumplen con la función comunicativa para la cual el hablante los ha destinado.

No es de extrañar que el corredor actúe subjetivamente para “atenuar” o “reforzar” los contenidos objetivos transmitidos. Pongamos un ejemplo que contradice la necesidad de exactitud y precisión que debe primar en la comunicación especializada. Aunque si analizamos bien, la expresión aparentemente imprecisa y atenuada del siguiente intercambio no parece que reste ni un ápice de exactitud y mucho menos de eficacia comunicativa a la intervención Nacho, si nos atenemos a la contestación contundente Javier:

NACHO: Oye/ **vamos ver/ mira mm/** hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y **bueno/ pues eeh/ pues eso/** que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ **entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual** procede empezar a adelantarnos la semana que viene

JAVIER: Sí laa/ hombre es que estamoos/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ **no es que no hagamos nada/** estamos ahí a ver siiii

(C-2)

Las fórmulas inespecificativas (“y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso”), los nexos que conectan de forma oscura las partes del enunciado (“de hecho están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos”) o los continuos titubeos en forma de repeticiones que alargan “innecesariamente” la emisión (“entonces te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene”), no restaron eficacia a la transmisión de la intención comunicativa del hablante (dar una orden, sin resultar impositivo).

Ejemplos contrarios, abundantes sobre todo en la modalidad de la contratación, son aquellos en los que la subjetividad del corredor “refuerza” o “exagera” el contenido transmitido, hasta el punto de optar, en detrimento de formas más prestigiosas –sencillamente porque le preocupa más la fluidez que la corrección de su lenguaje– por un léxico malhablado:

[...] o sea no tiene ningún sentido que nos caigamos un quince por ciento/ o sea/ no lo tiene/ es de **locos joder/ es absolutamente de locos**

[...] **esto es de gilipollas de verdad/ de gilipollas/** no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para un nacional con **dos cojones**

RAFA: Claro/ si es que ahora hay que comprar/ **COJONES//** el futuro está cincuenta puntos por debajo del contado, macho/ **MANDA HUEVOS**

ESTEBAN: Nada macho/ me están pagandooo/ el seis cinco ahora mismo

ANSELMO: ¡Joder!

ESTEBAN: Es que le está pegando **una leche de cojones**

En estos ejemplos podemos constatar que la actuación subjetiva del hablante, ya sea para reforzar o atenuar la expresión verbal de aquello que necesita transmitir (por aproximación) no es más que la consecuencia de esa libertad de selección de la cual dispone el hablante coloquial y que aprovecha también el hablante bursátil. El corredor escoge con total libertad de un universo más o menos amplio de posibilidades expresivas (léxico soez, entonación marcada, la comparación, las repeticiones, etc.) aquel conjunto de palabras, de gestos, de entonación que según su personal criterio le permitirá hacer llegar su petición, orden, consejo, exigencia,... a su interlocutor, sin detenerse a pensar en la corrección de su lenguaje. Esta es una de las características que separan de forma definitiva la comunicación bursátil de otros lenguajes especializados, donde la capacidad creativa del hablante es mínima. Así se ve reflejado claramente en los ejemplos cómo la realización del sentido se da efectivamente por aproximación, ya que el corredor renuncia a expresar de forma precisa (y hasta técnica) la información, sin que por ello se ponga en peligro la comprensión: “Es que le está pegando una leche de cojones”, es decir, se está produciendo una bajada brusca de la cotización del valor.

Por otro lado, cuando estudiamos la estructura formal del lenguaje en la contratación, vimos cómo el corredor obedece más a su intención comunicativa, como criterio que guía la ordenación verbal, que a las normas del sistema gramatical, del cual también es competente. Esto responde a que el hablante, como señala Ana M^a Vigara,

[...] recurre automáticamente al sistema de la lengua para expresarse; pero si éste, por cualquier motivo, no dispone de los signos o de los procedimientos que su intención de comunicación o la urgencia de su actuación requieren o entra en conflicto “lógico” con ellas, el hablante se las apaña casi siempre para decir lo que quiere decir, al margen, si es preciso, de la lógica del sistema. (1996: 23)

Por su parte el receptor, en virtud de esa misma competencia y conocimiento del sistema lingüístico, puede reconocer *como significativo* un cambio en la lógica “sistemática” habitual. De modo que le basta al corredor variar la posición “natural” de los componentes oracionales para que su interlocutor reconozca como significativa esa modificación y obtenga la información adicional que se deriva de ese cambio, información que sería

muy costosa de expresar con palabras y que, en definitiva, se expresa por aproximación.

Veamos unos ejemplos:

PEPE: Los Obrascones a mil cuatrocientos/ que si se los venderías

LUIS: Véndeme a quince/ Manoli/ los diez

B: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto

PEPE: Los Obrascones a mil cuatrocientos/ que si se los venderías

JAIME: ¿Quién me lo dice eso?

PACO: Es que/ a un bien mi amigo le ha llegao, de dos sitios diferentes/ el mismo dato <sí>/ y yo te digo de dónde son <sí>/ por eso mi llamada corresponde/ lo siguiente para saber si / si ellos tienen el mismo dato que yo/ y no/ y no es mi/ o sea/ no procede de mi ((...))

(A-17)

Como puede verse, el corredor organiza el orden de aparición de los diferentes componentes de su discurso en relación con la necesidad comunicativa puntual. Unas veces le interesa destacar el objeto de negociación (los Obrascones), de ahí que lo sitúe en primer lugar desplazando al sujeto, otras veces destaca en primer lugar el tipo de operación que desea realizar (véndeme) y otras coloca como prioridad el precio o cotización (al ciento cuatro) de la compra. El último ejemplo quizá sea un compendio de lo caprichosa que puede llegar a ser la organización del discurso que, en este caso, está realizada a golpes de subjetividad, sin que por ello afecte al sentido del conjunto.

Otro comportamiento comunicativo generalizado en las conversaciones bursátiles son las adaptaciones léxicas que “aunque expresen por aproximación el sentido, lo realizan normalmente con precisión y exactitud” (Vigara, 1996: 26) Este es uno de los aspectos más reveladores de la libertad con que el corredor utiliza y adapta a su conveniencia el léxico estándar a las especiales necesidades comunicativas de su actividad profesional (adaptaciones léxicas o habilitación semántica):

Asturianas/ a mi el que me diga que está ajustada de precio/ es un **torero**/ es un torero porque

Pues como el dato de Nueva York salga bien/ te **envainas** la opinión

Jugamos a esto/ pero primero vendemos para tener liquidez.

Tomar una posición aquí/ esto es **un campo minado**/ macho

Nueva York está como una **peonza**.

Es que ayer/ fíjate/ con la bolsa a tope/ Vallehermoso estaba **presionando de narices**.

En estos ejemplos vemos cómo el corredor adapta, sobre la marcha y según necesita medios para expresarse, el léxico que le sirve para comunicarse en su medio cotidiano, sin detenerse a reflexionar sobre la idoneidad de servirse de un vocabulario común y hasta soez, para expresarse en un ámbito laboral técnico. Esto se debe a que su primera expectativa no es estilística, sino comunicativa. Casos de habilitaciones léxicas las describiremos con detenimiento en el siguiente apartado.

Hasta aquí hemos descrito cómo el corredor se vale del lenguaje para transmitir información, sin implicar ninguna otra cosa que no estuviera ya contenida en las palabras. En los casos que describiremos a continuación,

La información contenida en las palabras no es exactamente (o incluso no es en absoluto) la transmitida por el hablante, pero pretende serlo, y como si realmente lo fuera la percibe el receptor. Esto es, al menos, lo que nuestro análisis lógico revela, ante la evidencia de que en casos así, las palabras, que podrían mentir, no engañan: es la paradoja de implicar explicitando o, si se quiere, de explicitar pero implicar. (Vigara, 1996: 28)

Pongamos un ejemplo en este sentido:

JAIME: Venga/ estupendo/ gracias/ (CON PEPE) ¡oye!, ahora contestamos/ **es que ha estado hablando con Jorge y no está**
PEPE:(A JUAN POR EL TELÉFONO) Oye que que ahora te contestamos/ que de momento/ ¿sabes?/ estamos esperando

La elipsis o condensación (pero ahora “no está”) nos muestra cómo los corredores actualizan su lenguaje como pueden y su receptor percibe sin problemas el sentido, aunque el hablante no lo haya realizado. Es más, abundan en la Bolsa los casos en los que la realización del sentido sigue siendo posible aun cuando el corredor ni siquiera alcanza a decir lo que tiene en su mente:

Ahora mismo hay papel/ a lo mejor al cierre/ si lo levantan un poco

A: Pero vamos te lo sigo/ gracias por avisarme porque estaba en otra cosa /¿eh?

B: Tú síguelo/ yyyy/ **yo no hago nada mientras que túuu/ yo no te diga a ti/** ¿me entiendes?
<ya>/ tú/ tú <vale>/ tú vas firme por debajo del ochenta a lo mejor me pones

(A-16)

NACHO: No hombre/ si lo tengo en pantalla/ si por mercado no puedo ponerlo/ porque está a cient/
por mercado te van nos van/ a cotizar, setenta ochenta
JESÚS: ¡Ah!/ yo lo tengo a seis nueve a siete nueve
NACHO: Claro/ **por eso te digo**

(A-3)

PEDRO: Sí pero yo/ si puedes contactar con Rafa/ contacta ¿eh?/ porque lo de/ lo de Pascual/ sí es-
taba interesao
LUIS: Ju/ ju/ entiendo, vale/ pero ya no nos dará tiempo

(A-10)

ALVARO: ¿Pero hay compradores o no?

ALBERTO: **Aquí pues con laaa/ muchas cautelas/ hombre, hay algún aaah/ sabes algunaaa**

(C-1)

JAVIER: Vale, ¿pues está entendido **el tema**?

NACHO: Sí

JAVIER: Eh/ y yo me comprometo a queee/ los primeros días de la semana próxima/ pues tengáis
este **tema**

(C-2)

B: Yo creo que sí/ vamos/ a ver sí hay algún guapo (risas) en la familia

A: Bueno/ **tampoco**

B: Tampoco/ vamos a ser tan exigentes/ vamos es que no es impres[cindible] (risas)/ con estos
bolsillos/ no es imprescindible

(C-8)

[...] porque esto puede ser muy divertido/ pero por lo menos que sea eficiente

MANOLI: Están comprando a catorce ahora/ están po, poniendo dinero/ ante[s] han puestooo/ cien-
to tres/ ahí a ciento cincuenta y dos/ **a veces pagan para diez, ahora**/ la oferta está a veinte/ a die-
cinove, vaya/ vaya, dan otra vez/ dan otra vez/ hasta el diez

(A-7)

Todos estos ejemplos vienen también a demostrar que todas aquellas acusaciones vertidas con respecto al registro coloquial de “despreocupación formal” o “falta de precisión”, son en la comunicación bursátil una manera distinta y mucho menos constreñida de utilizar el lenguaje que nos sirve para comunicarnos en nuestra vida cotidiana, en el medio especializado. Por otro lado, los fenómenos que hemos descrito en este apartado no obedieron a una desviación “formal” de la intención comunicativa del corredor, sino que son producto de la forma particular como el hablante busca ser fiel a ella. Además, el uso sistemático de esta forma de utilizar el lenguaje no es sentida ni por el emisor ni por el receptor como extraña y muchos menos incorrecta, ya que las incorpora de forma automática, casi inconsciente, en la comprensión general del mensaje. Naturalmente, estos recursos son eficientes en la comunicación entre corredores gracias a la estrecha conexión interlocutiva establecida entre ellos, que hace posible la libre y espontánea transmisión-recepción del sentido inclusive cuando se frustran o se perturban las relaciones estrictamente funcionales

y semánticas. Y que, en definitiva, la improvisación formal y la realización del sentido por aproximación son en la comunicación bursátil recursos sistemáticos y consustanciales a la actuación y competencia comunicativas del corredor, a pesar de que se realizan en un medio especializado.

CONCLUSIÓN

Lo primero que nos planteamos al iniciar el estudio de la estructura textual del discurso bursátil fue cómo se daba la comunicación en medio de un ambiente lleno de interferencias, con un contexto cambiante y críptico, usando un lenguaje telegráfico e improvisado, en el que predominaba una estructura sintáctica que se aleja de la norma y un léxico sincrético mezcla de tecnicismos, español argótico y vocablos ingleses.

El modelo inferencial nos permitió reflejar como el componente verbal no es el único factor que da sentido al intercambio, ya que no existe una relación unívoca señal-sentido, lo que hace necesario un proceso de comprensión inferencial que confiere al reconocimiento de los factores contextuales un papel fundamental. Esta interdependencia entre el componente verbal y el contexto inmediato planteó dos nuevas interrogantes relacionadas con la noción de *coherencia*: ¿cómo se logra la continuidad de sentido en los textos bursátiles? y ¿cómo se conectan las palabras con el contexto de un modo relevante? La primera cuestión nos obligó a describir algunos de los mecanismos que ayudan al corredor a mantener activo el referente, casi siempre presente en el contexto más inmediato y en los conocimientos compartidos por los hablantes muy relacionados con la forma de operar en la Bolsa: la *premisa implícita*, la *hipótesis contextual* y la noción de *guión*. Dichos recursos, que contribuyen a mantener activo el referente, se apoyan en las nociones de género (esquemas de acción profesional, códigos de comportamiento comunicativo, estilos, registros, etc.) y competencia comunicativa, en este caso, jergal. En suma, nociones más cercanas a un conocimiento extraverbal, sin olvidar claro está, la necesidad de ser competente en el subsistema lingüístico “jerga bursátil”. La noción de *pertinencia* nos descubrió como el mantenimiento de la coherencia en el discurso bursátil no depende de la “corrección” verbal entendida como respetuosa de la norma, ni de la utilización de terminología unívoca, entre otras, sino de la elección de un discurso que guíe al oyente hacia el contexto óp-

timo con el fin de proporcionar las inferencias buscadas por el hablante, con un bajo coste de procesamiento. El corredor llega al contexto adecuado al relacionar la información semántica del enunciado con la información obtenida de enunciados inmediatamente anteriores y de la situación concreta de la recepción; así, el corredor construye su enunciado sobre la base de cierto contexto que presume en el oyente, hace una estimación de los conocimientos de éste y, a su vez, el oyente comprende las intenciones del hablante con la información que obtiene del enunciado.

Del plano global del texto, pasamos a interesarnos por el texto en sí mismo, por los elementos lingüísticos materiales que operan como un conjunto de enlaces intratextuales que propician la conexión en la frase. De modo que buscamos en los registros bursátiles aquellos recursos lingüísticos relacionados con la noción de *cohesión* textual, tanto léxicos (repetición, elipsis, sustitución, sinonimia, etc.) como gramaticales (conectores y marcadores discursivos). Comprobamos cómo, sobre todo en la contratación, la falta de elementos de conexión se suple con la reconstrucción contextual y con la repetición, ya sea exacta o a través de la sustitución por sinónimos, metáforas o metonimia. Estos recursos mantienen el hilo temático y sirven de enlace de los diferentes miembros o unidades discursivas en ausencia de formas más específicas como los conectores. De modo que cohesión no equivale a uso “normalizado” de marcadores o conectores discursivos, sobre todo, cuando los corredores, en su interés por reducir la expresión al mínimo, sacrifican aquellos elementos lingüísticos que no transmiten información relevante, confiando en que el contexto asista al oyente para reconstruir los nexos elididos que dan cohesión al discurso y enlazan correctamente un miembro con otro.

Por último, nos ocupamos de los recursos de cohesión estructural, es decir, de aquellos elementos de contenido gramatical, más que semántico, y que funcionan como enlaces entre las unidades discursivas, por un lado, y como marcas que guían al oyente hacia las inferencias que hacen posible la comprensión. La mayoría de los conectores y marcadores discursivos utilizados por los hablantes de la Bolsa son aquellos que habitualmente están presentes en el discurso espontáneo y en contextos comunicativos en los que la expresividad es una estrategia útil y casi necesaria. Hablamos, por un lado, de los marcadores que Calsamiglia y Tusón denominan “interactivos, y que se generan por la necesidad de lograr la cooperación, el seguimiento, la atención, el acuerdo o la confirmación del contenido

transmitido” (1999: 249). Junto a estos, están aquellos marcadores cuya función primordial es la organización del discurso oral, y que, perdiendo su función nexiva, actúan como muletillas, recursos de relleno de espacios vacíos dejados por las vacilaciones, los titubeos y que ayudan al hablante a mantener el turno de palabra mientras improvisan su intervención. De modo que en la marcación del discurso bursátil, la función modal (expresiva) y de control del contacto (función fática), acompañan a la marcación exclusivamente conectiva.

Pero quizá el rasgo fundamental que describe el uso de los recursos de cohesión en la comunicación bursátil es su doble papel, es decir, un conector cumple con su labor de enlazar dos unidades de discurso, pero además puede actuar como un marcador reactivo en el nivel pragmático e inferencial. De modo que el carácter oral –inmediatez comunicativa– de los intercambios bursátiles propicia que los recursos de conexión cumplan con un doble papel: no sólo de apoyo sintáctico (unión de dos miembros), sino también de apoyo pragmático consiguiendo así que el hablante relacione lo dicho con el contexto inmediato y obtenga las inferencias necesarias para completar la información implícita o elidida del plano verbal. De modo que tienen una función de enlace textual y otra extraoracional.

Por último, estudiamos un fenómeno que está latente en la competencia comunicativa del corredor como hablante coloquial y que adapta perfectamente y de forma automática –inconsciente– al registro especializado, sin que por ello se pierda ni un ápice de eficacia, funcionalidad y, sobre todo, precisión: *el de realizar sólo por aproximación el sentido*.

Lo asombroso de este fenómeno en una primera lectura es cómo se consigue transmitir y comprender un mensaje realizado en una forma verbal tan “desordenada”, “incompleta”, “vulgar”, “pobre”, que puede llegar a expresar lo contrario de lo que “aparentemente” se quiere decir, que muda a placer el sentido habitual de las palabras, que crea otras nuevas o que sencillamente se interrumpe sin llegar a completar lo dicho. Si esto causa asombro en el medio cotidiano, mucho más en un entorno altamente especializado como es el bursátil. Pero en definitiva, lo que nos empeñamos en demostrar y dejar patente en nuestro estudio es que no importa la incorrección o incoherencia del discurso del hablante bursátil, si en la realidad de la interacción, en el calor de la mesa de contratación, resulta adecuado, pertinente y funcional.

TERCERA PARTE

VI

SOBRE LA TERMINOLOGÍA BURSÁTIL

INTRODUCCIÓN

La lengua estándar adquiere formas y significados especiales cuando se utiliza como instrumento de comunicación en ámbitos de actividad específicos, formando los denominados “lenguajes especiales”, que no son sino variedades en el uso de la lengua común que eliminan cualquier posibilidad significativa que no sea la requerida en el uso especializado del vocablo:

De hecho aprendemos el significado especializado de algunas palabras de la lengua común como se aprenden los de una lengua extranjera. Mediante este procedimiento acotamos su nuevo significado y lo incluimos de este modo en otro subconjunto o universo de discurso que actúa de contexto significativo, es decir, estructura las formas de la lengua común de modo semánticamente distinto ¹

La variedad especializada “lenguaje bursátil” cumple cabalmente con lo anteriormente expuesto: toma de la lengua estándar la mayoría de sus vocablos, si bien recibe importantes influencias de otras dos áreas concretas como son el léxico económico-financiero y los vocablos técnicos de origen inglés. El vocabulario bursátil se ha ido formando a partir de palabras del lenguaje común a las que se ha dotado de un nuevo contenido especializado, haciendo que no coincidan sus significados y que sus términos dependan de la nueva perspectiva.

La *terminologización* es el mecanismo por el que una palabra o locución de la lengua común se convierte en término de un lenguaje de especialidad; el *calco* y el *préstamo* de otras lenguas son otros de los recursos frecuentes en el medio bursátil, así como la *neología*, aunque en mucha menor medida. En definitiva, el léxico bursátil resulta una hibridación de otros lenguajes: jergas de especialidad –economía, finanzas y comercio–, lenguaje estándar y préstamos de otros idiomas. Sólo cuando el vocablo –especializado a partir del lenguaje común– se utiliza en la conversación bursátil entran en funcionamiento las

¹ RIBAS, Albert (1994): “El conocimiento como contexto significativo de los lenguajes de especialidad”, *Lengua para Fines Específicos III. Investigación y enseñanza*, Alcalá, Universidad de Alcalá, p. 486.

especificidades semánticas e inferenciales que nos permiten interpretarlo de la manera más relevante.

En lo que respecta a la influencia inglesa, es importante tener en cuenta la creciente globalización del mercado bursátil, gracias a los sistemas de contratación electrónicos que han permitido conectar todas las bolsas del mundo, constituyendo así un único gran mercado intercomunicado que habla y se entiende en inglés. Por otra parte, los principales países de habla inglesa, Inglaterra y Estados Unidos, han mantenido una supremacía económica sobre el resto de los países, y en especial en el ámbito bursátil, representada por las Bolsas de Nueva York y Londres. En consecuencia, no es de extrañar que la mayoría de los productos financieros, índices bursátiles, métodos de análisis técnico (gráficos), informes y análisis de mercado tengan como lengua de origen y de uso el inglés. Sin embargo, la necesidad comunicativa y la expresividad de los hablantes, en este caso en particular de los castellano-hablantes, fuerza continuamente la adaptación del término extranjero (préstamo o calco) a las especificidades de la lengua local. No es extraño, por tanto, vocablos como *bear market* (“mercado bajista”) que han tenido poco éxito entre los corredores españoles, mientras que, por otro lado, vocablos como *insider trading* casi han desplazado en el uso a equivalentes castellanos como “información privilegiada”. Otro fenómeno frecuente es la convivencia del anglicismo y su equivalente español, como es el caso de los términos “*broker*” y “corredor”, “*sale*” y “ventas”, “*dealing*” y “mesa”, etc. De todo esto deviene la dificultad de trazar inequívocamente los límites de influencia de las diferentes fuentes que nutren el lenguaje hablado en las Bolsas españolas e hispanoamericanas, ya que se mezclan y conviven términos de diferente origen, incluyendo otros productos, por ejemplo, del argot juvenil, del mundo taurino o del argot del juego.

En cuanto al enfoque metodológico, la mayoría de los estudios consultados sobre léxico especializado recurren, por un lado, a estudios puramente lingüísticos (sincrónicos) que aíslan al vocablo de su entorno comunicativo natural (texto especializado) y lo diseciona dividiéndolo en sus componentes básicos (lexema, morfemas), en un afán por identificar los afijos griegos o latinos que expliquen su origen y su contenido. Por otro, también encontramos estudios históricos como el del lenguaje jurídico administrativo, cuyas raíces se remontan a la antigüedad y, por tanto, ocupan un lugar preeminente entre los lenguajes de especialidad. El lenguaje que hoy estudiamos es de reciente creación; si bien existe un

antecedente en el lenguaje utilizado por los corredores en los corros, el mercado continuo comenzó a operar en España en 1989, de modo que sería difícil obtener valiosos resultados de un estudio histórico.

Un análisis adecuado del léxico bursátil no puede recurrir al citado enfoque lingüístico o formal, ya que, por un lado, no encontramos ni un solo vocablo que para su formación haya recurrido a los afijos o raíces griegas o latinas; imposibilitando así obtener alguna información valiosa tanto de su formación como de su uso; por otro, y como ya hemos adelantado, el léxico bursátil proviene de la especialización de significantes provenientes de la lengua común o estándar, dando así mayor valor descriptivo al estudio de la habilitación semántica y pragmática que al origen histórico. Otro factor determinante se encuentra en el nivel pragmático: parte del contenido semántico que transmite un vocablo se completa con información contextual y gracias a las circunstancias en las que es emitido. Es cierto que esto último contradice, en parte, la especificidad del lenguaje técnico, que debe ser monosémico, neutral, preciso y su significado debe estar fijado inequívocamente, al margen del contexto de uso.

La dependencia que tiene el léxico bursátil de factores extralingüísticos es consecuencia inevitable de su carácter oral y la falta de una vertiente escrita que fije de forma acontextual su vocabulario. Si bien existen muchos términos fijos como, por ejemplo; "accionista", "empresa", "corretaje"...; también encontramos otros que necesitan un enriquecimiento contextual, como "bono basura", "ir contra el mercado", "nivel de soporte", ... Estos últimos son vocablos más o menos conceptualizados que terminan de fijar su significado cuando el corredor hace uso de ellos para referirse a un fenómeno concreto o a un momento específico dentro de la contratación o de la sesión. Se va "en contra del mercado" cuando se adoptan estrategias o posiciones que se alejan o se oponen a la tendencia del mercado, en un período de tiempo que puede ir desde una sesión a un trimestre. Así, el vocablo se completa con el necesario conocimiento de las especiales circunstancias en las que se encuentra la Bolsa en el momento de su utilización. Esto no significa que la efectividad y claridad de la información que trasmite sea poco precisa o se preste a confusión, sencillamente depende de otros factores, junto con los puramente léxico-semántico.

Concretando, el fenómeno que nutre mayoritariamente al léxico bursátil es la *habilitación semántica*: el corredor toma prestado significantes del lenguaje común y adapta su contenido al medio y a las necesidades comunicativas de su particular labor; generalmente basta con una simple restricción de contenido: el verbo *tomar* pasa a designar la acción concreta de “tomar acciones, bonos, divisas...” (comprar). El uso de este verbo, junto a otro más apropiado como “comprar”, tiene una explicación extralingüística. Cuando en la Bolsa sólo existía la contratación a viva voz, el corredor debía estar presente en el parqué, gritar y agitar vivamente los papeles donde constaban sus posiciones. A la hora de comprar “tomaba” de las manos del intermediario la boleta (el papel) que registraba su compra. Posteriormente, los corredores que trabajan en el mercado continuo (electrónico) trasladaron metonímicamente su uso exclusivamente a la acción de comprar. Como vemos, necesitamos más que razones lexicográficas para entender el origen de la especialización bursátil del verbo *tomar* y de otros vocablos de igual origen como *papel*, *dinero* o *manos*.

De todo ello resulta que nuestro enfoque de análisis no sólo debe tener en cuenta las teorías sobre la creación léxica y la formación de palabras, sino también la relación del vocablo con el contexto de uso, con las circunstancias extralingüísticas que hicieron necesaria su creación y que completan la información que trasmite y mantiene operativo dicho término.

Nuestro estudio no pretende ser una descripción exhaustiva del conjunto de vocablos bursátiles y mucho menos ocuparnos de campos suficientemente estudiados como el del lenguaje técnico financiero, sino que pretendemos describir los mecanismos por los cuales el hablante bursátil adapta el lenguaje común a sus especiales necesidades comunicativas, dotándolo de nuevos significados y, en definitiva, convirtiéndolo en el instrumento más adecuado para su labor. Además nuestro estudio se restringe al léxico usado por el corredor que opera en el mercado continuo español.

En cuanto a la aportación de la lengua inglesa, predomina en general el empleo del extranjerismo, sobre todo para designar productos financieros e índices bursátiles internacionales, casi siempre en forma de siglas, y, en menor medida, el calco semántico. En general, haremos referencia a algunos de sus vocablos cuando consideremos que aporta algunos datos importantes a la comprensión del comportamiento comunicativo del profesional

español. También nos interesa destacar algunos recursos asociados al léxico, frecuentes en el lenguaje coloquial y que encontramos vigentes y activos en la Bolsa, como la fraseología, la presencia de elementos argóticos y las creaciones léxicas espontáneas.

El glosario que acompaña nuestro análisis no es más que el producto de las necesidades descriptivas derivadas del propio estudio. En ningún caso debe entenderse como un objetivo en sí mismo, ni como un registro exhaustivo de los vocablos usados por los diferentes profesionales que laboran en el ámbito financiero. Sin embargo, creemos que los términos que lo integran constituyen una muestra importante de la terminología específica utilizada por el hablante bursátil en la mesa de contratación en España.

1. EL TÉRMINO BURSÁTIL

La precisión, como ya hemos mencionado, es la característica básica de los tecnicismos, cualidad que evita la ambigüedad. Esto es posible si su significado es independiente del contexto, no está condicionado por las circunstancias de uso, ni por quien habla o quien escucha: algo diferente de lo que ocurre en el lenguaje coloquial.

Un ejemplo de precisión lo tenemos en uno de los términos más usados en la Bolsa: el “Ibex35” (índice de la Bolsa española, compuesto por los treinta y cinco valores de mayor capitalización y liquidez del mercado):

CARLOS: Lo vendieron/ lo soltaron / ¿eh?/ y se ganaron una pasta <ah>/ ¿eh?/ entonces eeeeh/ lo que pasa que aunque los resultados de explotación sigan creciendo un treinta por ciento <sí>/ ¿eh?/ eh creemos que ha subido mucho/ el tema de Aguas <claro/ claro>/ el tema de Aguas es que /mnnn/ como entra y sale del **Íbex**, cada seis meses

(C-4)

Si repasamos las condiciones que deben cumplir los términos o vocablos especializados para ser precisos, comprobamos que el “Ibex35” pasa todas las pruebas: su significado está establecido de antemano, su contenido no puede ser alterado a favor de la expresividad o creatividad de los hablantes, tiene una función meramente designativa, es monosémico, y no cuenta con sinónimos.

El Ibex35 no es una excepción. La mayoría de los términos asociados a nombres de productos financieros que maneja el hablante bursátil son precisos. Sin embargo, podemos encontrar casos como el siguiente:

Jesús: Sí
 Carlos: ¿Eh/ sí/ Josechu?
 Jesús: Sí, ¡hola!
 Carlos: Oye quería comprar/ cuatro mil Fecsas <sí>/ fuerzas/ ah/ en **los dos primeros precios** que haga
 Jesús: Mnnn dos mil a **la apertura** y dos mil <sí>/ después ¿no?
 Carlos: Ponte dos mil **a la baja**/ y si ves que tocan **al alza**/ pues/ los haces
 Jesús: ¡Vale/ perfecto!
 Carlos: ¿Vale?
 Jesús: ¡Vale!
 Carlos: Gracias
 Jesús: Adiós
 Carlos: Hasta luego.

(A-4)

Saquemos de contexto los términos en negrita : “los dos primeros precios que haga”, “a la apertura”, “al alza”, “a la baja” y “hacer”. Estos vocablos, de los que nadie debe dudar de su naturaleza técnica y de su restricción al mundo bursátil, carecen de algunas de las condiciones antes mencionadas para ser considerados precisos y prototípicos de un lenguaje especializado. Si bien es verdad que su significado está establecido de antemano:

ALZA: aumento del valor de las cotizaciones bursátiles;

BAJA: disminución de las cotizaciones de los valores mobiliarios;

APERTURA: inicio de la negociación en el mercado continuo;

HACER: verbo habilitado para la labor bursátil, significa cerrar una operación; su carga significativa y su valor comunicativo (transmitir de forma precisa y sin equívocos) sólo se completan en la enunciación.

Como ya adelantamos al introducir este tema, nos referimos a términos cuyo significado está establecido y fijado, pero su verdadero valor como vehículos de información termina cuando un hablante lo usa en un contexto concreto y con una finalidad individual.

“Los dos primeros precios que haga” es una frase fijada y habitual en la Bolsa, que en cada caso adquiere una precisión cognitiva según la situación de la emisión. Los dos primeros precios que haga Iberdrola serán diferentes a los dos primeros precios de la mis-

ma empresa en la sesión siguiente. Lo mismo ocurre con la expresión “a la apertura”. Términos como “a la baja” y “al alza” son susceptibles a las circunstancias extralingüísticas; eso no significa que carezcan de precisión, sino que para cerrar su contenido requieren un enriquecimiento pragmático, es decir, saber los precios puntuales, las cifras a las que en cada momento remiten estos términos. Esta peculiaridad no pone en peligro su labor informativa o primariamente descriptiva. Tampoco hablamos de sinonimia, ya que no poseen otros equivalentes: el momento de “la apertura” es solo uno (9.00 h) y no hay otra palabra más exacta para nombrarlo. Igual ocurre cuando hablamos de “a la baja o al alza”. Pero qué pasa con el término “hacer”, del cual encontramos al menos dos sinónimos: “ejecutar” o “cerrar”. No parece que la falta de “univocidad” en este caso sea un problema para que el corredor entienda cuándo debe “ejecutar” la orden:

B: Ponte dos mil **a la baja** y si ves que tocan **al alza**/ pues/ **los haces**

Otro de los rasgos que tradicionalmente se atribuyen al léxico científico es su *neutralidad*, es decir, la ausencia de valores afectivos o subjetivos. Si bien en la Bolsa predomina este tipo de léxico neutral, nos encontramos otros términos que son sospechosos de lo contrario. Con esto no nos referimos a expresiones coloquiales que los corredores adaptan al discurso especializado como muestra de la expresividad y la creatividad personal (expresiones como *comerse un pille, me va a mandar a hacer pijos, presionando de narices, me dejó vendido, no nos comemos una rosca* y muchas más...), sino a términos simples o compuestos que están cargados de ciertas connotaciones:

NACHO: Claro, macho/ si es que no nos lo van a dar/ por sí/ porque son cien kilos si fueran quinientos, pues igual/ yo lo tengo ahí/ ahora mismo lo he puesto/ y lo tengo/ y lo está viendo la gente/ pero no lo agrade/ ¿me entiendes?

(A-3)

El término “agredir” no sólo indica el interés comprador o vendedor que manifiesta un inversor por un valor o un paquete de acciones, sino la violencia o la contundencia con que manifiesta ese interés. Sinónimo de este vocablo sería “atacar una posición”. Muchos de los términos producto de la habilitación semántica de vocablos ordinarios se aprovechan precisamente del valor connotativo, para que sea el sentido segundo y no el literal el que se fije; en *bono basura*, por ejemplo, son precisamente los valores connotativos del término “basura” los que han servido al corredor para habilitar la palabra como determinativo.

Ejemplos como este son frecuentes en la Bolsa: *bonos matador*, *caballero blanco*, *calentar*, *ciego*, etc.

Otra característica de la terminología especializada y que sí se cumple de forma generalizada en el medio bursátil es la *estabilidad* de sus vocablos. Si bien existen algunas expresiones procedentes principalmente del cine, la televisión o la publicidad (intertextualidad) que se introducen con más o menos éxito entre las expresiones del corredor y tienen una duración relativamente corta, la terminología en general suele ser bastante estable. Claro está que la actividad que se realiza en los mercados continuos es relativamente reciente, cosa que dificulta la realización de un estudio con suficiente perspectiva de la movilidad léxica y de la evolución de los vocablos. Por otro lado, existe un vocabulario que desaparece en la medida que desaparece el producto o el objeto que le dio origen. Si una empresa deja de cotizar en el mercado, su denominación dejará de ser operativa para la labor bursátil.

La existencia de sinónimos no sólo no pone en peligro la labor informativa y descriptiva de su terminología, sino que aporta riqueza expresiva y creatividad a una jerga que aprovecha del lenguaje no sólo su función nominalista. La labor bursátil es intensa, dinámica, acalorada y necesita de una dosis de emotividad enunciativa, cosa que el término técnico por sí mismo no puede aportar. La presencia de diversos sinónimos para un mismo concepto da cuenta de esta riqueza semántica que aporta matices necesarios al contenido de un término base. Por ejemplo el vocablo “comprar”:

[...] y pensamos/ que que hay que **comprar** <mm>/ hay que **comprar** de formaaaa/ bastante agresiva/ a estos niveles <aja>

B: Sí pero el tema macro/ mn/ ahora está mejor que en el primer semestre/ entonces yo creo que ahora/ puede ser oportunidad deee/ **tomar** algo

Hola/ ¡oye!/ ¿cuántos Sarriós he **tomado**?

RAFA: (()) te lo estoy diciendo, tío/o sea más claro imposible/ o sea, hay que **pillar** a manos llenas/ y además, no tardando mucho porque/ ya te digo que el mercado hoy, va a estar *ca-chondo*, ¿eh?

Los anteriores textos ejemplifican el uso de tres vocablos sinónimos muy utilizados en la Bolsa y en la lengua hablada actual; cada uno aporta un matiz expresivo al hecho de

adquirir acciones a través de su negociación en el mercado; y, por descontado, tal sinonimia no provoca confusión semántica alguna.

En este caso, el uso del término argótico *pillar* no responde a una necesidad nominativa, sino expresiva, ya que el término “comprar” basta para designar la acción de adquirir acciones. En la mayoría de los casos, el uso del equivalente argótico está relacionado con la relación de proximidad, que depende del grado de confianza y familiaridad existente entre los corredores. De ahí que el uso de estos vocablos argóticos sea un índice de la naturaleza de la relación entre los actantes. Además, el uso de elementos argóticos responde a una necesidad meramente expresiva y hasta psicológica: sirve como simple desahogo emocional y una forma de acercar la jerga especializada al registro coloquial, dando mayor flexibilidad al lenguaje.

Otros sinónimos de la palabra “comprar” quizá se alejen un poco de la noción base al agregar matices distintivos, pero siguen siendo formas de comprar: *acumular* (comprar acciones de un mismo valor en el transcurso del tiempo), *barrer* (comprar grandes paquetes de acciones sin que la cotización refleje la presión al alza), *cargar* (comprar muchas acciones de un mismo valor).

Quizá una de las actividades que tenga mayor cantidad de sinónimos para su expresión sea la incorporación de un agente a la negociación de cualquier valor: *entrar, jugar, operar, meterse, contratar, poner, colocar*:

Que el cliente tiene pantalla/ y me está **metiendo**

Si es que hay que **poner** la orden/ porque si no no te dan/ ¿entiendes?

ALBERTO: No no no sé nada todavía/ luego nos abstenemos/ pero tomo nota de que/ ¿eh?/ no hay papel <vale> y que a niveles de cuarenta y seis, alguien eeh/ vamos eeh/ **quieren entrar** ¿no?

La *homonimia* y, con ella, la posibilidad de error interpretativo, sí constituye un riesgo que procura combatir el hablante en la Bolsa. Ejemplo de ello es la creación de un segundo término (*Fuerzas*) para referirse a Fecsa y diferenciarla así de *Cepsa* (petróleos), cuya realización fónica puede confundir a un oyente sometido a continuos y variados factores de distracción.

Oye/ quería comprar/ cuatro mil **Fecsas** <sí> **Fuerzas**/ ah/ en los dos primeros precios que haga

En el uso del vocablo en la Bolsa, es frecuente que un mismo término se aplique indistintamente al mercado, al tipo de corredor o a un valor. Ejemplo de esto son vocablos como *alcista*, *bajista*, *ciego*, *líquido*, *estrecho*, *sobrevendido*, etcétera.

Como hemos podido comprobar, la terminología bursátil no reúne todas las características habituales tradicionalmente asignadas al léxico técnico. Si bien encontramos vocablos que se comportan como especializados, la fuerte tendencia a la sinonimia, a los términos connotativos o a la falta de neutralidad de muchos de sus vocablos acercan la terminología bursátil a la palabra coloquial.

Con esto no queremos decir que el término en la Bolsa carezca de precisión. Sencillamente afirmamos que no siempre, y este es uno de esos casos, la falta de univocidad, neutralidad, monosemia, se traducen en imprecisión o equívocos comunicativos. Sencillamente, el término bursátil apela a otros recursos no siempre lingüísticos –enriquecimiento pragmático– para fijar la univocidad, para seleccionar el significado preciso de entre otros posibles o para extraer de un sinónimo argótico no sólo su carga semántica, sino aquel matiz expresivo que completa y enriquece la comprensión.

2. LA CREACIÓN LÉXICA EN EL HABLA BURSÁTIL

Como hemos adelantado reiteradamente, el lenguaje bursátil en su generalidad es un subsistema sintáctico y léxico que selecciona aquellos recursos de la lengua estándar idóneos para solucionar los problemas de designación que plantea su especial labor. El hablante de la Bolsa adapta el lenguaje común, para él sobradamente conocido y con el cual está familiarizado, a las especiales y nuevas necesidades, tanto comunicativas –transmisión correcta de contenidos– como designativas o nominativas –identificación conceptual–.

En la “jerga Bursátil”, este proceso de habilitación léxica recurre fundamentalmente a tres procesos:

- a) La especialización semántica: el vocablo tomado del lenguaje común restringe su significado estándar a la descripción o designación especializada. Encontramos algunos casos de un fenómeno más radical, en el que se toma prestado el significante y se cambia su significado, dándole un contenido distinto al que tenía originariamente.
- b) Metaforización: la metáfora es un recurso muy utilizado y rentable para el hablante bursátil, ya que le permite entender, experimentar y a su vez explicar –a su interlocutor– un fenómeno, un concepto o un suceso en términos de otro más cercano y familiar.
- c) Metonimia: Es otro de los recursos frecuentes y preferidos por el hablante de la Bolsa, también por su rentabilidad, tanto verbal como cognitiva.

Es posible que el trasvase de un grupo a otro no implique un cambio de significado, pero en otros casos, este doble movimiento supone una adaptación de la forma lingüística que modifica ligera o radicalmente su contenido original.

El proceso que se suele utilizar para incorporar el nuevo significado a una palabra ya existente se basa en la pura analogía. Esa semejanza puede estar relacionada con la forma, es decir, basarse en una imitación “gráfica” (*dientes de sierra, horquilla, karaoke, pecera...*), con el tipo de acción (*rebotar, acumular, absorción, cuidar...*), con la orientación espacial (*techo, suelo, baja, arriba, parqué, caer...*) o la orientación temporal (*apertura, cierre, preapertura, ciclos, futuros...*), etc.

Este mecanismo, si bien se sustenta en la analogía, no llega a ser metafórico, ya que el hablante no pretende explicar un concepto en función de otro con el que guarda semejanzas, sino que toma prestado todo o parte del significado conocido y crea una acepción diferente, un matiz semántico del sentido original, muchas veces hasta recogido por los diccionarios generales. Verbos de frecuente uso en el lenguaje cotidiano como *caer* (bajada de las cotizaciones), *tomar* (equivalente a ‘comprar’), *comprar, vender, soltar* (equivalente a ‘vender’), *poner* (equivalente a ‘contratar’, situarse para la contratación), *hacer* (ce-

rrar una operación)... mantienen su significado habitual cuando pasan al habla bursátil, sólo que ejercen su acción sobre un número restringido y especializado de productos: acciones, títulos, posiciones, órdenes (de compra o venta), operaciones económicas, etc.

Están **comprando** al tres cuatro

Tan ricamente/ ha hecho bien porque mira se está **cayendo** más

Están **comprando** a catorce ahora/ están po, **poniendo** dinero

Te lo **he vendido** todo al noventa, tío.

En otros casos se adaptan conceptos que en su origen surgieron de un proceso de metaforización y que actualmente están lexicalizados, como por ejemplo aquellos que en su origen contenían el rasgo semántico “guerra” y que hoy en día son frecuentes, por ejemplo, en el campo deportivo (*agredir, atizar, atacar, batir...*):

NACHO: Claro, macho/ si es que no nos lo van a dar/ por sí/ porque son cien kilos si fueran quinientos, pues igual/ yo lo tengo ahí/ ahora mismo lo he puesto/ y lo tengoo/ y lo está viendo la gente/ pero no lo **agrede**/ ¿me entiendes?

(A-3)

Pero todos tienen un miedo, macho/ en cuanto le apunta un poco la deuda/ bah/ les **atizan**/ y aquí no entiendo, cómo no le están **pegando** ya a la bolsa/ macho.

(B-11)

JAVIER: Pues te la mando yo ahora mismo eh/ ¿eh?/ te la mando yo ahora mismo/ lo que pensamos es queee/ aquí los valoramos mejor/ de los queee/ que los queee/ lo/ de lo que lo ha valorado el mercao <mm>/ ¿eh?/ y, pensamos/ que que hay que comprar <mm>/ hay que comprar de formaaa/ bastante **agresiva**/ a estos niveles

(C-2)

También encontramos ejemplos, aunque menos, en los que la analogía entre el término original y el especializado es oscura. Este es el caso del término *corredor* (deriv. de *corratier*, ‘corredor’, ‘intermediario’). La analogía debe buscarse en la frenética actividad que supondría, hasta para los primeros “corredores” del siglo XV, estar presentes y negociar en las diferentes subastas, actividad que les obligaba a moverse con rapidez –y hasta correr– entre los diferentes *corros*². Aquí la analogía se asienta en la imagen que evoca el verbo “correr” o el sustantivo “corredor” en la mente del individuo, asociada a la actividad específica de la antigua contratación a viva voz.

² Corro: palabra cuyo origen también se remonta al siglo XV, según Corominas, y remite a “un cerco formado por un grupo de personas”.

Junto a estos ejemplos, tenemos otros en los que el paso de la palabra del medio estándar al especializado implica un cambio de significado. En ocasiones, la selección del vocablo que se especializa responde a razones enciclopédicas más que lingüísticas o semánticas. Este es el caso del término *Bolsa* que procede del latín *burse* y que en el caso de la acepción que nos ocupa tiene su origen en la Bélgica de finales del siglo XIV, cuando los negociantes de Brujas se reunían en casa de un caballero llamado “Van der Buerse”, cuyo escudo de armas tenía grabado tres bolsas de dinero; así, los inversores de la época se dirigían “a las bolsas”.

Otro cambio de significado entre el término estándar y el especializado lo encontramos en el vocablo (*acción*). Esta habilitación trajo consigo la eliminación en su empleo de cualquier otra posibilidad significativa que no sea la requerida en la oportuna utilización del vocablo especializado. De modo que el término *acción* es producto de un proceso de restricción significativa llevada hasta la univocidad de un vocablo tomado de la lengua general. Actualmente la palabra *acción* está registrada en los diccionarios generales como un acepción estándar.

En el uso del verbo *pinchar* para expresar la acción de abrir con la ayuda del “ratón” del ordenador una “ventana” que permitirá al corredor acceder a mayor información sobre un valor, un índice o cualquier otro tipo de producto financiero, podemos encontrarnos ante una futura acepción del verbo estándar: “pincha ahí”, “pincha ese valor”, “pinchando en Repsol lo encontrarás”, etc.

En general, la actitud del hablante bursátil como nomenclador es bastante práctica: su objetivo es estrictamente comunicativo, por esto utiliza el material que tiene más a mano y que conoce con toda precisión, dejando al contexto y a la situación comunicativa parte de la habilitación semántica. La idea de hermetismo que generalmente acompaña a la labor y al lenguaje de la Bolsa no radica en la complejidad de la formación de sus significantes, como es el caso de la terminología médica, por ejemplo, sino en la abstracción de sus conceptos, en la síntesis de sus estructuras sintácticas, en la conjunción e interdependencia de factores y fenómenos, todo esto, actuando en un universo cerrado que cambia continuamente.

Cuando un corredor le ordena a otro *ponete ahí* o comenta *es que no lo agreden*, la dificultad de entender la frase no radica en el léxico, por otro lado bastante simple, estandarizado y denotativo, sino en los múltiples condicionantes contextuales que deben conocer los hablantes para entender cabalmente lo realmente comunicado. Con esto decimos que los verbos “poner” o “agredir” tienen un *uso especializado*, no que son de naturaleza técnica como, por ejemplo, “IBEX”, “OPA”, “análisis chartista”, “derivados” o “nivel de resistencia”.

Otro de los procesos de habilitación léxica, quizá el más utilizado en la Bolsa, es el de la *metaforización*. En general son metáforas explicativas que facilitan a los hablantes y a sus interlocutores el conocimiento de una cosa o de una realidad a partir de otra más próxima o conocida, al tiempo que aportan una serie de connotaciones que enriquecen la comprensión y rentabilizan el esfuerzo enunciativo. En el caso de la Bolsa, se trata de metáforas que aprovechan la carga semántica y hasta comunicativa que le aportan ciertas realidades más cercanas, para explicar otras, relacionadas con la labor específica, generalmente abstracta, y que de otra manera requeriría un mayor esfuerzo cognitivo y verbal.

La metáfora se adapta admirablemente a las necesidades comunicativas de la labor bursátil, ya que la analogía contribuye a instituir, asentar o ilustrar los razonamientos, a la vez que favorece de manera especial la economía del discurso. El mecanismo que hace de la metáfora un instrumento tan económico cognitivo y verbalmente hablando es que parte del contenido semántico está recogido en la evocación gráfica que lleva implícita la palabra.

Un ejemplo claro de esto lo encontramos en el vocablo *picotear* que, aplicado a la labor bursátil, indica la compra de un paquete o grupo significativo de acciones repetidas veces, a diferentes precios y en pequeñas cantidades. Esta metáfora, sacada del comportamiento animal, resulta muy rentable para las necesidades comunicativas del corredor, ya que con una sola palabra y sobre todo gracias a la imagen conocida que evoca en la mente de su interlocutor, consigue agilizar notablemente la transmisión de la información.

Te deajo/ tengo que seguir **picoteando**

Otro ejemplo muy claro de la rentabilidad de la evocación gráfica es el término *burbuja* que designa una subida artificial de todos los mercados financieros o de un sector en concreto, que puede y suele desembocar en una caída brusca y generalizada. La semejanza se sustenta claramente en la imagen: una pompa de jabón que puede reventar al más mínimo contacto. Gracias a esta capacidad “gráfica” del vocablo, la comprensión y la economía verbal están aseguradas. Así, la metáfora amplía los contenidos de los términos que pone en relación y agrega nuevos valores significativos que crean imágenes, connotaciones y hasta sensaciones nuevas. Todo ello con escaso esfuerzo tanto de codificación como de comprensión.

El corredor suele recurrir a diferentes tipos de metáforas según la realidad que le sirve de referente. Así, encontramos casos de las llamadas metáforas “animalizadoras”, comunes en el habla de la Bolsa, sobre todo para destacar las características morales de sus actantes o la naturaleza de fenómenos o productos típicamente bursátiles: *tiburón* designa al inversor que suele actuar con hostilidad y violencia con el fin de hacerse con el control de una empresa; *chicharro*³ se emplea en la designación de compañías de baja cotización y de carácter especulativo, mientras que *toro* nombra tanto al mercado alcista, como al inversor que apuesta por la subida del mercado o de algún valor. Este vocablo, de origen inglés (*bull market*), tiene poco éxito en el habla de los corredores españoles, que prefieren hablar de *mercado alcista*, ya que *toro* no encuentra con facilidad entre nuestros corredores la analogía debida entre un mercado que ve subir sus precios y el comportamiento del animal. Otras metáforas convierten al ser humano en actante principal o sujeto de una acción llevada a cabo habitualmente por un animal: este es el caso ya descrito de *picotear*.

Un recurso metafórico clave para la comprensión y la comunicación de los contenidos propios de la labor bursátil es aquel que permite visualizar y entender una cosa abstracta, no física, como una entidad o sustancia. Esta estrategia permite al corredor tratar los conceptos como objetos con el fin de poder hablar de ellos, cuantificarlos, identificar sus peculiaridades..., en definitiva, razonar sobre ellos. Lakoff y Johnson señalan como:

³ Voz onomatopéyica que designa al residuo de pella o de manteca derretida.

[...] nuestras experiencias con objetos físicos (especialmente nuestros propios cuerpos) proporcionan la base para una variedad extraordinariamente amplia de metáforas ontológicas, es decir, formas de considerar acontecimientos, actividades, emociones, ideas, etc., como entidades y sustancias. (1991: 64)

De las metáforas ontológicas, la más usada en todos los campos es *la personificación*, ya que nos permite comprender un gran número de experiencias con entidades inanimadas o conceptos abstractos en términos de motivaciones y características humanas. Este recurso es especialmente útil en el lenguaje de la Bolsa, donde predominan las nociones abstractas (cifras, índices, gráficos, cotizaciones, etc.), facilitando así su comprensión sobre la base de nuestras propias vivencias. En el lenguaje bursátil se personalizan todo tipo de nociones técnicas: las cotizaciones, el mercado, los productos financieros, los datos económicos, etc.

Estás como mejor oferta/ está doce a dieciocho/ le han dado al doce/ **no le dejan respirar** ¿eh?

ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

ESTEBAN: Nada macho/ me están pagando/ el seis cinco, ahora mismo

ANSELMO: ¡Joder!

ESTEBAN: Es que le está pegando **una leche de cojones**

(A-8)

El propio mercado es quizá el concepto que más se siente y se concibe como un ente vivo que experimenta las mismas experiencia y sufre los mismos cambios, hasta de estado de ánimo, que el propio hablante. Es más, existe una gran identificación entre el estado del mercado y la psicología de los que operan en él. Por eso no es raro encontrar múltiples adjetivos propios del ser humano (personificación, prosopopeya) que se aplican cotidianamente al mercado: *flojo, depresivo, ciego*⁴, *animado, tranquilo, agitado*, etc.:

ALBERTO: ¡Ah joder!/ vale <vale> vale/ pero pero no me cuelgues/ **cuelga si quieres al mercado**

RAFA: Mira/ efectivamente/ ayer en Nueva York lo que pasó/ eh fue lo siguiente/ **el mercado se tranquilizó mucho**

Bueno/ hombre eh/ **el mercado** pues ayer **fue a buscar**/ niveles de soporte / y estamos ahí, en niveles de soporte / yo creo que

Pero todos tienen un miedo macho/ en cuanto le apunta un poco la deuda / bah / les atizan/ y aquí no entiendo como no **le están pegando ya al mercado**, macho

Las acciones, los índices y las divisas padecen, sienten y actúan como el hablante:

⁴ Mercado en el que los participantes desconocen la identidad de su contrapartida en el momento de la contratación.

[...] eh creemos que ha subido mucho/ el tema de Aguas <claro/ claro>/ el tema de Aguas es que mnnn/ como **entra y sale** del Íbex cada seis meses <ya>/ ¿eh?/ **se mueve** por eso

Es que ayer/ fíjate/ con la bolsa a tope/ **Vallehermoso estaba presionando de narices**.

ALVARO: ¡Hola buenos días!/ soy Alberto/ ¿cómo sigue el futuro?

ALBERTO: Sí/ ¡hola!/ ¿qué tal?/ buenos días, Alberto/ pues mira, está ahora mismoo/ RREPITIENDO el nivel de ayer ¿eh?/ **no se menea mucho**/ ha empezao, bajando/ vamos el futuro empezó subiendo/ después cayó/ hasta nivel dos ochocientos cincuenta

(C-1)

[...] pero es que no se ha movido nada/ **la pela** está un poquito peor pero

JUAN: Sí pero el tema, marcooo/ mn/ ahora, **está mejor** que en el primer semestre/ entonces yo creo que ahora/ puede ser oportunidad deeee/ tomar algo

A: Sí/ pero si baja

(C-4)

JUAN: Claro/ claro/ no es que va a bajar un diez por ciento <a a a>/ **le van a meter un viaje que se va a quedar en**/ mmm/ bien

Mira el **IPC** yo creo que lo van a intentar **sacar decente**

PACO: Bueno/ vamos a ver/ en princiooo/ pues (()) parece que estooo/ el bono español viene bajando un pelín/ aunque los bonos de fueraaa están algo mejor/ **el bono USA**⁵ sí que **tiró** ayer/ para arriba/ fuertee

(C-5)

Otro tipo de metáforas son aquellas que ya están lexicalizadas en el lenguaje estándar, es decir, que ya tienen un sentido fijo en la lengua cotidiana. Se trata de términos que no son vistos como metafóricos en la lengua hablada y que el hablante de la Bolsa adapta al entorno bursátil. Este es el caso de *colgado* ('estar'), *cantar* (por 'decir'), *aparcar* o *calentar* (por 'provocar intencionadamente'):

Anselmo: Cinco

Jesús: Eso no me lo **cantes**/ que es muy malo

Anselmo: ¡Vengaaa!

Otras, por el contrario, adaptan nociones literales de verbos habituales en el lenguaje estándar y al equipararlas o al utilizarlas para expresar fenómenos bursátiles, crean una discrepancia entre lo que se dice y lo que se quiere decir, poniendo en marcha la riqueza significativa propia de los enunciados figurados. Este es el caso de verbos como *barrer* o *maquillar* que, a pesar de que tienen en el lenguaje cotidiano escaso uso metafórico, son muy rentables y relevantes en el lenguaje que nos ocupa. "Maquillar" indica la acción de

⁵ El *Long bond*: bono a 30 años.

subir, bajar o mantener artificialmente un valor. El precio de la cotización se “maquilla” cuando la propia sociedad interviene sobre los precios y no el mercado. Como puede verse, la relación entre lo dicho y lo que se desea decir, no es tan obvia como en el caso de “un contrato o una negociación leonina”. Digamos que el término “maquillar” es más críptico, ya que depende en mayor medida del contexto. Aquí se pone de manifiesto la inestabilidad de los efectos de la metáfora y la necesidad, como en cualquier otro enunciado, de una interpretación contextualizada.

Hay otro tipo de recurso metafórico que no entiende o expresa un concepto en términos de otro, sino que estructura un sistema global de significaciones en relación a otros. Es lo que Lakoff y Johnson llaman “metáforas orientacionales”:

Las metáforas orientacionales dan a un concepto una orientación espacial: por ejemplo: FELIZ ES ARRIBA. El hecho de que el concepto FELIZ ESTÁ ORIENTADO ARRIBA lleva a expresiones como “hoy me siento alto”. (1991: 50)

En la Bolsa, las coordenadas espaciales son sumamente importantes, ya que el hablante debe orientar correctamente a su interlocutor, con el fin de guiarle por el espacio virtual llamado mercado continuo. Está claro que las connotaciones espaciales guardan referencia semántica con las nociones explicadas por Lakoff y Johnson: arriba (*alza*) es sinónimo de ganancia = feliz; abajo (*baja*) es sinónimo de pérdida = infeliz. *Más* es arriba, *menos* es abajo. *Dentro* (estar) es positivo, *fuera* (estar) es negativo, *largo* (estar) = sinónimo de capacidad de maniobra, *corto* (estar) = es sinónimo de falta de recursos.

JESÚS: ¡Oye, Nacho! <espérate>/ quítale un momentito a ver, si parece que está cayendo/ quítale un momentito <un segundito>
 NACHO: ¿Cristina?/ ¡fuera de eso/ fuera de eso!
 CRISTINA: ¡Fuera del doce un cuarto!
 JESÚS: ¡Que mira cómo va!

(A-5)

JESÚS: No hombre, debe estar pasando algo/ **ya me voy a quedar fuera**/ yo te llamo cuando decida/ ¿vale?

[...]el bono español viene bajando un pelín/ aunque los bonos de fueraaa están algo mejor/ **el bono USA** sí que tiró ayer/ **para arriba/ fuerteee**

Ridículo/ a mí/ fíjateee/ esto puede tardar en ponerseee/ **boca abajo** diez minutos

RAFA: Claro es que mira/ en cuanto baja el Bund/ el Bund estaba a/ noventa y cuatro cincuenta/ está a cincuenta y cinco/ pues ya está liada/ y fíjate (()) mucho trabajo/ el futuro hecho mixtos/ si aquí duran las alegrías un cuarto de hora, macho/ míralo/ ¡hala, en picada!/ el Íbex

(D-16)

Estas orientaciones básicas, y vitales para que los corredores se muevan por la pantalla, no son arbitrarias, se sustentan en nuestra experiencia física y cultural. Nociones técnicas como *estar puesto*, *vender al alza*, *bajista*, *suelo*, *techo*, *resistencia*, *soporte*, etc., tienen su fundamento en el movimiento de nuestros cuerpos por un medio físico concreto. Asimismo, las cotizaciones, las demandas o las ofertas se mueven por el universo de la pantalla como lo hace el hombre –con las mismas referencias espaciales– por el mundo real.

Hay un campo semántico que le sirve de fuente al lenguaje bursátil y del cual el hablante ha obtenido una alta rentabilidad por razones culturales obvias; nos referimos al medio taurino:

Asturianas a mí el que me diga que está ajustada de precio/ es un **torero**/ es un **torero**

JUAN: Sí sí sí /no lo vimos no, qué coño/ (RISAS) lo viste/ lo viste, como **un torero**/ (TOS) muy bien, Carlos

[...] nosotros estamos igual/ macho/ no tenemos nada/ ni papel ni dinero/ **estamos mirando desde la barrera**

Como puede verse en los ejemplos y entenderse bastante claramente, ya que el valor semántico que sirve de término de comparación (“valentía del torero”) es de conocimiento general, al corredor que entra en posiciones arriesgadas, de carácter especulativo, se le llama *torero*; cuando un corredor “mira los toros desde la barrera” es que no tiene posibilidades de entrar en una negociación, ya sea por falta de liquidez, por no tener títulos del valor que se negocia o porque la situación del mercado no es la más favorable a sus intereses.

En general, el hablante de la Bolsa rebusca en su entorno más próximo (la fiesta nacional, el mundo animal, el juego de mus, la guerra, el lenguaje general o su propio cuerpo

y experiencias) aquellas referencias que le permitirán explicar conceptos y fenómenos abstractos en términos de otros más conocidos y cotidianos.

Por último, la *metonimia* es otro de los recursos de habilitación semántica muy rentable para el hablante bursátil, gracias a su tendencia a la síntesis, aspecto que, sin embargo, no limita en nada su riqueza semántica. Cuando en la Bolsa se habla de “manos”, nos estamos refiriendo a los inversores que están presentes y participan en la contratación. Cuando se especifica que son “manos fuertes” debemos entender que tras esos inversores se esconden grupos importantes, hecho que dificulta las expectativas del pequeño inversor. Esta expresión tan usada es un préstamo que debe el hablante del mercado continuo a la antigua actividad realizada en los corros. En “el parque”, la parte del cuerpo (el todo) más importante eran las manos de los inversores, que agitaban o intercambiaban las boletas que registraban sus operaciones.

La metonimia tiene una función referencial muy útil, pero contribuye a su vez a la comprensión. La parte del todo que seleccionamos en la sinécdoque, por ejemplo, determina qué aspectos del conjunto nos interesa destacar. Cuando los inversores se refieren a la “mesa de Argentaría” les interesa subrayar el departamento donde se realizan las operaciones bursátiles en dicho Banco. A su vez, sobre la “mesa de contratación” se encuentra todo el equipo técnico (ordenadores, pantallas, micrófonos, calculadoras, boletas, etc.), y en torno a ella se sienta todo el equipo humano que hace posible la realización de la actividad bursátil de la agencia o banco.

Caso curioso es el término “parqué”, que designa al solado del espacio físico (doble metonimia) donde se realiza la contratación a viva voz. Este término no tiene competidores, aunque a veces se habla de los “corros” en el mismo sentido:

CARLOS: Después también te[ngo] para corros <ajá>

ANA: Las de corros, no sé con quién ha hablado Alejandro

CARLOS: Ah/ ¿está en el parqué Alejandro?

ANA: Sí/ pero os ha llamado a o/ [a primera hora de la mañana
 CARLOS: [Sí, me ha llamado a mí/ pero es que no sabía si me llamaba,
 desde/ el parque, o desde/ ahí/ porque he llamado al parque <¡ah!>/ venga
 ANA: Estás en el parque/ porque se han ido/ bueno a lo mejor, tienes que esperar cinco diez (SE
 CORTA LA CONVERSACIÓN) minutos/ ha venido yaaa/ Alicia <ajá>/que es la que lleva el parque
 <ajá>/peroo/ per/ ¿ha hablado contigo por la mañana? <no>/ ¿no? (A-13)

Es muy frecuente que se le dé al objeto el nombre de su lugar de origen o localización; para referirse a la Bolsa de Nueva York o Londres se habla de Wall Street o la City. También es frecuente hablar de “los chicos de Londres” o “de la bajada de Nueva York”. Si quieren referirse al franco francés no es de extrañar oír que “ha bajado el París”.

Sube **París/ Frankfurt** va a terminar subiendo/ **Londres** no/ **Londres** todavía bajando.

RAFA: Mira/ efectivamente/ ayer en **Nueva York** lo que pasó/ eh fue lo siguiente/ el mercado se tranquilizó mucho/ el bono de treinta años bajó de un quince/ ayer se había llegado a poner de un siete coma cuarenta hasta siete coma treinta/ eh y el mercado bursátil que el día anterior/ el de **Wall Street** que los tipos estaban ya más tranquilos y se acabó un poquito el pánico de inversor pequeño que había y entró una avalancha de compras importante.

(D-19)

Tomar el continente por el contenido es un tipo de metonimia muy usada en la Bolsa: cuando se habla de *la cartera* se refieren a las acciones o títulos que posee un particular o una institución. Esta palabra –cuyo equivalente en Latinoamérica es *portafolio*– nos recuerda al antiguo requisito que obligaba al inversor a conservar en papel cada una de las acciones compradas, cosa ya en desuso:

NACHO: ¿Telefónica?
 JAVIER: Telefónica/ pues hay que esperar a la colocación <ajá>/¿eh?/ yo ahora no lo tocaría
 hay que esperar a la colocación/ pua/ para tener ahí/ hueco/ y poder, meter en las carteras
 NACHO: ¿Pero mantener en las carteras?/ las que haya, ¿no?

(C-2)

El paquete es uno de los envoltorios más usados en la Bolsa y suele llenarse con el número de acciones que en cada caso corresponda; el *barandillero* es aquel inversor que opera en el parque de los mercados a viva voz y se sitúa detrás de la barandilla, en torno al agente del mercado. Otra metonimia muy rentable y utilizada con frecuencia es aquella que reduce una empresa o sector al producto que vende o comercializa:

B: **Aguas**/ ¿qué tal macho?/ me interesa mucho por el tema de Adeslas/ ¿qué tal han sido los resultados?

Este recurso facilita y simplifica el acto de nombrar, sobre todo porque estamos hablando de empresas u otros productos financieros cuyos nombres suelen ser largos y complicados de emitir y memorizar. Este es el caso, sobre todo, de las compañías agrupadas por sectores: alimentos, petróleos, construcciones, tabacos, eléctricas, o teléfonos (Telefónica). Es interesante destacar que en el caso de “teléfonos” o “tubos” las motivaciones de los hablantes en la selección léxica no es solo descriptiva, también es de carácter expresivo:

JUAN: No/ Dragados también habría que/ que valorarlo como *holding*/ ahora, como *holding*/ autopistas, por una parte/ eehh/ negocio constructor, por otra parte/ yyy/ eehh/ saneamientos y todo eso, por otra parte <ya>/ porque es que es así <ya ya>/ es que no son constructoras puras estiloo/ una cementera/ o unnn la FAS/ o algo así/ no es un estilo Cubiertas

(C-4)

La neología, entendida como la creación de una palabra nueva, es un recurso infrecuente en la jerga bursátil. Un ejemplo es el del término *fidelizar*⁶, que ha pasado recientemente al vocabulario general gracias, sobre todo, a su uso en los medios de comunicación, y que explicaremos con más detalle en la formación de palabras.

En definitiva, el comportamiento general del término en la comunicación bursátil consiste en equiparar el vocablo especializado a la palabra común. Para ello toma de la lengua estándar y de otras variedades argóticas o jergales, que tienen en el registro coloquial su medio habitual, aquellos términos que se adaptan semánticamente a sus necesidades designativas. Así, en la Bolsa no encontramos la tendencia habitual en la terminologización especializada de crear vocablos para el uso exclusivo de una disciplina científica o de una actividad técnica, fuera de la cual carecen de sentido, sino que sería más correcto hablar de “uso especializado”.

Al hablante de la Bolsa no le interesa crear una terminología inaccesible ni en su forma y ni en su contenido, por ejemplo, de carácter culto (raíces o afijos griegos y latinos), más bien busca simplificar la designación de un mundo ya de por sí suficientemente

⁶ Derivado del adjetivo latino *fidelis* –acusativo *fidelem*– más el sufijo verbal *-izar*, frecuente para verbos factitivos (causativos): ‘hacer fiel[es]’.

críptico, acercando el lenguaje conocido y general a las especiales necesidades tanto designativas como expresivas de su labor. Un ejemplo de esto es la incorporación de seudónimos de carácter lúdico, como es el caso de *guipuchis* con el que se designa a los trabajadores del Banco Guipuzcoano. Creemos que su uso responde más bien a un juego verbal, ya que el vocablo no es más sintético, más fácil de pronunciar, ni añade matices significativos a los ya existentes, sencillamente surgió de la necesidad expresiva puntual de alguno de los hablantes de la Bolsa, luego se extendió y ha permanecido. Así, recursos habituales en el lenguaje estándar como la metáfora, la metonimia, el préstamo interno o el acercamiento analógico son los preferidos por los corredores.

3. LA HABILITACIÓN FORMAL

Junto a la habilitación semántica, encontramos otro procedimiento en el que el término habilitado y fijado como técnico se transforma morfológicamente (con cambio gramatical o no) para designar otros conceptos o realidades cercanas. Por eso no es de extrañar que las piezas que utiliza el hablante en la formación de términos técnicos nuevos tenga como origen el lenguaje estándar. Junto a éstos encontramos, aunque en menor medida, extranjerismos a los que se aplican los procedimientos de formación de palabras (composición, derivación, acortamientos, etc.), adaptándose así a los cambios gramaticales propios de la lengua castellana.

Una vez establecido el origen de las piezas léxicas usadas en la habilitación formal, nos ocuparemos de los procedimientos de formación de palabras, que son, básicamente, de dos tipos: los sumatorios, que consisten en la unión de elementos; y los reductores, en los que las piezas que se unen han sido previamente acortadas. Dichas pérdidas son, a diferencia de los sumatorios, anteriores a la unión y no son producto de la necesidad misma del ensamblaje, sino de un deseo designativo y hasta expresivo.

Emplearemos el término de Gutiérrez Rodilla “construcción”⁷ para designar los procedimientos tradicionales de formación de palabras: composición y derivación:

⁷ GUTIERREZ RODILLA, B. (1998): La ciencia empieza en la palabra, Análisis e historia del lenguaje científico, Barcelona, Península. Pág. 120.

En ambos casos se produce la unión íntima de los elementos que se ensamblan y clásicamente se ha considerado que, mientras en la derivación uno de los elementos que se conjuga no puede funcionar de forma aislada, sino que necesita apoyarse en otro, en la composición los elementos que se unen pueden funcionar de manera autónoma. (1998: 120)

En el lenguaje bursátil, las piezas que se emplean en la derivación y en la composición proceden también del lenguaje estándar y no, como en gran parte del lenguaje técnico-científico, de las lenguas clásicas griegas y latinas.

Si bien *la prefijación* es uno de los procedimientos más fecundos y económicos puestos al servicio de la creación de nuevos términos, en la Bolsa tiene escaso éxito. La mayoría de los vocablos producto de la prefijación ya existen en la lengua estándar y han pasado al léxico bursátil por el procedimiento de la habilitación semántica: ejemplo de ello son los términos como *reinvertir*, *recomprar*, *descargar*, *inoperante*, etc. Sin embargo, existen ejemplos en los que el término producto de la prefijación ha tenido su origen en la Bolsa y restringe su uso exclusivamente a dicho medio: este es el caso de la llamada formación de palabras con prefijos que en ocasiones coinciden con las preposiciones y que tradicionalmente han formado parte de la composición:

El prefijo vulgar se antepone a la palabra de base, y puede tener, o no, existencia independiente como preposición, lo que le confiere la cualidad de separable o de inseparable: es separable la *a-* de *apolítico* (coincide con la preposición *a*) pero no lo es el *re-* de *reencuentro*. (Alvar Ezquerro, 1996: 39)

Patrón que seguirían términos netamente bursátiles como *contrapartida* (preposición + sustantivo), *contravalor* (preposición + sustantivo), *sobrecomprar* o *sobrevender* (preposición + verbo). Otros como *intradía*, *preapertura* o *autocartera* están constituidos con prefijos que no son exclusivos de una categoría gramatical. La prefijación permite al hablante matizar o modificar el contenido de las diferentes raíces, con un coste verbal y expresivo mínimo.

La sufijación, por su parte, también recurre a los sufijos habituales del lenguaje común, permitiendo, por un lado, el cambio de categoría gramatical de la base léxica a la que se incorporan; por otro, la aportación de sutiles matices conceptuales y expresivos que añaden al lenguaje nuevos valores ilocutivos o pragmáticos. Estos últimos son los llamados sufijos apreciativos (valorativos), ya que no alteran la categoría gramatical originaria, sino

que matizan el significado original de la base léxica. Este es el caso de los diminutivos, que no son raros en la Bolsa:

[...] yo creo que le va a costar un año más/ yo ahí en Viscofán, yo creo pueden venir papel ¿eh?/ y en principio pues **poquillo** más

[...] o sea que prácticamente pues está todo bastante **ajustadillo** ¿no?

[...] pues, hombre/ me lo creo en tanto en cuanto el Bund siga animado/ y el el treinta años también parece queee/ que estaba cayendo un **poquitín** ¿no?

JESÚS: ¡Oye, Nacho! <espérate>/ quítale un **momentito** a ver, si parece que está cayendo/ quítale un **momentí** <un **segundito**>

Los sufijos *-ito* e *-illo* poseen fuera de contexto un significado básico de reducción, ya sea del tamaño o de la cualidad. A nivel de la enunciación, es decir, de la producción del mensaje, los diminutivos suelen aportar al término original connotaciones afectivas que pueden ir referidas tanto al objeto de conversación como al destinatario. Claro que esta explicación se adapta más al carácter informal de la conversación cotidiana que al intercambio formal y especializado entre corredores de Bolsa. Si bien el uso tan habitual y reiterado de los diminutivos en el medio bursátil –intercambio mayoritariamente masculino– contradice la tendencia generalizada, en la cual rara vez encontramos ejemplos del uso de diminutivos en el habla masculina.

En lo que respecta al funcionamiento discursivo, los diminutivos suelen estar al servicio de distintas estrategias de naturaleza argumental y conversacional como la atenuación, la cortesía o hasta la modestia. En la Bolsa es frecuente su connotación atenuadora:

[...] pueees/ sería un poco más preocupante <sí>/ aunque con todo hoy (tos)/ es un día muy **rarito** porque/ es viernes y principio de mes/ eel/ primero de cada mes,

[...] Aguas está con la movida esta de/ como cada seis meses sale del Íbex <ju>/ y vuelve a entrar a los/ pues se te va entre las dos mil ochocientas y las tres mil cuatrocientas/ yo creo que es que estáaa, **carillo** ya/ Aguas

LUIS: Oye eh/ me/ estoy/ poniéndome un **poquito** al día yyy/ mantenme un poco informado deee/ de como vaya todo, vale

En el uso frecuente de los diminutivos también podemos ver una manifestación de camaradería y cierta complicidad. Esta opinión se apoya en la constatación de que cuanto mayor es el contacto diario de dos corredores y mayor es su empatía, la presencia de diminutivos en sus discursos aumenta.

Con respecto a los sufijos que generan el cambio de categoría gramatical de la base léxica a la que se incorporan, hemos registrado algunos ejemplos en los que sufijos habituales en el lenguaje general para la creación verbal generan neologismos como *fidelizar*. Este tipo de sufijación verbalizadora no sólo produce el cambio gramatical, sino que además se añaden significados nuevos. Si bien este neologismo ha pasado del terreno especializado al de la lengua común, sobre todo por su reciente uso en los medios de comunicación, su creación ha tenido lugar en el entorno financiero. Fidelizar es uno de los objetivos principales del *sale*, corredor encargado de hacer que el cliente compre y venda acciones a través de su agencia de valores. El término “fidelizar”, para un *broker*, significa ante todo convertirse en un ser indispensable para su cliente. Es decir, que su cliente le sea fiel y recurra solamente a su orientación y ayuda para todo lo que se refiera a sus inversiones bursátiles. En resumen, ‘hacerse necesario’.

Otro caso de sufijación verbal que propicia la creación de un término nuevo lo encontramos en el reflexivo “envainarse”. A partir del verbo de primera conjugación “envainar”, presente en la lengua estándar y que significa “meter una cosa en su vaina”, el hablante bursátil ha creado un reflexivo que matiza bastante el significado original del lexema de origen: guardarse una opinión, una predicción o un rumor para uno mismo.

Pues como el dato de Nueva York salga bien/ **te envainas** la opinión

En general suele aplicarse en situaciones en las que el corredor ha fallado en sus predicciones, ocurriendo lo contrario de lo que había previsto. En este caso, serviría como sinónimo del uso metafórico que se hace en el habla coloquial del verbo “comer” o “tragar”: por ejemplo, “te comes/ te tragas esa opinión”.

Otros casos interesantes de sufijación utilizan como base léxica una palabra inglesa que es tratada como lexema castellano, aplicándoles los mismos procesos de formación de palabras. Este es el caso del término *charts* (diagramas de flujo o gráficos), del que se derivan los términos *chartista* (análisis chartista) y *chartismo*. Otros ejemplos quizá más creativos por su carácter informal y lúdico son los derivados de los términos *PER* (Price Earning Ratio) y *PIP* (equivale a un punto básico) que encontramos en *peres*, *pipines* o *pipos* o:

No/ no/ no porque mnn/ los *holding* cotizann/ generalmente con **peres**/ es más altos

JUAN: Pero baja ya el bono español, ¿no?

CARLOS: Está bajando, un **pijo**

Un sufijo como *-ero*, que en la lengua estándar, entre otras funciones, sirve para formar adjetivos, en la Bolsa realiza la misma labor a la vez que genera términos de creación exclusivamente bursátil como *barandillero*, inversor que realiza su labor detrás de la barandilla del parque.

En cuanto a los aumentativos (lexicalizados ya en el habla cotidiana), son menos frecuentes que los diminutivos y, como estos, poseen valores afectivos, generalmente no de carácter despectivo, sino más bien para expresar golpe o acción brusca:

De todas maneras/ macho/ estos **bandazos** no los puedo entender.

JAVIER: ¿Y túuu nos podrías dar un **telefonazo**? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes y estar al tanto de estos temas <sí sí>

[...] ya ves como empezó/ veinte puntos arriba pero luego se pegó un, **batacazo** importante/ hombre

El procedimiento de formación de palabras menos usado por los hablantes bursátiles, al igual que ocurre en la lengua coloquial, es sin duda *la composición*:

Mediante la conjunción de dos elementos –en principio capaces de funcionar de forma individual– se consigue la formación de términos nuevos que, desde el punto de vista ortográfico se escriben en una misma unidad, es decir, sin guión (*cerebrobulbar*) y los que lo hacen con un guión interior (*antero-posterior*). (Gutiérrez, 1998: 130)

En el lenguaje bursátil, la unión de dos elementos, siempre del lenguaje estándar –sustantivos, adjetivos, verbos–, no es frecuente. Si bien es muy utilizada en los lenguajes científicos, en la Bolsa resulta menos productivo que otros procedimientos. Un ejemplo de composición es el término *fondtesoro*, en el que la primera palabra sufre una reducción por necesidades del acoplamiento; otro ejemplo es la muy utilizada *compraventa*.

Más frecuente y productivo es la *complejificación*⁸ término que designa, en general, la creación de lexías complejas, los procesos de “sintagmación” o la fusión sintáctica de palabras. En el caso concreto que nos ocupa, la fuente donde se obtienen los términos que se ponen en relación sigue siendo el lenguaje común. Es interesante destacar que este es uno de los procedimientos más utilizados en el léxico bursátil en lengua inglesa (*bear market, insider trading, front office*), cosa que ha podido influir en la variedad española.

La complejificación puede llevarse a cabo a través de dos mecanismos: yuxtaposición y coordinación. En la coordinación los términos están conectados, normalmente, por una preposición. Los compuestos por yuxtaposición designan un solo objeto, lo que revela que se ha producido la lexicalización del conjunto. De los dos elementos que se unen el primero es generalmente de carácter nominal, pero hay casos como “tomar fuerte”, que es de carácter verbal. El primer término es la denominación, término núcleo, y el segundo actúa como especificador del primero. En el carácter especificativo del segundo término es donde radica la productividad de este proceso para el hablante de la Bolsa, sobre todo a la hora de la formación de nombres:

[...] pero la verdad es que, nosotros lo que pensamos es que ahí deberíaaa/ repuntar un poco <sí>/ ¿eh?/ aunque sea un **rebote técnico** [adj.]

[...] el bono español [adj.] viene bajando un pelín/ aunque los bonos de fueraaa están algo mejor/ el bono USA [función adj.] sí que tiró ayer/ para arriba/ fuerteee

Si hubiera una reacción gorda / si ves que **toman fuerte** [adj. adverbializado] o algo.

La especificación de los diferentes tipos de “bonos” (*español, yanki, samurai, USA o basura*), pone de manifiesto la utilidad de este tipo de composiciones. Otros casos en los que el segundo término consigue la diferenciación y evita los malentendidos son: *brokers ciegos, mercado ciego, accionista minoritario/mayoritario, caballero negro/blanco, resultados extraordinarios, boca abajo/ arriba, etc.*

Es frecuente en el habla diaria bursátil que los corredores elidan el primer término y se queden con el especificador, confiando en que el conocimiento compartido salvaguarde la comprensión:

⁸ GUTIERREZ RODILLA, B. (1998): La ciencia empieza en la palabra, Análisis e historia del lenguaje científico, Barcelona, Península. Pág. 120.

[...] el BAI les cae un cuatro por ciento/ principalmente por los [resultados] **los extraordinarios** de Idruña que tenían el año pasado

NACHO: Ahora se queda/ por el [mercado] **ciego** <ajá>/ se queda ahora mismo/ siete tres a ochenta/ en el ciego// espérate que lo están dando, tío// espérate// un segundito

La composición (sinapsia)⁹ es altamente productiva para la terminología técnica, ya que permite la especificación detallada del significado. La unión es de naturaleza sintáctica y no morfológica, unión que se hace habitualmente con *de*:

JAVIER: Bueno/ hombre eh/ el mercado/ pues/ ayer fue a buscaaar/ **niveles de soporte**/ y estamos ahí en **niveles de soporte**/ yo creo que

[...]entonces nos hemos ido a buscar **los niveles de re[sistencia]**

Si bien estas formaciones parecen uniones casuales o puntuales, quizá por su apariencia de enunciado libre y sus vocablos provenientes del habla general, debe quedar claro que designan en bloque a un solo objeto, lo que confirma la lexicalización del conjunto.

En general, estas formaciones complejas buscan la especificación del significado, la diferenciación de otros conceptos semejantes o relacionados y la síntesis que le permite al hablante resumir en pocas palabras procesos o productos que de otra manera requerirían un mayor esfuerzo verbal para su correcta expresión y comprensión: *ampliación de capital, delito de información privilegiada, efecto de apalancamiento, venta en descubierto, cazador de gangas, indicadores de mercado, etc.*

Bajo el término de *reducción* se agrupa *el acortamiento y la unión de las piezas léxicas resultantes*. Este procedimiento se aplica a vocablos ya constituidos y fijados, por razones de ahorro verbal, comodidad y, en ocasiones, por expresividad. En la Bolsa los acortamientos de vocablos técnicos son poco frecuentes, a excepción de la siglación.

Quizá de todos los procedimientos de reducción, el más utilizado y generalizado en la Bolsa es la *siglación*. La sigla es un tipo de representación gráfica producto de la transcripción de la mayúscula inicial de las palabras con significado (se excluyen por tanto con-

⁹ Alvar Ezquerro, 1996: 22

junciones, preposiciones y artículos). Tal y como funciona en español, la sigla se diferencia de la abreviatura en que se refiere a varias palabras y nunca a una sola, procede de nombre propio y equivale a nombre propio y, desde el punto de vista gráfico, las iniciales que la componen no llevan punto ni espacios intermedios y no admiten plural morfológicos lo que no quiere decir que no se usen en plural, obviamente.

En la Bolsa, el uso extraordinario que se hace de la sigla responde a evidentes razones de tipo práctico. La sigla FIAMM, muy usada en las operaciones financieras y que resume “Fondos de Inversión en Activos del Mercado Monetario”, ahorra tiempo de enunciación. Índices bursátiles, productos financieros (futuros y derivados en general), fondos de inversión, nombres de empresas y algún tipo de operaciones (OPA¹⁰, por ejemplo) encuentran en la siglación una forma sencilla de nominación que se adapta a las necesidades de rapidez enunciativa de la labor bursátil. Muchas de las denominaciones inglesas se han reducido a siglas, lo que facilita no sólo su pronunciación, sino su memorización. Muchos de los mercados financieros mundiales tienen, dentro de la operatividad de los mercados, una sigla que los identifica y con la cual están familiarizados solo los corredores.

La evolución de una sigla en la Bolsa es, como en el lenguaje estándar, diferente en cada caso. Mientras la mayoría permanece inalterable toda la vida, es decir, se comportan siempre como sustitutos de algo, otras consiguen adquirir la categoría de términos de significado pleno y varían su representación escrita, pasando a escribirse sin mayúsculas y siendo sensibles a diferentes cambios como la formación de compuestos y derivados. Este es el caso de la sigla OPA, que, convertida ya en siglónimo (nombre común), se escribe normalmente en minúsculas y sirve como término base para la formación de solidaridades léxicas como “opa hostil” o derivados:

Iberdrola no tardará mucho en ser **opada**

Otra sigla que va camino de ser convertida en siglónimo de hecho alterna ya la forma mayúscula con la minúscula (Ibex) es el IBEX35¹¹ (Índice de la Bolsa Española):

¹⁰ OPA: Oferta Pública de Adquisición. *Opar*: acción de lanzar una oferta pública de adquisición. *Opada*: compañía adquirida a través de la OPA.

¹¹ Alterna la mayúscula total con la mayúscula inicial porque es sigloide –o sigla– que puede ser leído como palabra de cuatro letras o más. El hecho de que sea una convención gráfica aceptada, no quita para que se esté empleando ya como siglónimo (nombre común).

[...] y entonces creemos que ha subido ya mucho/ aunque sigue estando en el **Íbex**/ que es el problema/ ¿no? <aja>

Otros casos son aquellos en los que la sigla no es producto del nombre de un objeto, producto financiero o el nombre de una empresa, sino de un enunciado conceptual o noción técnica. Este es el caso de BAI que significa “Beneficios Antes de Impuestos”, término complejo que ni siquiera debería escribirse con mayúsculas, ya que, como dijimos antes, no corresponde a ningún nombre propio. Este tipo de siglas están más cerca de los *siglónimos* pero, a diferencia de estos, se escriben con mayúsculas.

Siglas de uso frecuente en la Bolsa son las siguientes: ADR (*American Depositary Receipt*), FIAMM (*Fondos de Inversión en Activos del Mercado Monetario*), MIBOR (*Madrid InterBank Offered Rate*), NYSE (*New York Stock Exchange*), PER (*Price Earning Ratio*), SIM (*Sociedad de Inversión Mobiliaria*), PIBOR (*París InterBank Offered Rate*), NYFE (*New York Futures Exchange*), LIBOR (*London InterBank Offered Rate*), CATS (*Computer Assisted Trading System*), MEFF (*Mercado Español de Futuros Financieros*), etc.

El *acrónimo* es otro de los recursos de abreviación utilizados en la Bolsa, aunque con menos frecuencia que la sigla. Se forma por la unión de dos o más voces acortadas (generalmente en su parte inicial o final). Como palabras ordinarias deben escribirse en minúsculas si son nombres comunes y si son nombres propios con mayúscula inicial. Este es el caso del *Buba* (*Bundesbank*) que sirve de seudónimo al Banco Central Alemán, o de *Cebes* (*Certificados del Banco de España*). Un ejemplo, relacionado con los siglónimos, en cuanto que no apunta a un nombre sino a un concepto, es el acrónimo *Alpes* que equivale a “activos líquidos en manos del público”.

Los acortamientos, como mencionamos atrás, son poco frecuentes en la conversación bursátil en lo que se refiere a los términos técnicos, pero encontramos en el vocabulario usado habitualmente en los intercambios entre corredores casos de origen argótico o vulgar que responden más a una necesidad expresiva que práctica o técnica:

Jodé me sale ahora el diez/ fíjate [apócope]

LUIS: Es que papel/ moza tampoco hay mucho ¿no? <no>/ porque catorce hay algo/ quince/ **na** [na[da]= apócope; n[ad]a= síncopa] y luego salta a veinte/ ¿no?

JOSÉ: Hay alguna más pero de un millón sólo y más corta ¿no? <sí>/ y no te queda **nai**, de nada por ahí /¿no?

ALBERTO: Sí/ je je **pa no/ pa no** pillarme/ pero se va a quedar, yo creo queee/ por aquí, por el medio [síncopa]

[...] **Pos** lo estoy intentando pequeñín

JUAN: **Joé**/ a mí también, macho/ (RISAS) tú, por tú supervivencia/ yo por mis inversiones (RISAS) [síncopa]

En general, los procedimientos habituales de formación de palabras en el léxico bursátil tienen escasa actuación y, a excepción de términos como *fidelizar* o *envainarse*, inciden poco en la creación de nuevos vocablos. El corredor que opta por la habilitación semántica, haciendo uso de derivados o compuestos que ya están en uso en la lengua estándar y que adapta posteriormente a la labor bursátil. Quizá el fenómeno más productivo es la adopción del préstamo del término extranjero, a modo de base léxica, para posteriormente adaptarle sufijos castellanos y crear derivados mixtos.

4. PRÉSTAMOS DE OTRAS LENGUAS E INTERNOS¹²

El lenguaje bursátil, al igual que el lenguaje general, no se mantiene al margen de la influencia de diversas variedades que lo contaminan con facilidad como el argot juvenil o el llamado español grosero, malhablado o soez. Algunos términos de origen argótico o marginal se han integrado con facilidad en el registro bursátil, adaptándose perfectamente a sus necesidades comunicativas y supliendo un vacío expresivo difícil de llenar con expresiones técnicas o especializadas¹³.

¹² Con el nombre de “internos” designamos a aquellos préstamos que proceden de otras variedades de la misma lengua histórica; este es el caso de los préstamos del argot, jergas u otros lenguajes especiales. Véase: Gómez Campuz, Juan, 2000: 156-160.

¹³ No entramos en la discusión de si se debe hablar o no de un *argot común* o de un *argot callejero* que incluiría mucho de estos vocablos no marginales que son de uso bastante común. Tampoco, como se verá, intentamos delimitar las fronteras entre vocablos como *argot* y *jerga*.

Pues sí me gustaría leerlo/ porque Mafre, macho/ nos hemos **comido un marrón**/ me he **comido un marrón**, ahí

[...] explotación sí siguen cayen eh/ creciendo en torno a un veinte por ciento/ ¿eh?/ lo que pasa queeee/ que Aguas está **con la movida** esta de/ como cada seis meses sale del Íbex

RAFA: No somos **una panda de imbéciles**/ si es que/ es que/ sabes lo que está pasando aquí/ están todos los clientes pequeños/ los que tenían dinero dinero en FIAMM/ soltando como locos/ sabes y eso es lo que está pasando/ entonces bueno/ yo a estoy niveles/ es que no/ o sea es que no/ o me voy a casa/ ooo/ paso/ es que paso de vender

(D-1)

[...] esto es de **gilipollas** de verdad/ de **gilipollas**/ no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para un nacional **con dos cojones**/ yyy/ te digo/ los fondos (())/ están comprando/ están co están comprando cosas en Francia/ pero claro no puede/ no puede/ ¿Alemania?/ **pegarse una hostia** de un once y medio/ (()) si es que encima no funciona el **PUTO reuter**/ es que es que se ha caído/ **joder**/ es que se ha caído/ (a los de la mesa)/ dónde está/ te han dado eso/ dónde cojones están éstos/ es que me voy a **cagar**

(D-1)

El hablante de la Bolsa no sólo obtiene y adapta vocablos del lenguaje estándar, sino también de otras “jergas” como, por ejemplo, del argot juvenil, a manera de préstamos dialectales o internos:

RAFA: Mira, diez mil me parece una mariconada/ o sea luego te vas a tirar de los pelos/ yo que tú empezaría a pillar, antes de que esto tire/ cómprate/ mínimo mínimo mínimo mínimo/ treinta mil/ y luego ya veremos, ¿sabes?/ si si sigue tirando/ y vemos que esto tiene una reacción fuerte, joder/ podemos incluso descargar/ pero por lo menos, treinta mil tienes **que pillar**

(Simulación: p. 440)

En general, el corredor puede sustituir sin equívoco “comprar” por *pillar* o mantener una posición en pérdidas por una mala gestión con *pillado* o *pillarse*. Entonces, ¿en qué radica la necesidad de introducir un sinónimo tan poco técnico y riguroso, cuando en apariencia no hay una carencia expresiva? Creemos que la naturaleza oral del lenguaje bursátil permite que vocablos más propios de la conversación cotidiana se cuelen en el habla de los corredores, que no sienten la necesidad de separar términos especializados de otros más coloquiales. Por otro lado, el uso de ambos vocablos indistintamente (“comprar” y “pillar”) no pone en peligro la precisión comunicativa.

En muchos otros casos, el uso del llamado argot juvenil no necesariamente adquiere rango de vocablo producto de la especialización o habilitación al medio bursátil, adquiriendo así un significado fijo, sino que está presente en las expresiones habituales del habla, aportando énfasis y expresividad al discurso:

Es que ayer/ fíjate / con la bolsa **a tope**/ Vallehermoso estaba presionando **de narices**.

Javier: Sí/ ¿y tú me podríaaas/ cuandooo/ hubiese algo de esto/ me podrías **dar un toque**

A: Nada/ ahí está/ pero **tronco** (risas)/ pero **tronco**/ ojalá tuviera yo esa deuda

Precioso/ me hice un paseo con la moto que **flipé en colores**/ ¿eso era de de Aguas de Barcelona?

A tu vez tío, yo te digo que salieron, macho/ a mí ya no preguntes/ eso **pa nota**/ ahora te lo digo

Claro/ macho si es que no nos lo van a dar/ por si porque son cien **kilos**/ si fueran quinientos, pues igual

CARLOS: Es que yo no sé/ eh/ ahí/ comooo los de tu casa/ macho/ han cambiado de recomendación en una ventaaa/ pues me lo están **machacando**

[...] eh yo me acuerdo que estuvimos viéndoles/ macho/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, **¡apelotantes!**

[...] que Aguas está con **la movida** esta de/ como cada seis meses sale del Íbex

ALVARO: Lo que pasa que en Nueva York ha salido una cosa/ que es **la movida** del paro/ que nada/ que claro que el paro sea peor/ cojonudo/ porque ya/ (()) no podemos subir/ no podemos subir tipos, ¿no?/ porque entonces

Un término que ya forma parte del habla cotidiana y general, pero que tiene su origen en el habla juvenil, es *colgado* (estar), y que presenta diferentes acepciones: ‘enamorado’, ‘demente’ o ‘loco’, ‘solo’, ‘enganchado a las drogas’; o ‘programa de ordenador que deja de funcionar’. El hablante bursátil ha entendido que lo que une a todas las acepciones es la incapacidad del “colgado” para actuar. De ahí, un corredor “colgado” es aquel que ha comprado un grupo de acciones a alto precio y seguidamente han comenzado a caer. Ese corredor no puede hacer nada, ni evitar la caída, ni operar con ellas a la baja, sólo esperar a que suban las acciones. Vemos así cómo otro vocablo argótico pasa al lenguaje bursátil en calidad de tecnicismo.

Las voces argóticas conviven, sin ningún tipo de censura, con vocablos del llamado español malhablado, soez o vulgar, sobre todo en lo que se refiere a los intercambios cotidianos entre corredores, mayoritariamente hombres, que mantienen un contacto diario, sobre todo en el registro de la contratación:

JAIME: Dile que lo tiene firme tío <¿eh?> / dile que lo tiene firme

RAMÓN: Después de media hora me ha colgado **el cabrón**

JAIME: **¡Me cago en la leche!**

(A-17)

ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

ESTEBAN: Nada macho/ me están pagandooo/ el seis cinco, ahora mismo

ANSELMO: ¡**Joder!**

ESTEBAN: Es que le está pegando **una leche de cojones**

(A-8)

JUAN: **Joder/** pero sí es caro/ **¡me cago en la leche!**/ PER noventa y cinco/ diez veces <sí>/ pero es que ese precio no se puede mirar así <claro>/ si es que FCC el problema/ no se puede mirar así

(C-4)

[...] yo creo que te voy a dar/ pero lo que no puedo hacer es quedarme en ese lado de la curva/ macho/ abierto y cubierto/ o sea /sí me pudiera cubrir ahí/ te los daba tío <tranqui/ tranqui> /pero es que ya me he dado **¡una hostiaa!**/ con una cobertura ahí **de cojones**

(A-16)

RAFA: ¿Dónde está?/ ¿te han dado eso? <no lo cogen>// ¿dónde **cojones** están éstos?/ es que me voy a **cagar** en/ ¿dónde están? ¿dónde están? <cuatro> ¿quién?/ ¿pero quién es? <Antonio Pérez> ya pero si es que no hemos podido conseguir/ dile que estoy intentando hablar con éstos <lo estoy intentando otra vez>// es que de verdad es pa **cagarse/ la puta de oros**, eh ((...))

(D-20)

BEA: IBM entra ahora

RAFA: Claro/ si es que ahora hay que comprar/ **COJONES**// el futuro está cincuenta puntos por debajo del contado/ macho/ **MANDA HUEVOS**

BEA: Pero ayer ya cerró/ cuarenta y seis puntos por debajo

BEA: Ahí, Rafa/ metiendo caña

(D-7)

RAFA: Cero/ están (()) (risas)

DANIEL: Bueno/ yo he vendid KPN/ a lo largo del día

RAFA: Bien chaval/ bien tirado/ así me gusta la gente espabilada

(D-7)

Estos ejemplos, claramente expresivos y espontáneos, acercarían el lenguaje bursátil al registro coloquial. Si bien se puede defender que todo lenguaje especializado tiene una vertiente informal, más o menos espontánea, en la Bolsa la vertiente oral es la única que existe, ya que no hay otro registro bursátil que no sea el que se expresa oralmente, el que se conversa en la mesa de contratación o en el parque. Si bien encontramos registros más formales que otros, ejemplos como los anteriores son los que predominan. Las razones pueden ser muchas, todas igualmente justificables: desahogo emocional –la labor bursátil es fuertemente estresante–, expresividad, énfasis, expresión oral, improvisación enunciativa, etc. Lo que queda claro al estudiar los ejemplos es que el uso del lenguaje malhablado no es necesario desde el punto de vista estrictamente técnico-informativo, ya que podríamos omitirlo sin que el contenido sufriera ninguna modificación. Lo que viene a significar que hay otros factores como la expresividad, la subjetividad del hablante o la

emotividad que, como en el lenguaje coloquial, juegan un papel importante, desde el punto de vista pragmático, también en los lenguajes especializados, al menos en este concreto.

Otras variedades que dejan su rastro expresivo en el habla del corredor son:

a) La jerga o *terminología taurina*, ya mencionada atrás:

Sí/ sí/ sí / no lo vimos no que coño/ (risas) lo viste/ lo viste como **un torero**/ muy bien Josechu

RAFA: Síii/ Rafa/ sí dime, Andrews/ ¿papel en Dragados a estos niveles?/ ajá/ (())/ nosotros estamos igual, macho/ no tenemos nada/ ni papel ni dinero/ estamos mirando desde la barrera/ y me temo que/ que esto va a tardar enn/ en animarse hasta que no salga una tendencia clara, ¿eh?

(D-15)

b) El argot del *juego*, en concreto del mus: *órdago*, ‘compra de un paquete de acciones minoritario, amenazando con presentar una oferta de adquisición de la mayoría del capital (OPA hostil), pero con el objetivo de vender ese paquete con beneficio’.

[..] los de Viscofán muy malos otra vez <sí>/ ¿eh?/ sigue Naturín dándole unos palos a la cuenta de resultados deee/ **órdago** <sí>/ ¿eh?/ las ventas les parecen muy pocooo/ reduce ventas en marcoooo/ la reducción de personal le está pesando un huevo/ perdón perooo <no no> pero es así

(C-7)

Los préstamos internos, sobre todo de origen argótico, se introducen con frecuencia en la conversación de los corredores, quienes carecen de todo tipo de prejuicio lingüístico o pretensiones puristas. No cabe duda de que el carácter oral de la comunicación bursátil favorece la contaminación de este tipo de léxico, más habitual en el medio coloquial que en el especializado. Contrariamente a lo que podría pensarse de un lenguaje técnico, esta intrusión informal no pone en peligro la efectividad ni la precisión de la comunicación.

Debido a razones ya expuestas –principalmente económicas y políticas–, *el inglés* se ha convertido en la primera lengua vehicular¹⁴ de la historia: si bien hay otras que predominan en ámbitos geográficos reducidos, el inglés permite y facilita la comunicación a nivel mundial.

En lo que se refiere al mundo de la economía y las finanzas, el centro económico por excelencia y el referente bursátil más importante está en Estados Unidos, concretamente en la Bolsa de Nueva York. Tanto es así, que sus fluctuaciones condicionan los movimientos de los precios de los valores en los mercados internacionales. Supone, además, un barómetro de la economía mundial por la representatividad e internacionalidad de los valores que en ella cotizan. Este control sobre los centros económicos mundiales influye decididamente en el lenguaje, y ha convertido al inglés en la lengua vehicular por excelencia de los medios financieros en todo el mundo.

Uno de los problemas que plantea la terminología inglesa es que responde a realidades financieras de las Bolsas Norteamericanas e inglesas, que se han ido imponiendo en el mercado español y como tales es difícil encontrarles una traducción académica, debiéndonos conformar con una traducción consensuada informalmente entre los expertos de ambas lenguas. Hay un hecho general en el tratamiento de los anglicismos: se prefiere el uso del término extranjero a su traducción. Esto responde, junto a las razones socio-económicas ya expuestas, a motivos puramente léxico-semánticos que explicamos en boca de un corredor entrevistado en la prensa española:

Yo trato siempre de castellanizar al máximo mis informes y mis expresiones, aunque no es siempre fácil. Hay que tener en cuenta que el inglés es un idioma muy conciso y que viene al pelo a las finanzas, ya que crea términos certeros que de un plumazo definen operaciones harto complejas. A nadie se le escapa que cuanto más corto y directo sea un término resulta más operativo en las finanzas (“La jerga del dinero”, *El País*)

Esta explicación vale también para entender por qué el hablante español se inclina por la metáfora o la metonimia a la hora de crear la terminología bursátil, ya que permiten generar “términos certeros que de un plumazo definen operaciones harto complejas”: “maquillar” o “picotear”. Otro aspecto importante es la tendencia del hablante a copiar o adap-

¹⁴ Lenguas vehiculares: lenguas que hacen posible la comunicación entre comunidades lingüísticas con lenguas maternas distintas entre sí.

tar del inglés los procedimientos que dan origen a dichos términos en la propia lengua inglesa: las lexías complejas (*bull market, front office*), metaforización (*bear market, big bang*), metonimia (*blue chips*), siglación (*NYSE*), etc.

La jerga bursátil inglesa está presente en la terminología de las Bolsas españolas de dos formas principalmente: el uso de extranjerismos y el calco; si bien encontramos algunos ejemplos de préstamos.

Extranjerismos son aquellos términos tomados directamente de la lengua inglesa y que no sufren ningún tipo de transformación. La incorporación se realiza tal cual, ni siquiera se escriben entre comillas –al menos en los diccionarios y glosarios financieros o bursátiles consultados–, hasta que la palabra consigue carta de naturaleza. En ocasiones, la lengua española traduce dichos extranjerismos e incorpora a los glosarios ambas formas, prevaleciendo en el uso cotidiano el vocablo importado. Este es el caso de *hacer insider trading* (usar información privilegiada), *management* (gerencia de una empresa), *crash* (caída), *stock option*, etc. Los diferentes vocablos que definen y diferencian a los distintos tipos de corredores son otro ejemplo de dificultad a la hora de encontrar una traducción castellana que sustituya al término extranjero: (*'dealer'*), (*'trader'*), (*'sale'*).

Otros términos, si bien tienen una traducción castellana práctica y concisa, mantienen la primacía en el uso cotidiano. Este es el caso de *front office* que define en dos palabras al equipo humano y técnico que trabaja en primera línea de la contratación bursátil. Su traducción castellana sería “la mesa”. La contrapartida de este término sería *back office*, conjunto de actividades contables y administrativas generadas por la confirmación escrita de las operaciones negociadas por los corredores. En este caso el vocablo inglés convive con su equivalente, que no traducción, castellana, “departamento de liquidación”, o con la expresión coloquial “los chicos de liquidación”.

Otros casos de extranjerismos en el lenguaje bursátil y para los cuales no existe traducción castellana en uso se ejemplifican a continuación:

Depende del *Labor Report*/ ¿sabes? / depende mucho del *Labor Report*

[...] vamos a ver ustedes tienen en proyecto poner un *mailing* en la/ en la calle <sí> la semana que viene

[...] entonces eeeh/ nosotros los resultados pues/ nos parecennn/ bastante buenos/ lo que pasa es que en el mercado ha sentado bastante mal/ queee/ la actividad del refino y *marketing* bajen

Digo/ ¡joder! a ver si no nos han metido en en *mailing list* todavía

[...] el problema es que no se puede mirar así FCC/ el problema es que no/ porque es un *holding*

Los casos de *préstamo* en el lenguaje de la Bolsa son escasos, generalmente se opta por la traducción literal (calco) o la incorporación directa del extranjerismo. Ejemplos de la incorporación de una palabra extranjera, después de sufrir un proceso de adaptación fonética, ortográfica y morfológica a la estructura de la lengua castellana la encontramos es términos como: *chartismo* (de *chart*), *figura* (de *figure*), *cártel* (de *cartel*) o *agiotista* (de *agio*).

[...] y compraríamos Mafre <ujú> eh/ yyy/ por/ loos de más/ a pues poco/ está tarde hay un montón de **figuras** en los Estados Unidos

Más generalizada es la costumbre de traducir literalmente la expresión extranjera (calco); es decir, no se toma prestado el sintagma, sino que se traducen literalmente los elementos que lo componen. Citaremos algunos de los muchos ejemplos registrados:

Caballero blanco (*white knight*) y *caballero negro* (*black knight*), *dinero caliente* (*hot money*), *futuros* (*futures*), *plana* (*flat*), *suelo* (*floor*), etc.

Otro fenómeno frecuente en el habla cotidiana de la Bolsa es la convivencia de la forma inglesa y su traducción castellana. Ejemplos como el siguiente abundan en los textos recogidos:

B: El bono subiendo un poco/ la bolsaaa **flat**/ yyy/ así está la cosa/ vamos a ver/ el dólar *down in europe waiting us labor report*/ que lo veremos esta tarde / ¿sí?

Esto se debe, principalmente, a que el corredor español utiliza con frecuencia y de forma paralela ambas lenguas. Se puede tener en una línea telefónica a un cliente español y en la otra al *broker* de Londres que ejecutará la orden en la Bolsa londinense. Este bilingüismo hace que la conversación castellana se vea continuamente contaminada por vocablos en inglés, aunque existan equivalentes castellanos igual de vigentes. El término *plana* es tan popular para referirse a ese estado de la Bolsa como el anglicismo *flat*.

En fin, el bilingüismo, en la actividad bursátil, es un hecho innegable, entre otras cosas, por la capacidad que tiene la lengua inglesa de síntesis y precisión, tan necesarias para la labor del corredor en cualquier parte del mundo. Precisamente es esa cualidad la que ha motivado, en cierta medida, que el corredor español busque en su propio idioma aquellos recursos que faciliten la creación de vocablos especializados con las mismas características y las mismas prestaciones léxico-semánticas.

5. LA FRASE BURSÁTIL

La fraseología es un recurso léxico habitual en el registro coloquial que no escapa a las necesidades expresivas de los hablantes de la Bolsa. Nos referimos a esas estructuras fijas que los corredores emplean por distintas razones.

La estabilidad y la idiomaticidad son los criterios que tradicionalmente definen a las unidades fraseológicas: la estabilidad determina a las frases como unidades fijas que siempre se reproducen del mismo modo. Apenas experimentan cambios gramaticales, no se altera ni el número ni el orden de los elementos, por lo tanto apenas puede añadirse o quitarse alguno de ellos sin que la unidad pierda identidad. Esta condición también mantiene a la frase protegida de los procesos de formación de palabras (composición o derivación), sin que por ello encontremos algunas excepciones. Por otro lado, los términos pueden aparecer en plural, cosa que no altera la componente semántica. La idiomaticidad establece, por su parte, que el contenido semántico global no puede estar condicionado al significado individual de sus partes. “De la suma de los elementos de la frase no se sigue necesariamente la significación global” (Varela y Kubarth, 1994: X)

En la comunicación bursátil hemos registrado conjuntos léxicos que reúnen las condiciones de estabilidad e idiomaticidad para ser considerados con todo rigor unidades fraseológicas. Si bien muchas provienen del habla coloquial y se han adaptado perfecta-

mente a las necesidades comunicativas de la labor bursátil, otras han surgido al calor de los vaivenes del mercado. Veamos algunos ejemplos:

JAIME: Ramón/ ¡qué pasa! (POR OTRA LÍNEA)/¿una partidita?/ y no nos comemos una rosca/ ja // ya/ ya/ vale/ vale mira el problema está, en quee estee, Lefort/ que son tuyas/ ¿eh?/ está metido en una reunión, ahora mismo me llama/ eeh/ de momento sabes que teníamos más/ tres cuatro cinco/ entonces/ este hombre, ¿tú crees que tomaría?(PAUSA LARGA)

(A-19)

CARLOS: Pues sacamos el de Mafre Vida/ no tenemos el de Mafre/ pero/ ahora se lo/ le digo a estos quee

JUAN: Pues si me gustaría leerlo/ porque Mafre, macho/ nos hemos **comido un marrón/ me he comido un marrón** ahí

(C-4)

PEDRO: Tengo aquí en el teléfono a la persona indicada/ me pregunta que si todavía hay algo

RAMÓN: Hay/ hombre/ claro que ahí está/ lo que pasa es que tengo que llamar al tío/ porque si voy otra vez con la misma música/ y lo tengo media hora, me va a **mandar a hacer pijos**

(A-17)

JUAN: Claro/ claro/ no es que va a bajar un diez por ciento <aaa...>/ **le van a meter un viaje** que se va a quedar en/ mmm/ bien

(C-4)

Precioso me hice un paseo con la moto que **flipé en colores**

Estos casos muestran una adaptación léxica fraseológica tanto de la lengua estándar como del argot juvenil, equiparable a la que ya analizamos en otros elementos o formaciones léxicas. Otros casos frecuentes de estructuras fijas de carácter idiomático son aquellas que provienen del español “malhablado”, tan habituales en el habla coloquial:

B: **Joder**/ pero si es caro/ **¡me cago en la leche!**/ PER noventa y cinco/ diez veces <sí>/ pero es que ese precio no se puede mirar así <claro>/ si es que FCC el problema/ no se puede mirar así

(C-4)

[...] yo creo que te voy a dar/ pero lo que no puedo hacer es quedarme en ese lado de la curva/ macho/ abierto y cubierto/ o sea /sí me pudiera cubrir ahí/ te los daba tío <tranqui/ tranqui> /pero es que ya me he dado **¡una hostiaa!**/ con una cobertura ahí **de cojones**

(A-16)

Es que le está **pegando una leche de cojones**

Estas otras frases, aunque evidentemente tienen influencia argótica, fueron creadas desde y para la labor bursátil, son consecuencia de la necesidad expresiva, ya suficiente-

mente explicada, de ser sintéticos y rápidos. Hablamos de frases que definen y describen situaciones habituales y conocidas por todos, a las que se les han adaptado fórmulas fijas que cumplen cabal e inequívocamente con la función nominativa y divulgativa:

Es que ayer/ fíjate/ con la bolsa a tope/ Vallehermoso estaba **presionando de narices**.

Ridículo/ a mí/ fíjateee/ esto puede tardar en **ponerseee boca abajo**/ diez minutos

Cuando un corredor habla de que el mercado no tardará en “ponerse boca abajo”, se refiere a la bajada general de las cotizaciones y por tanto del índice. Un valor “presionado de narices” es aquel que soporta el acoso vendedor o comprador de muchos inversores al mismo tiempo. Como vemos, son frases cuyo sentido deviene del conjunto de sus componentes y no del significado individual de cada uno de ellos. Otra expresión habitual para expresar el acoso de los inversores a un valor es la siguiente:

Estás como mejor oferta/ está doce a dieciocho/ le han dado al doce/ **no le dejan respirar** ¿eh?

Nuevos casos igual de frecuentes y cotidianos son:

Pues bueno/ si hubiera un/ **una reacción gorda**/ si ves que **toman fuerte** o algo/**dame un toque**/ la bolsa está estable/ el volumen bajo pero estable

Si hubiera una **reacción gorda**/ si ves que **toman fuerte** o algo

La expresión “toman fuerte” sintetiza la compra rápida de un importante número de acciones de un mismo valor. “Una reacción gorda”, como puede intuirse perfectamente, es un cambio brusco del estado, en un momento dado, tanto del mercado como de la cotización de un valor. Estas expresiones son muy frecuentes y cotidianas en la Bolsa, sus estructuras no experimentan cambios gramaticales y sus contenidos están sólidamente establecidos.

Que no **están firmes**/ pero con bastante posibilidades/ porque es que está el cliente al teléfono

Dile que **están firmes** tío <¿eh?>/ dile que **están firmes**

Jaime: Venga // (a Pepe) ¿Lo tiene **firme** o no?

Pepe: ¿Está **firme**? (a Juan de Goldman)

Esto **está firme** ¿no?

Cuando un corredor afirma que una oferta (de compra o de venta) “está firme” o que las acciones “están firmes”, se refiere a la seguridad de la operación. Es decir, la contrapartida puede estar seguro que cuenta con la disponibilidad de esas acciones. Esta es una de las expresiones habituales en la Bolsa española.

De uso frecuente en la Bolsa, ya mencionada en otro contexto del presente trabajo, es la frase que remite al mundo de los toros y expresa la postura del corredor que no puede intervenir en la operación que contempla:

RAFA: Síii/ Rafa/ sí dime, Andrews/ ¿papel en Dragados a estos niveles?/ ajá/ (())/ nosotros estamos igual, macho/ no tenemos nada/ ni papel ni dinero/ **estamos mirando desde la barrera**/ y me temo que

(D-15)

Otro tipo de unidad fraseológica habitual en la comunicación bursátil está caracterizada por tratarse de secuencias que, en muchos casos,

[..] constituyen residuos de oraciones gramaticalmente completas y que aquí se encuentran reducidas a muy pocos elementos. Pero lo que realmente caracteriza estas expresiones es que contribuyen al buen funcionamiento de la comunicación o facilitan la interacción social y sólo dentro de estas se comprende su estabilidad e idiomática (Varela y Kubarth, 1994: XI)

De este tipo de expresiones, es muy habitual una que funciona perfectamente como preámbulo al desarrollo propiamente dicho de la conversación y, dentro de ésta, del inicio del intercambio informativo:

Muy buenos días/ <que tal> vamos a ponernos **algunas cosillas** por ahí

Hoy hay que/ hoy hay que seguir comprando/ que a ver **cuéntame algunas cosillas**

¿Teresa?/ eeh te voy a **contar una cosilla**/ tengo un loco que me compra dos mil Obrascos a, mil cuatrocientos

Oye/ vamos a ver/ **cuéntame una cosilla**/ era por ver/ has has podido confirmar el tema del IPC

B: Hoy hay que/ hoy hay que seguir comprando/ que a ver/ **cuéntame cosillas**

En general, la afición del corredor a las expresiones fraseológicas no es más que el reflejo de su competencia como hablante coloquial, que traslada al campo especializado un recurso expresivo que maneja habitualmente en situaciones comunicativas cotidianas. Muchas las copia directamente, adaptando su contenido semántico a la labor bursátil; otras las crea utilizando los instrumentos que el léxico estándar le ofrece.

CONCLUSIÓN

A los largo de nuestro estudio léxico hemos podido comprobar la gran vinculación que hay entre el léxico bursátil y el léxico utilizado en los intercambios cotidianos. El mecanismo más utilizado por el corredor en la creación del vocablo técnico es la habilitación semántica y, en menor medida, la habilitación formal, tanto del significante provenientes de la lengua estándar como de sus recursos: formación de palabras, metaforización, fraseología, contaminaciones argóticas y hasta vulgares.

Esta tendencia, que podríamos considerar práctica y altamente comunicativa, persigue ante todo habilitar, para la labor bursátil, un vocabulario sencillo y susceptible de cambios, tanto de contenido semántico, como de flexibilidad expresiva. El corredor no tiene intenciones metalingüísticas, cultistas o crípticas en sí mismas, sencillamente busca un instrumento de expresión ágil, rápido y preciso, que encuentra en el lenguaje que usa para comunicarse en su vida cotidiana. Esta predisposición de habilitar para su labor el vocabulario que le sirve en sus intercambios cotidianos hace difícil su registro y estudio, pero gracias a la colaboración de los corredores que nos han servido de informantes podemos tener

un registro bastante completo de aquellos vocablos hasta ahora desconocidos para muchos de los glosarios especializados en terminología bursátil.

Junto a expresiones habilitadas encontramos otras, provenientes de disciplinas técnicas hermanas a la bursátil como la economía, las finanzas y hasta la política. Dichos tecnicismos son producto de creaciones especializadas en toda regla, es decir, se crea el concepto o el objeto y posteriormente se le nombra. Junto a esta predisposición más propia de disciplinas científicas o técnicas, tenemos la influencia de la lengua inglesa, como ya explicamos, por su carácter de lengua vehicular en los medios financieros mundiales. Muchos de esos términos pasan al vocabulario bursátil sin ningún tipo de cambio, por la dificultad de encontrar sustitutos castellanos igual de concisos y claros. Otros sufren un proceso de castellanización, pasando a actuar como base léxica de posteriores procesos de formaciones de palabras. Los menos son traducidos y con el tiempo sustituyen al vocablo inglés.

Esto en cuanto al léxico técnico, ese cuyo significado podemos consultar en los diccionarios dedicados específicamente a la labor bursátil. Pero ¿qué ocurre con el resto del vocabulario que completa el discurso de los corredores? Está suficientemente documentado en los ejemplos analizados que el hablante de la Bolsa se decanta por el lenguaje informal, las expresiones coloquiales, los términos provenientes del argot juvenil, taurino o vulgar (malhablado) y por las frases habituales en la conversación cotidiana. Gracias a la valiosa colaboración de nuestros corredores informantes, nos fue posible registrar y definir muchos de esos vocablos que forman parte del vocabulario habitual de los hablantes bursátiles y que no registran los diccionarios especializados en Bolsa o en finanzas.

Haciendo un balance general, deberíamos equilibrar los diferentes ingredientes léxicos que sazonan el habla de los corredores: una gran cantidad de vocablos provenientes del habla diaria, habilitados semántica y formalmente para la labor bursátil; otro poco de términos sacados de los diccionarios económico-financieros; un buen pellizco de nombres,

expresiones y siglas en inglés; y, por último, una pizca de contaminación, para muchos indeseable, de términos argóticos –entre ellos, lenguaje soez– que cumplen una función expresiva de incalculable rentabilidad para la comunicación en la Bolsa.

Para terminar, creemos que la formación de la terminología bursátil no se sustenta en la neología, en la creación de la pareja significante-significado, sino en el “uso” especial que se hace de léxico proveniente de diferentes fuentes en el mundo específico y especializado de la Bolsa. Hablamos, pues, de una *especialización pragmática*, si se nos permite utilizar este sintagma descriptivo, ya que es en el concreto uso que hace el corredor de esos vocablos prestados donde adquieren su precisa y total dimensión significativa.

VII

EL DISCURSO DE GÉNERO EN LA BOLSA

1. UN OFICIO DE HOMBRES

La Bolsa es uno de esos territorios profesionales ocupados casi de forma exclusiva por hombres. Si bien, al igual que en otros campos laborales, la incorporación de la mujer es cada vez mayor, las huellas de una tradición típicamente masculina están fuertemente arraigadas en el estilo comunicativo “bursátil”¹. Claro que aquí habría que plantearse varias cuestiones:

- 1) ¿Es el estilo conversacional utilizado en la Bolsa producto de una marca de género, al ser esta desde siempre una labor mayoritariamente masculina?
- 2) ¿Son las necesidades comunicativas y las circunstancias extralingüísticas del propio oficio las que condicionan el estilo conversacional de los corredores?
- 3) ¿O es el conjunto de ambas cosas?

No está de más recordar en este punto el ambiente y las necesidades comunicativas del oficio bursátil. El corredor tiene dos objetivos básicos: dar información –guiar a su cliente a través del enmarañado mundo de los mercados financieros– y conseguir efectividad en sus operaciones –ganar dinero o no perderlo–. Estos objetivos tienen en la conversación su principal y casi único instrumento de realización, de ahí que las estrategias seleccionadas por los hablantes sean fundamentales. Tan condicionante es para el habla bursátil el objetivo comunicativo como lo son el tipo de ambiente y circunstancias que rodean los intercambios. La necesidad de ser rápidos –sin menoscabo de la eficacia– y los múltiples elementos distractores –voces de otros compañeros, teléfonos repicando, campanas de los ordenadores, etc.– son los factores circunstanciales que más condicionan al hablante.

Objetivos profesionales y condiciones ambientales –más o menos virulentas– hacen que el estilo conversacional usado por los corredores y corredoras en la Bolsa esté más

¹ En los parkés de las Bolsas más importantes del mundo como las de Nueva York, Chicago o Tokio, es difícil ver a una mujer contratando en los diferentes corros; la presencia de la mujer es más habitual en los sistemas de contratación continua.

cerca del estilo de habla identificado como masculino. Como es sabido, existen patrones sociales de comportamiento que rigen la actuación de las personas y su forma de relacionarse según sea el ambiente y las circunstancias que rodeen al contacto comunicativo. No es lo mismo una charla distendida entre compañeros de trabajo en un bar cercano a la oficina que el almuerzo, incluso en ese mismo bar, con un cliente importante. Cada situación activa una serie de estrategias tanto conductuales como verbales que regulan las relaciones interpersonales y aseguran el mantenimiento del contacto. Esto mismo ocurre con la situación social “labor bursátil”, en la que se han reescrito las reglas de comportamiento “habituales” en otros ámbitos sociales y profesionales para adaptarlas a su peculiar naturaleza y sus concretas necesidades. Estas especiales reglas de juego permiten, por encima de todo, una mayor fluidez comunicativa, ya que se eliminan ciertas rutinas verbales asociadas con el mantenimiento de la conexión (no con el contenido proposicional) que retrasarían innecesariamente el acto enunciativo. Esta adaptación al oficio bursátil de las reglas sociales que contribuyen a guiar el intercambio favorece también, como veremos más adelante, la expresión típicamente masculina.

2. LENGUAJE FEMENINO, LENGUAJE MASCULINO

Un cliente llama al *broker* con el que trabaja habitualmente para que le informe sobre la evolución de una de sus operaciones en el mercado:

Anselmo: ¡Esterban!

Esteba: ¿Quién eres?

A: Anselmo

E: Dime Anselmo

A: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

E: Nada macho/ me están pagandooo/ el seis cinco ahora mismo

A: ¡Joder!

E: Es que le está pegando una leche de cojones

A: ¿Qué hacemos?

E: Con lo que tú quieras

A: No joder pero/ oriéntame un poco macho

E: Yo creo que va a recuperar

A: ¡Aaah! (miedo)/ vale perdóname/ vamos a esperar/ venga vale

E: Venga/ hasta luego.

(A-8)

Este texto, prototípico dentro del estilo de las conversaciones en la Bolsa entre dos corredores –hombres–, en un día normal, en que las condiciones ambientales no son especialmente violentas, corresponde al discurso de la *contratación*, y sus hablantes son dos corredores unidos por una relación de confianza basada en la cotidianidad. En él podemos reconocer una situación informal de comunicación que dista mucho del estilo (“formal”) que se considera propio de un intercambio especializado:

- La rutina de saludo es sustituida por una fórmula muy habitual en la Bolsa y que va dirigida directamente a la identificación del que habla (“¡Esteban!”), prevaleciendo la necesidad informativa sobre la conectiva. Parte de ese reconocimiento se hace a través de la identificación de la voz del compañero.
- La demanda de información se hace de forma directa y tajante (“Oye/ ¿qué pasa con el doce/ un cuarto?”), encabezada por una apelación al tú que busca centrar rápidamente el interés del oyente. La contestación a la demanda es igualmente directa, concisa y precisa, sin dejar de apelar al oyente, en este caso, con un término de tratamiento habitual entre hombres, unidos por una relación de familiaridad: (“nada /macho”, “oríntame un poco macho”).
- El empleo de lenguaje “malsonante”, que funciona como recurso de desahogo expresivo (“No/ joder/ pero/ oríntame un poco macho”) y como explicación a la caída de la cotización del valor (“Es que le está pegando una leche de cojones”) es reflejo de la relación de proximidad y de confianza entre los hablantes.
- Por lo demás, el uso de este tipo de lenguaje –frase hecha con contenido semántico fijo– agiliza el intercambio, ahorrando palabras a los hablantes sin que por ello peligre la comunicación, además de aportar una información adicional –no semántica– de cómo está el ánimo del corredor que pierde dinero; en este sentido, la interjección final es suficientemente reveladora (“¡Aaah!”)

Este intercambio resulta poco representativo de lo que se espera de una conversación entre profesionales, en un ambiente laboral altamente especializado. Bien podría ser una conversación entre amigos, en la que uno informa al otro sobre los resultados de un partido de fútbol; sin embargo, conversaciones como estas son las más habituales en una mesa de contratación bursátil. Otro dato claro que se evidencia en el ejemplo es el sexo de

los hablantes; aunque elimináramos del texto los nombres propios, nadie dudaría al leerlo de que se trata de una conversación *entre hombres*.

Son precisamente esos rasgos, que muchos reconocemos de forma intuitiva y que nos permiten identificar el género del que habla, los que buscamos precisar y describir en este apartado, con el fin de conocer otro aspecto más del lenguaje de los corredores y corredoras en la Bolsa. Hasta ella se trasladan, supuestamente, las diferencias de género en el discurso de mujeres y hombres. Se supone que unas y otros se comportan de distinta manera en las conversaciones con otros hablantes y en la organización de su discurso: en la forma como ceden el turno, cambian de tema, interrumpen, muestran atención, siguen las normas de cortesía, seleccionan el léxico, etc.

En general, se acepta que los hombres se relacionan con el mundo "[...] como un individuo dentro de un orden social jerárquico en el que se está arriba o abajo. En este mundo, las conversaciones son, en realidad, negociaciones en que las personas tratan de conquistar y mantener el lugar de arriba" (Tannen, 1992: 14). Por el contrario, las mujeres se relacionan con el mundo "[...] como un individuo en una red de conexiones. En este mundo las conversaciones son negociaciones para estrechar vínculos, en las que las personas tratan de buscar y dar soporte y apoyo, lograr consenso"(Tannen, *ibídem*). Estas diferencias atribuidas a uno u otro género revelan la visión que cada uno tiene de la comunicación y las expectativas que la conversación genera en cada sexo. En función de esa concepción, varones y mujeres despliegan una serie de estrategias distintas para desarrollar su discurso. Para los *varones* la conversación es básicamente una manera de intercambiar información, de hablar de temas que consideran importantes y que al mismo tiempo les da la oportunidad de aparecer ante los demás como expertos. De ahí que para los hombres la charla trivial, el hablar por hablar, no tenga mucho sentido.

Pareciera que esta descripción del estilo comunicativo masculino se adapta perfectamente a los objetivos comunicativos del corredor bursátil. Por tanto, no estamos seguros si hablamos de una necesidad expresiva propia de una labor "contratación bursátil" o de un estilo comunicativo asociado al sexo de la mayoría de sus hablantes. Por el contrario, los objetivos que se identifican con el estilo de habla femenina se alejan de las necesidades

expresivas de un trabajador de la Bolsa, la forma que tienen los corredores de estrechar vínculos están más cerca, como explicaremos más adelante, de estrategias asociadas al mundo masculino.

Tannen identifica la *intimidad* con el estilo femenino, cualidad que crea los vínculos necesarios desde donde las personas establecen los lazos de amistad, rompen las diferencias y evitan mostrar una superioridad que establecería una distancia entre los interlocutores. Por otra parte señala la *independencia*, propia del lenguaje masculino, como la clave de un mundo controlado por el estatus, donde se marcan las diferencias y se establecen jerarquías. El elemento esencial de la unión es la *simetría*: las personas son iguales, no están sometidas a escalas de poder, sino que se sienten cerca una de la otra, vinculadas emocionalmente. Por el contrario, el elemento esencial del estatus es la *asimetría*: las personas no son iguales y luchan por situarse en los peldaños más altos de la jerarquía. Este tipo de relación genera tensión y competencia.

Esta peculiaridad del habla masculina parece adaptarse perfectamente a la descripción que dimos en su momento de la actitud comunicativa del corredor en las ventas. El vendedor bursátil se sitúa en una posición de experto en la que expone de forma unilateral toda la información relacionada con un tema en concreto para, posteriormente, argumentar su recomendación: la compra o venta de tal o cual valor. La visión masculina de la conversación como una forma de negociar el estatus hace que se empeñen en exponer su experiencia y su conocimiento sobre un tema como una manera de situarse en una posición superior. De ahí la preferencia masculina por la *palabra monologada*, en la que es una sola persona la que habla, en intervención larga, apenas interrumpida por el oyente, que se limita a mostrar su atención. Este discurso es jerárquico, ya que se supone que quien habla tiene el poder y su función primordial es informar.

Parte del trabajo del corredor es dar órdenes, llamar por teléfono a los corredores miembros del mercado y ordenarles que ejecuten las operaciones autorizadas por los clientes; dar información a los clientes, recoger y transmitir órdenes directas, aconsejar, son las labores básicas de un corredor. Otra forma de marcar el estatus en la conversación es dar órdenes y ofrecer soluciones a problemas concretos. Normalmente la persona

que da órdenes, como la que da un consejo, se coloca en una posición superior al que las recibe. Así, los varones prefieren las órdenes directas que reafirman su autoridad, en lugar de los ruegos o las órdenes indirectas, más propias del estilo femenino. La proclividad de los varones a solucionar todos los problemas es muy marcada, cualquier queja o problema es tomado como un reto a su natural tendencia a hallar soluciones. Dar información, aportar una solución u ofrecer un consejo conlleva el mensaje implícito (metamensaje) de superioridad, ya que se posee una información que el otro no tiene. Este aspecto está directamente relacionado con un rasgo estilístico normalmente atribuido al habla masculina: las interrupciones discursivas. Para ellos, la interrupción –entendida como corte brusco con el fin de quitar el turno de habla al otro– permite conseguir el control sobre la conversación y situarse así en una posición de poder. Otra cosa es la noción de poder asociada al carácter comunicativo masculino que en la Bolsa adquiere matices más complejos y que, analizaremos en su momento.

En esta misma línea relacionada con el estatus, en las conversaciones masculinas se valora especialmente la capacidad para contar chistes. El valor de los chistes o anécdotas graciosas como mecanismo de defensa del estatus sobre los que están escuchando es incuestionable. El que cuenta el chiste se coloca en el centro de atención de los otros, tiene la oportunidad de mostrar sus habilidades y la seguridad de contar, por un cierto período de tiempo, con el uso de la palabra sin miedo a ser interrumpido.

En cuanto a la modalidad expresiva, en el estilo masculino predominan las expresiones directas y tajantes, evitando las formas que transmiten vacilación o incertidumbre. En palabras de Irene Lozano:

Al hombre, en cambio, se le enseña desde pequeño a ser asertivo a emplear expresiones más fuertes y sólidas que corroboran su expresión de poder en la sociedad (1995: 128)

De ahí que formule sus directivas como imperativos, con una sintaxis que separa y recalca las distinciones entre él y sus interlocutores (“cómprame a siete cuatro/ mil Fecsa”). En las interacciones entre hombres se despliega un discurso más agresivo en el que se usan expresiones fuertes e hirientes, como las fórmulas malsonantes –tacos, insultos o maldiciones–. Así, no es de extrañar que en las discusiones entre corredores puedan incluirse

gritos y gestos de agresividad, aunque se trate de asuntos menores o de poca importancia para los mismos hablantes. Entre ellos, la agresión –un cierto grado de agresión– no obstaculiza la amistad ni las relaciones de trabajo; por el contrario, es una manera habitual de iniciar la interacción, crear vínculos y hasta fomentar la camaradería.

ANSELMO: Pero coño/ quién ha dicho que quiero ir a comer contigo

JESÚS: Así que quieres tú, que yo te invite a comer.

(A-15)

Otro aspecto relacionado con la selección léxica es la preferencia masculina por las formas estigmatizadas –jergas juveniles, términos argóticos, lenguaje soez, etc.–, ya que gozan de connotaciones de masculinidad que hacen que los varones las prefieran:

Este caso revela que la asociación de las pronunciaciones vulgares o estigmatizadas a rudeza, agresividad y, por ende, hombría, tiene probablemente su base en alguna creencia de tipo machista que identifica como valores positivos para los hombres la dureza, la tosquedad y, lo que es peor, la agresividad. (Lozano, 1995: 143)

Este aspecto también afecta a los recursos paralingüísticos. En los hombres, el tono de voz es enfático y en ocasiones violento, el volumen alto y la entonación muy marcada, sobre todo en los que se refiere a la realización de palabras malsonantes. Véanse todos estos rasgos en el habla del corredor:

[...] esto es de **gilipollas** de verdad/ de **gilipollas**/ no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para un nacional con dos **cojones**/ yyy/ te digo/ los fondos (())/ están comprando/ están co están comprando cosas en Francia/ pero claro no puede/ no puede/ ¿Alemania?/ **pegarse una hostia** de un once y medio/ (()) si es que encima no funciona el **PUTO reuter**/ es que es que se ha caído/ **joder**/ es que se ha caído/ (a los de la mesa)/ dónde está/ te han dado eso/ dónde **cojones** están éstos/ es que me voy a **cagar**/ dónde está

(D-1)

En la Bolsa no dejan de existir situaciones comunicativas, principalmente en las ventas, en las que sugerir en vez de ordenar, optar por un estilo indirecto que suavice la imposición y recurrir a fórmulas corteses tienen su éxito y su valor en intercambios donde el objetivo es la persuasión y la fidelización del cliente, antes que la transmisión urgente de una orden. Para *las mujeres* (cf. Tannen, ibídem), como hemos dicho, el objetivo primordial de la comunicación es estrechar vínculos, compartir experiencias, dar apoyo y lograr consenso. Con este fin, procuran mitigar las diferencias y evitan mostrar superioridad. Dar consejo, ordenar o intercambiar información no son actos de habla en los que las muje-

res busquen negociar el estatus o mantener el poder. De ahí que planteen sus deseos como sugerencias, optando por la expresión indirecta de las aserciones, consiguiendo así mitigar su fuerza y evitar la imposición. Para ello utilizan fórmulas como “en mi modesta opinión”, “es posible que no tenga razón”, “pienso que”, etc., que suavizan el desacuerdo que puede surgir en una conversación. Vemos cómo en el ejemplo las corredoras aprovechan el intercambio profesional para estrechar vínculos (reírse juntas):

ÁNGELES: A ver/ Famitac
 BEA: Ee/ exactamente con noventa y uno/ ciento diecisiete/ seiscientos tres
 ÁNGELES: ¡Carla Miralles!
 BEA: Veinticinco/ nueve seis tres/ ocho diecisiete
 ÁNGELES: ¿Y el otro que se llamaba igual?
 BEA: Pedro Antonio Rodríguez Miralles / o lo que sea/ esta familia no tiene pasta/ ¿sabes?
 ÁNGELES: Ya/ oye/ (()) (RISAS)
 BEA: ¡Qué barbaridad/ qué barbaridad!/ pero eso/ so salen cuarenta mil/ con el Rodríguez/ o con el Martínez/ o con el Miralles/ por ahí/ porque son todos de la misma peña/ ¿eh?
 ÁNGELES: Tenemos que (())
 Bea: Yo creo que sí/ vamos/ a ver sí hay algún guapo (RISAS) en la familia
 ÁNGELES: Bueno/ tampocooooo
 BEA: Tampoco/ vamos a ser tan exigentes/ vamos es que, no es impres[cindible] (RISAS)/ con estos bolsillos/ no es imprescindible
 ÁNGELES: No ((...)).
 (C-8)

Esta tendencia femenina puede suponer en la contratación bursátil una estrategia antieconómica y poco efectiva, sin embargo, y como hemos descrito anteriormente, en la modalidad de las ventas si resulta efectiva. La preferencia femenina por el habla colaborativa, en la que no hay una sola persona que expone el tema, sino que la charla evoluciona gracias a las sucesiva y breves intervenciones de los diferentes participantes, se adapta perfectamente a la conversación hablante bursátil-cliente. Por esto, las interrupciones en las conversaciones femeninas buscan, más que hacerse con el turno, implicar a los hablantes en la meta común del diálogo, por lo que se ven como recursos de empatía y participación en la evolución del discurso. Para las mujeres, el solapamiento que mantiene en el uso de la palabra al que estaba hablando no se concibe como una interrupción, sino como un recurso más de la conversación cooperativa. Las mujeres emplean directivas que minimizan las diferencias, invitan a colaborar, no ordenan, en vez de imponer su opinión sugieren con fórmulas como “podríamos”, “tal vez”, “no les parece bueno”. Así, formulan sus demandas a manera de propuestas y no de órdenes, dejando abierta la posibilidad de que los otros expresen sus preferencias, minimizando el conflicto.

En el aspecto verbal, la mujeres difieren de los hombres al usar expresiones más atenuadas, evitando por lo general las frases hirientes o agresivas, el lenguaje malhablado, las blasfemias, etc. De ahí que el habla femenina esté generalmente más cercana a las formas prestigiosas o estándares:

Por el contrario, el empleo de un lenguaje más cuidado y semejante al de los estratos medios y altos de la sociedad se identifica con valores de feminidad (Lozano, 1995:143).

Esta diferenciación con respecto a los varones está directamente relacionada con la educación que reciben ambos sexos. A las niñas se les reprime con mayor insistencia el uso de tacos o expresiones violentas, como las maldiciones. Véase a este respecto el siguiente intercambio entre dos corredoras:

LUISA: Te los compro al treinta
 TERESA: Treinta/ voy a intentarlo
 LUISA: Vale //¡Teresa!
 TERESA: ¡Sí!
 LUISA: Vale
 TERESA: (()) ¿eh?
 LUISA: Vale/ hasta luego
 (REINICIO EN OTRA LLAMADA)
 TERESA: ¡Fuera!, Luisa
 LUISA: Pero es que te lo han dado/ ¿al treinta?
 TERESA: Sí
 LUISA: Pos, gracias, bonita
 TERESA: Hasta luego
 LUISA: Venga, hasta ahora.

(A-14)

Si bien observamos en el ejemplo que las corredoras acercan su estilo a la orden directa y eliden las fórmulas corteses como el saludo, vemos que la tendencia generalizada entre las corredoras es a utilizar un léxico más prestigioso, evitando las palabras malsonantes y la entonación marcada.

Una estrategia que difiere considerablemente con respecto al discurso de los varones es la manera como éstas manifiestan su atención. La mujer no sólo escucha a su interlocutor, sino que se esfuerza porque éste se sienta escuchado. Es consecuencia de esta actitud el hecho de que las mujeres incluyan en su discurso más palabras con función fática para explicitar su atención durante la escucha, tales como “sí”, “ajá”, “claro”. Esta estrategia refuerza la conexión, estrecha el vínculo y anima al otro a seguir comunicando.

Estos son, a grandes rasgos, las diferencias estratégicas adoptadas por hombres y mujeres en sus intercambios comunicativos. Es evidente que hablamos de nociones generales asociadas al género que pueden ser más o menos patentes dependiendo de cada individuo, de condicionantes sociales, ambientales, culturales, laborales, etc. Cuando hablamos del condicionante ambiente o actividad profesional y, en concreto, de la labor bursátil, la pregunta que nos hacemos es: ¿cuál de las modalidades genéricas es la más acertada en la Bolsa?

3. EL GÉNERO DEL OFICIO BURSÁTIL: MARCAS MASCULINAS

En la Bolsa trabajan hombres y mujeres que realizan las mismas funciones y comparten similares responsabilidades. Con esto queremos decir que dentro de la “mesa” no hay funciones especialmente desempeñadas por mujeres y otras por hombres. De hecho, en una de las mesas de contratación de la cual hemos podido obtener registros magnetónicos, el jefe de mesa (la jefa de mesa) era mujer y el grupo al que dirigía estaba formado, en su mayoría, por hombres.

Véase una conversación entre una corredora (Ana) miembro del mercado y su cliente, también corredor (Esteban), que le “pasa” una orden de compra. Ambos hablantes tienen el mismo nivel jerárquico dentro de sus respectivas agencias y realizan funciones similares:

ANA: Dígame
 ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
 ANA: ¿Perdona?
 ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto
 ANA: Pues ahí te pongo
 ESTEBAN: ¡Venga! (ruido de las teclas del ordenador)
 ANA: Ahí estás

(A-2)

Sería difícil descubrir por marcas en el lenguaje cuál es el género de los hablantes. Un corredor ordena a un compañero compre de forma inmediata unas acciones y el otro ejecuta la orden. Esteban emplea la orden directa, sin recurrir a fórmulas que minimicen la

imposición, obvia fórmulas corteses como el saludo o la despedida. Por su parte, su interlocutora no entra en conflicto por el estilo impositivo de su compañero y obedece a la demanda de forma inmediata y directa. No se extraña ni se siente agredida por la ausencia del saludo o la despedida, que ella misma desecha. Previsiblemente, la situación y las estrategias serían exactamente las mismas si quien emitiera la orden fuera la mujer y quien la recibiera un varón.

Si trasladáramos este estilo de habla al ámbito familiar o a otro contexto laboral, el conflicto y la ruptura del contacto comunicativo estarían asegurados y el hombre sería tachado de machista o, cuanto menos, descortés. Pero en la Bolsa esto no ocurre. Como adelantamos atrás, las necesidades de la labor bursátil obligan a reelaborar normas que regulen los intercambios comunicativos, con el fin de evitar conflictos ante actos de habla que necesitan ser claramente impositivos –ordenar, demandar, aconsejar–, que deben expresarse de forma directa y, en ocasiones, hasta violenta. Esta condición, más relacionada con la naturaleza del oficio que con el género del hablante, hace que la modalidad identificada como masculina sea la más idónea a las necesidades comunicativas del oficio bursátil, sobre todo en lo que respecta a la *contratación*, en la que la eficacia y la rapidez son dos factores básicos para la efectividad del intercambio. Sin embargo, no es posible obviar el hecho de que si bien la labor parece necesitar estas estrategias más ligadas al género masculino, son los hombres los que históricamente han hablado en la Bolsa y, por tanto, han extremado hacia el terreno estilístico masculino esa necesidad.

Volvamos ahora al primer ejemplo, en el que dos corredores hombres intercambian información sobre el estado de una operación, cuya cotización ha bajado de forma alarmante:

ANSELMO: ¡Esterban!
 ESTEBAN: ¿Quién eres?
 ANSELMO: Anselmo
 ESTEBAN: Dime, Anselmo
 ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto
 ESTEBAN: Nada macho/ me están pagandooo/ el seis cinco, ahora mismo
 ANSELMO: ¡Joder!
 ESTEBAN: Es que le está pegando una leche de cojones
 ANSELMO: ¿Qué hacemos?
 ESTEBAN: Con lo qué tú quieras
 ANSELMO: No joder pero/ orientame un poco, macho
 ESTEBAN: Yo creo que va a recuperar
 ¿: Aló, te estoy dando a setenta (VOZ FEMENINA DE FONDO QUE HABLA EN LA MESA)

ANSELMO: ¡Aaah! (miedo)/ vale perdóname/ vamos a esperar/ venga, vale
ESTEBAN: Venga/ hasta luego.

(A-8)

Este intercambio reúne todas las características propias del estilo de habla masculino descritas anteriormente. El intercambio se inicia con la identificación de los participantes, básico en la Bolsa, ya que establece las partes contratantes. En este tipo de intercambio, el saludo retrasaría la emisión de la orden o, en este caso, la obtención de la información. La demanda de información se hace de forma directa y con una entonación de voz muy marcada. El destinatario siente esta petición directa como normal y responde sin tapujos ni matizaciones, sabiendo que la bajada brusca de la cotización perjudica a su interlocutor. En ningún momento hace un esfuerzo por minimizar la gravedad de la caída del precio de las acciones, ya que la veracidad informativa prima sobre el mantenimiento de la conexión.

Las sucesivas intervenciones de ambos corredores, en las que se opta por un lenguaje soez y malsonante para expresar el malestar que provoca la situación y que desde el punto de vista informativo no son necesarias, son indicativas de una conducta verbal más cercana a la de los varones. El uso de formas estigmatizadas –lenguaje soez o términos argóticos– es frecuente en la Bolsa, como ya hemos destacado en otros apartados, sobre todo en las conversaciones en las que sus hablantes son varones y, además, unidos por una relación de familiaridad.

La formulación de las demandas como imperativos (“No joder/ pero *oríentame* un poco macho”) es lo habitual, tanto en conversaciones mixtas como en las de un mismo sexo (masculinas o femeninas). Sin embargo, en conversaciones entre mujeres estas estrategias se mitigan, se reducen las expresiones malsonantes y se suaviza la entonación.

Finalmente, la expresión de una orden (“¿qué pasa con el doce?”) o una demanda (“No joder/ pero *oríentame* un poco macho”) de forma directa, tajante y hasta con rudeza verbal, no sólo no es vista como una agresión a la libertad del otro o como una grosería intolerable, sino que es reflejo de un estilo que tiene carta de idoneidad en la Bolsa. Así, no es de extrañar que en las conversaciones bursátiles los gritos y gestos de agresividad sean habituales, sin que en ningún momento se obstaculice la buena relación de los corre-

dores; por el contrario, es una manera habitual de fomentar la camaradería entre compañeros. Esa confianza entre corredores es el factor contextual que facilita la libertad expresiva, es decir, el descuido formal, el empleo de un léxico más cercano a la modalidad coloquial y hasta vulgar, la omisión de rutinas corteses, la explosión emocional (blasfemias, tacos, frases hechas, etc.); estrategias que facilitan la fluidez expresiva e interpretativa en el medio bursátil.

En definitiva, la demanda de información y el dar órdenes son actos de habla con sustanciales al oficio bursátil; si sumamos a este hecho el factor tiempo, tendremos los condicionantes del tipo de discurso que hemos descrito antes. El estilo de habla identificado como masculino se adapta perfectamente a estos condicionantes, resultando sin duda el más idóneo para este tipo de comunicaciones, sobre todo en la *contratación*.

Otra marca del habla masculina en las conversaciones bursátiles son los frecuentes *solapamientos*, sobre todo en intercambios cuyo objetivo es el análisis de los indicadores bursátiles. En este tipo de conversaciones, los corredores comparten opiniones que suelen argumentar con cifras, rumores, movimientos en los índices, etc. Véase el siguiente fragmento de una conversación más larga entre corredores con una estrecha relación de familiaridad:

JUAN: Pero baja ya el bono español, ¿no?

CARLOS: Está bajando, un pipo

JUAN: ¡Jooder!/ °(macho)°/ °(mierda)°

CARLOS: Perooooo/ ¡Juan Pablo, tío!

JUAN: ¡Qué!

CARLOS: Eeeh/ que bueno/ [que no está mal]

JUAN: [Por lo menos/ por lo menos no se desploma]

(C-4)

Sin embargo, en este fragmento no podemos hablar de interrupción –frecuente en las conversaciones masculinas–, sino más bien de solapamiento, ya que el corredor no busca con su interrupción robar el turno a su compañero o cambiar el asunto tratado, sino mantenerse activo y no perder presencia en el intercambio.

Véase este otro fragmento de la misma conversación en el que los solapamientos son más frecuentes y sucesivos:

JUAN: A mí es una compañía que, el otro día me estuve viendoooo/ tal/ me gusta/ y luego me fui a/ a ver los precios/ porque hace tiempo, que no la seguía/ sí que se han puesto ya en máximos, de no sé cuánto tiempo [(()) un cien por cien

CARLOS: [Por eso te digo/ o sea /yo cre que está/ oye te advierto que lo de Aguas/ o sea/ es una commpañía/ a brutal/ porque es/ <sí sí> ¿eh?/ una compañía, buenísima, <a mi me gusta> tal/ y además muy serios/ y todo <sí, sí>/ ¿eh?/ yo me acuerdo que estuvimos viéndoleees/ macho <uju>/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, ¡apelotantes!/ y todo ¿eh?/ pero lo que pasa que, bueno que

JUAN: Y es la única compañía en la que puedes invertir en, aseguradores/ ¿eh?/ privados/ en España/ <ju ju> que cotice en bolsa/ <sí sí> y es un sector/ que joder/ que está ahí/ que va a tirar <uju>

(C-4)

En este otro caso, el habla simultánea es más habitual y en principio, debido a que no obstaculiza el habla del otro ni se cambia el tema de la conversación, los solapamientos pueden ser interpretados como colaborativos, más habituales en el habla femenina. Pero esa no es su función ni su motivación. Carlos está informando a su interlocutor, en calidad de corredor (ventas) que presta un servicio a su cliente, de cuáles son los valores que se están recomendando como rentables. Esto lo colocaría en una posición de superioridad con respecto al otro, al estar en posesión de la información. Su interlocutor, que admite este reparto de roles, ya que obtiene un beneficio de la información aportada por su corredor, no se resigna a mantener un papel pasivo e intenta mantener su cuota de participación haciendo ver a su compañero que está al tanto de la información y que comprende (técnicamente hablando) perfectamente sus razonamientos. Las relaciones de poder en la Bolsa tienen características especiales; la jerarquía y las diferencias de estatus entorpecen la comunicación entre corredores, de ahí que se obvие este tipo de factor, aspecto que estudiaremos a fondo más adelante.

Reflejo verbal de esta lucha por defender o mantener la cuota de participación (o presencia activa) es un rasgo que, en principio, podría ser asociado a una marca del estilo femenino más cooperativo, pero que en las conversaciones entre corredores tiene otras connotaciones. Nos referimos a las palabras que explicitan la atención durante la escucha, tales como “sí”, “ajá”, “ya” “vale”. Claro que también debemos tener en cuenta que la conversación se hace por teléfono, factor que obliga a incrementar las marcas de atención verbales, al invalidarse las de tipo gestual.

CARLOS: Lo vendieron/ lo soltaron / ¿eh?/ y se ganaron una pasta <ah>/ ¿eh?/ entonces eeeh/ lo que pasa que aunque los resultados de explotación sigan creciendo un treinta por ciento <sí>/ ¿eh?/ eh creemos que ha subido mucho/ el tema de Aguas <claro/ claro>/ el tema de Aguas es que /mnnn/ como entra y sale del Íbex, cada seis meses <ya>/ ¿eh?/ se mueve por eso/ entonces se va hasta las dos mil ochocientas/ y <sí> a tres mil cuatrocientas/ y entonces creemos que ha subido ya mucho/ aunque sigue estando en el Íbex/ que es el problema/ ¿no? <ajá>/perooo/ nosotros creíamos que, si yaaa/ llevamos/ aquí unaaa/ se puede llegar aquí/ un/ unnn/ una plusvalía maja/ ¿eh?/ y yo creo que se puede reducir algo, macho/ ¿sabes?/ los resultados no han sidooo/ no han sidooo/ tampoco, muy buenos/ ¿sabes?

(C-4)

El fragmento refleja el habla monologal del corredor experto, que informa a su cliente sobre las características de una compañía, colocándose en una situación de supremacía con respecto del otro. Por su parte, el oyente, gracias a las marcas de atención, defiende una presencia de escucha activa que no busca solidaridad, sino defender su estatus: “entiendo la información, estoy parcialmente informado, estoy de acuerdo contigo”.

Las interrupciones bruscas con el fin de quitar el turno al contrario no son habituales en la Bolsa, sobre todo en lo que se refiere a las conversaciones en las ventas. Entre los corredores se establece una relación más que de dominación, de cooperación necesaria e interesada. El que informa busca obtener de su cliente una orden de compra o venta que incremente las comisiones de la agencia; y el cliente se deja aconsejar, ya que con ello consigue orientación y cierta fiabilidad a la hora de invertir. En la contratación se da una situación similar: el corredor miembro del mercado recibe y ejecuta las órdenes de otras agencias que necesitan de sus servicios para hacer efectivas las operaciones de sus clientes a cambio de las comisiones. Esta relación de interdependencia es simétrica, cada uno descansa en el otro, nadie está por encima ni por debajo, todos obtienen los mismos beneficios.

Este aspecto contextual determina la manera como los hablantes aceptan los actos impositivos –ordenar y aconsejar–, ya que reciben un beneficio a cambio. Esta es la clave de lo que explicábamos anteriormente cuando nos referíamos a una adaptación de las reglas habituales del comportamiento social a las necesidades comunicativas de la labor bursátil. En otro ambiente que no sea el bursátil, una orden directa emitida entre gritos es considerada una clara agresión; en la Bolsa, el corredor que recibe la orden sabe que el

modo (violento) es el necesario e inevitable en un día de tensión en los mercados y sabe que el cumplimiento de esa orden repercutirá en su beneficio y en el de la agencia.

La tendencia generalizada en el habla coloquial de los varones, asociada a la masculinidad u hombría, en la que un grupo de amigos utiliza con naturalidad y soltura un lenguaje estigmatizado como reflejo y alimento de la camaradería entre sus miembros se traduce de forma casi idéntica en las conversaciones entre corredores amigos. De ahí el uso y, en ocasiones abuso, del lenguaje soez, de los términos de origen argótico y de las referencias de tipo sexual. Esta necesidad de establecer una relación simétrica entre los compañeros de trabajo que facilite la comunicación espontánea y haga innecesarias las formalidades propias de intercambios dominados por el estatus —cosa que retrasaría la emisión—, pareciera estar más cerca del estilo de habla femenino que del masculino, sin embargo, la manera como los corredores estrechan vínculos es más propia de las relaciones masculinas.

Esta predisposición al lenguaje soez y las referencias de tipo sexual se dan, casi de forma exclusiva, en conversaciones entre corredores masculinos. Cuando el corredor habla con una compañera, modera su lenguaje y opta por una modalidad estándar, cercana a las formas prestigiosas. Este hecho lo hemos constatado en los registros hablados y en nuestras entrevistas con los corredores varones. Véase un intercambio mixto:

GUSTAVO: ¿Y cómo está eso?

SUSANA: Dieciocho a veinticuatro/ veinte contra cuarenta y seis/ dieciocho a veinte

GUSTAVO: ¿Por qué están vendiendo?// ¿está pasando algo por ahí?

[¿: la demanda del diez/ la demanda del diez está ahí]

SUSANA: Pues no lo sé/ no/ no sé/ pero están dando/ a lo bestia

GUSTAVO: ¿Dieciocho a veinte?

Susana: Sí/ están comprando a veinte, ahora/ diecisiete a veinte/ la oferta para ocho/ y pagan dos contratos, sólo

GUSTAVO: Dos por ocho ¿no? ((...))

(SE CORTA Y SE REANUDA LA CONVERSACIÓN TELEFÓNICA)

SUSANA: Dieciocho a/ dieciocho a veinte, ahora/ están comprando a veinte/ pero ponen más oferta a veinte/ treinta y ocho contra cincuenta y dos (pausa larga)

GUSTAVO: Pero es que no se ha movido nada/ la pela está un poquito peor/ pero

SUSANA: °(Uju)°

(A-6)

Como puede verse claramente en el texto, se sigue la misma línea de intercambio prototípico de contratación bursátil, en el que no encontramos marcas de género más allá de la ausencia de la modalidad estigmatizada (vulgar y argótica) propia del habla masculina. El corredor, al tener un interlocutor femenino, modera su lenguaje acercándolo a formas neutras dentro de la jerga especializada. Se mantiene el estilo de habla masculino que hemos venido describiendo, pero se moderan sus excesos. Véase ahora un intercambio entre corredoras:

LUISA: Teresa/ mil seiscientos tengo que comprar
 TERESA: Cómo te pongo mil seiscientos, efectivos
 LUISA: Los seis treinta/ tú me dices/ ¿vale?
 TERESA: Venga/ vale
 LUISA: Hasta ahora.

[CONTINUACIÓN DE LA OPERACIÓN EN OTRA LLAMADA TELEFÓNICA]

LUISA: Te los compro al treinta
 TERESA: Treinta/ voy a intentarlo
 LUISA: Vale //¿Teresa!
 TERESA: ¡Sí!
 LUISA: Vale
 TERESA: (()) ¿eh?
 LUISA: Vale/ hasta luego
 (REINICIO EN OTRA LLAMADA)
 TERESA: ¡Fuera!, Luisa
 LUISA: Pero es que te lo han dado/ ¿al treinta?
 TERESA: Sí
 LUISA: Pos, gracias, bonita
 TERESA: Hasta luego
 LUISA: Venga, hasta ahora.

(A-14)

El único dato que nos permite adivinar que quienes hablan son dos mujeres es el apelativo “bonita” que viene a sustituir al equivalente masculino “macho”, ya que ambas corredoras manejan la jerga bursátil al igual que sus compañeros varones; la única diferencia notable en el habla de hombres y mujeres en la Bolsa se centra en el léxico –más vulgar–, en la entonación –más marcada– y en un tono de voz más alto, en ocasiones cercano al grito. Sin embargo, cuando las condiciones ambientales son tensas y bruscas –caídas o alzas súbitas, cambios inesperados en los mercados, rumores, etc.– el estilo de habla femenino se acerca a esa violencia expresiva que hemos descrito como propiamente masculina.

3.1. EL CHISTE EN LA COMUNICACIÓN ENTRE CORREDORES

Una marca casi exclusiva del estilo de habla masculino asociado a la negociación del estatus es el *chiste*². En la Bolsa, al igual que en las conversaciones masculinas en otros ámbitos, se valora especialmente la habilidad para contar historias o chistes:

La función de los chistes como mecanismos de ejercicio de poder sobre los que están escuchando es evidente. El que cuenta un chiste no sólo es el centro de atención, sino que tiene la ocasión de mostrar sus habilidades y la tranquilidad de disfrutar del uso de la palabra sin el peligro de las interrupciones (Lozano, 1995: 182)

El intercambio de anécdotas graciosas, chascarrillos, chistes –transmitidos oralmente–, viñetas, decálogos, u otro tipo de texto de carácter lúdico –transmitidos vía fax o *e-mail*– forma parte de la cotidianidad de la labor bursátil. La mayoría de ellos son de contenido sexual o escatológico, en ocasiones bastante “subidos de tono”, lo que los hace de consumo casi exclusivamente masculino³. También son comunes los de contenido sexista, en los que se ridiculiza bien a la mujer, bien al hombre, sin que, al parecer, predomine un tipo en especial. Véase el siguiente texto difundido por fax a diferentes agencias bursátiles, en el que, desde una perspectiva femenina, se ridiculizan costumbres “típicamente masculinas”:

² “El chiste es un subgénero humorístico y pseudoliterario, que se mueve habitualmente en el terreno de la ficción y se define por su función lúdica, su intencionalidad cómica, su brevedad, su efecto-sorpresa y su cierre previsto” (Vigara, 1994: 24)

³ Muchos de estos chistes, debido a su carácter pornográfico y a la crudeza de las imágenes, circulan a través de los correos electrónicos personales de los corredores, evitando así los filtros institucionales.

CURSILLOS PARA HOMBRES - OTOÑO 96.

Los cursillos intensivos de una semana de duración cada uno, se impartirán durante los meses de Otoño. Esta es la lista de cursos que se impartirán durante este año.

Cursos Otoño 1996:

- 1-. Como combatir la idioticia.
- 2-. Por qué no es malo regar las plantas (con gráficos).
- 3-. Tú también puedes ser copiloto.
- 4-. Tú también puedes planchar.
- 5-. Preserva la belleza de tus pies: Córtales las uñas.
- 6-. Ventajas de contratar a un técnico para arreglar los aparatos: tú y la electrocución.
- 7-. Cómo se llena la cubitera paso a paso (con diapositivas).
- 8-. Supervivencia I: cómo freír un huevo.
- 9-. Supervivencia II: cómo sacar un huevo frito de la sartén.
- 10-. Supervivencia III: cómo limpiar la cocina.
- 11-. Ser padres hoy, una tarea que no termina después del coito.
- 12-. Formas de evitar el ridículo al persistir en el error: los riesgos de apostar con tu esposa.
- 13-. Asunción de *tú propia* incompetencia.
- 14-. Tú: el sexo débil
- 15-. Motivos para colocar un rollo de papel higiénico nuevo cuando se acabe (con fotografías).
- 16-. Técnicas para mantenerse despierto después de coito.
- 17-. Técnicas para relajarte y dormir aunque tengas ganas..... es cuestión de intentarlo.
- 18-. Cómo bajar la taza del retrete paso a paso.
- 19-. El mando a distancia: cómo superar tu dependencia.
- 20-. El dilema matinal: ¿estás levantada?
- 21-. Trucos y sugerencias para no intentar parecer más joven que tus hijos.
- 22-. Una meta alcanzable: reducir la ingesta de alcohol.
- 23-. Por qué no es necesario agitar las sábanas después de tirarte un pedo.
- 24-. Los hombres de verdad también preguntan a los transeúntes si se pierden.
- 25-. Tu ropa I y II: cómo doblarla y meterla en el armario.
- 26-. Tu ropa III: cómo meterla en la cesta de la ropa sucia.
- 27-. La lavadora: esa gran desconocida.
- 28-. La silla y su función como percha de los calzoncillos usados.
- 29-. Como mear dentro del retrete (con prácticas de grupo).
- 30-. Ejercita tus brazos: el yaciado de los ceniceros.
- 31-. Rehabilitación locomotriz: girar un estropajo jabonoso por el exterior de la olla sucia.
- 32-. Rehabilitación locomotriz avanzada: girar un estropajo jabonoso por el interior de la olla sucia.
- 33-. La bañera peluda: que hay que hacer después de ducharse.
- 34-. Molestias nocturnas e insomnio: por qué es conveniente no comer galletas en la cama.
- 35-. ¡No seas hortera!: (Ejemplo: no te pongas calcetines con las sandalias).

En este otro se exagera, en clave de humor, el habitual recelo que suele sentir el padre –o se le suele atribuir– hacia los pretendientes de una hija. En este caso se juega con un estereotipo y el mecanismo que genera la risa es la hipérbole que extrema rasgos asociados a la masculinidad:

FORMULARIO PARA SOLICITAR SALIR CON MI HIJA⁴

1. Nombre completo _____ Fecha de Nacimiento _____

2. Altura _____ Peso _____

3. Número seguridad social _____ Numero Carnet Conducir _____

4. Rango de Boyscout _____ Fecha en que conseguiste tu Águila Scout _____
(Requisito imprescindible)

5. Grupo sanguíneo _____ (Incluir muestra ahora)

6. Eres donante de órganos? S / N

7. Quieres convertirte en donante de órganos? S / N

8. Dirección particular _____
Población _____ C.P. _____ Provincia _____

9. Tienes dos padres de distinto sexo (Uno hombre y otro mujer)? S / N

Si la respuesta es NO, por favor explícalo:

10. Años que tus padres llevan casados (Por la iglesia) _____

11. Posees una camioneta? S / N

12. Un camión con ruedas supergrandes? S / N

13. Una cama de agua? S / N

14. Tienes algún piercing. Ejemplo: pendiente, aro en la nariz, pendiente en el ombligo?
S / N

15. Un tatuaje? S / N

16. Te gusta la música Rap, punk o Heavy Metal? S / N

17. Sabes quién mató a Pepe anoche en el Parque Central? S / N

(Si has contestado SI a las preguntas de la 11 a la 17, abandona este formulario, MÁRCHATE AHORA ! Puedes volver a intentarlo dentro de 10 años como mínimo)

18. En 20 palabras o menos, qué significa “TARDE” para ti?

19. En 20 palabras o menos, qué significa “NO TOQUES A MI HIJA” para ti?

20. En 20 palabras o menos, qué significa “ABSTINENCIA” para ti?

21. Iglesia a la que asistes _____ Cada cuanto tiempo? _____

22. Durante cuántos años fuiste niño del coro o ayudante en el altar? _____

⁴ El texto se ha trasladado de forma literal, sin correcciones ni de sintaxis ni de ortografía.

23. Cuándo sería el mejor momento para entrevistarme con tu padre, tu madre y tu sacerdote? _____

Responde rellenando el espacio en blanco. (Por favor, contesta libremente, todas las respuestas son confidenciales)

A. Si me dispararan, el último lugar de mi cuerpo en que quisiera ser herido es _____

B. Si fuera golpeado, el último hueso que querría roto es _____

C. El lugar de una mujer es _____

D. Lo único que espero que no me pregunte este formulario es _____

E. Cuando veo a una chica por primera vez, la primera cosa en la que me fijo es _____

NOTA: Si la respuesta a "E" comienza por T o C, no hace falta que continúes. MÁRCHATE RÁPIDAMENTE CON LA CABEZA BAJA, HACIENDO ESES Y MIRANDO SOBRE TU HOMBRO)

Pregunta BONUS: Qué quieres ser si creces? _____ -

JURO QUE TODA LA INFORMACIÓN FACILITADA ANTERIORMENTE ES VERDADERA Y CORRECTA BAJO PENA DE MUERTE, DESMEMBRAMIENTO O LENTA TORTURA.

_____ Firma _____ Huella Dactilar

_____ Notario Público _____ Fecha

Pegar foto aquí

Véase este otro, en el que se describen en clave de humor las posibles acepciones de uno de los términos más habituales en el habla de los varones. En este caso, el fundamento humorístico radica en el manejo lúdico del propio lenguaje (metalingüístico):

Attn:

RIQUEZA DEL CASTELLANO

Un ejemplo de la riqueza del castellano es el número de acepciones de una simple palabra, como puede ser la muy conocida y frecuentemente utilizada, que hace referencia a los atributos masculinos: *cojones*

Si va acompañado de un numeral tiene significados distintos, según el número utilizado. Así, *uno* significa caro o costoso (valía un cojón), *dos* significa valentía (tiene dos cojones), *tres* significa desprecio (me importa tres cojones), un número muy grande y *par* significa dificultad (lograrlo me costó mil pares de cojones).

El verbo cambia el significado. *Tener* indica valentía (aquella persona tiene cojones), aunque *en admiración* puede indicar sorpresa (¡tiene cojones!); *poner* expresa un reto, especialmente si se ponen *en algún lugar concreto* (puso los cojones encima de la mesa). Se les utiliza para *apostar* (me corto los cojones) o para

amenazar (te corto los cojones).

El tiempo del verbo utilizado cambia el significado de la frase. Así, el *presente* indica molestia o hastío (me toca los cojones), el *reflexivo* significa vagancia (se toca los cojones), pero el *imperativo* significa sorpresa (¡tócate los cojones!).

Los prefijos y sufijos modulan su significado: *a-* expresa miedo (acojonado), *des-* significa refirse (descojonarse), *-udo* indica perfección (cojonudo), pero *-azo* se refiere a la indolencia o abulia (cojonazos).

Las preposiciones matizan la expresión: *de* significa éxito (de cojones) o cantidad (hacia un frío de cojones), *por* expresa voluntariedad (por cojones), *hasta* expresa el límite de aguante (estoy hasta los cojones), pero *con* indica valor (con cojones) y *sin*, cobardía (sin cojones).

El *color*, la *forma* o la *simple tersura* o *tamaño* aportan significado. El *color violeta* expresa frío (se

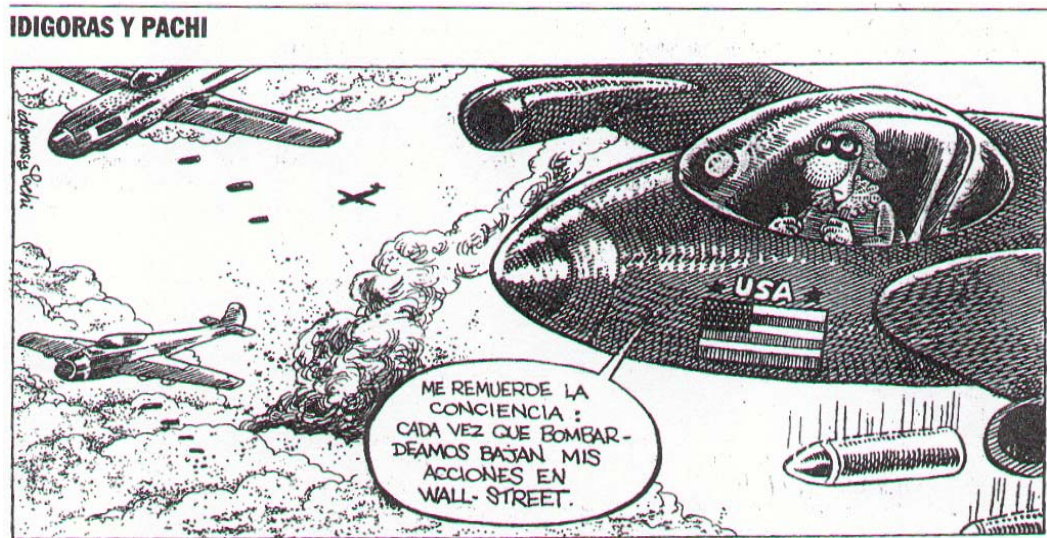
me quedaron los cojones morados), la *forma*, el cansancio (tiene los cojones cuadrados), pero el *desgaste* implica experiencia (tiene los cojones pelados de repetirlo). Son importantes el *tamaño* y la *posición* (terría dos cojones grandes y bien plantados); sin embargo, hay un *tamaño máximo* que no puede superarse... (tiene los cojones como el caballo del Espartaco), porque entonces indica torpeza o vagancia (los tiene tan grandes que se los pisa, le cuelgan, se sienta sobre ellos e incluso, necesita una carretilla para llevarlos).

La *interjección* ¡cojones! significa sorpresa y cuando uno se haya perplejo los solicita (¡manda cojones!).

En ese lugar reside la *voluntad* y de allí surgen las *órdenes* (me sale de los cojones). En resumen, será difícil encontrar una palabra en castellano o en otros idiomas con mayor número de acepciones.

Acompañando al chiste de contenido sexual o sexista (oral o escrito), encontramos aquellos que se inspiran en el propio medio bursátil, haciendo hincapié, sobre todo, en la naturaleza puramente materialista del mundo financiero, predominando los de humor negro o irónicos. Las fuentes de este tipo de chistes pueden ser múltiples: viñetas en medios gráficos y periodísticos, especializados o no, nacionales o extranjeros. Son textos

que se difunden por fax o *email*, este último de uso cada vez más frecuente⁵. La mayoría de estos chistes se circunscriben al mundo financiero, teniendo –en muchos casos– poco sentido para el individuo ajeno a la Bolsa. Véase cómo esta viñeta sacada del diario *El Mundo* por un corredor y difundida vía fax a otros corredores, tiene un claro objetivo autocrítico:



También documentamos esta viñeta de Forges, sacada también de *El Mundo*, en la que se ridiculiza el trabajo del *broker* que, en un intento desesperado por hacer negocio, es capaz de vender sus productos en la calle.



⁵ Ha sido imposible, en el caso de las viñetas, encontrar las referencias bibliográficas completas, ya que cuando los recogimos eran textos antiguos que llevaban algún tiempo circulando entre los corredores vía fax.

Esta otra viñeta en inglés, tiene a los trabajadores de la Bolsa como sus exclusivos destinatarios. En ella se ironiza de manera bastante macabra con el riesgo que corren los que deciden invertir en *derivados* financieros:



O este otro, también de exclusivo consumo por especialistas, en el que se satirizan los papeles, en ocasiones enfrentados, del gestor de capitales y del corredor de Bolsa:

Mira lo que me acaban de enviar. Espero que nadie se me mosquee.....

Saludos.

Subject: BROKERS Y GESTORES

Message text:

Este chiste dice verdades COMO PUÑOS sobre brokers y gestores.

Un hombre viaja en un globo aerostático y de repente se da cuenta de que se ha perdido. Reduce altitud y se dirige a un hombre que pasaba por allí: "Perdone, buen hombre, puede ayudarme? Prometi a un amigo que me reuniría con el hace una hora, pero no se donde estoy".

El de abajo le contesta amablemente: "Esta Vd. en un globo de aire caliente a unos 10 metros de altura, situado a una latitud entre 40 y 41 grados Norte y a una longitud entre 56 y 57 grados Oeste".

A lo que el hombre perdido en el globo contesta: "Vd debe ser un broker".

"Efectivamente, como lo ha sabido", contesta el hombre del suelo.

"Porque todo lo que Vd. me ha contado debe ser técnicamente correcto, pero no tengo ni idea de que hacer con esa información, y el hecho es que sigo perdido. La verdad es que no me ha sido Vd. de mucha ayuda".

El broker contesta: "Pues Vd. debe ser un gestor de fondos".

"Pues si, lo soy, como lo sabe?"

"Pues porque no sabe Vd. ni donde esta ni a donde va. Ha subido a su actual posición gracias a una gran cantidad de aire caliente. Ha hecho una promesa que no tiene ni idea de como cumplir, y espera que yo le solucione el problema. La realidad es que esta Vd. exactamente igual que antes de conocerme, solo que ahora, no se sabe como, resulta que todo es por mi culpa".

La anécdota es otro de los recursos de humor frecuentes en las conversaciones entre corredores; casi siempre relacionada con el mundo profesional, tiene como temas habituales personajes o sucesos curiosos del medio bursátil y no siempre su motivación es la comicidad:

CARLOS: Me recuerda a unn/ tío que trabajó conmigo, que estaba loco/ el hombre/ ¿no?/ tenía una especie de esquizofrenia/ y escribíaaa/ escribía cosas/ claro nos, nos enteramos por/ un compañero que/ estaba en una mesa/ en su departamento ¿no?/ entonces le veía/ era un tío con muchos problemas/ de de relación, con la gente/ y tal/ no de relación personal/ porque estaba casado, y tal/ pero sí a nivel de de trabajo/ estaba bastante frustrado/ entonces le veía que estaba todo el día/ era un tío que/ aparentemente no tenía nada, nada de trabajo <ajá>no tenías movidas de/ de estaba todo el día escribiendo/ entonces éste descubrió que al final del día/ después de estar escribiendo un rato/ cogía la hoja, la doblaba/ hacía dos trocitos (()) que era un cabrón/ un día se quedó/ para después buscar en la papelera/ yyy/ empezó a hurgar/ empezó a sacar papeles/ y aaa <a recomponer> al principio (EL RUIDO DE FONDO –MÁQUINAS Y VOCES– HACE IMPOSIBLE ENTENDER EL RESTO DEL INTERCAMBIO).

(D-16)

En este ejemplo, un grupo de corredores conversan en persona distendidamente sobre diversos temas y uno de ellos cuenta una anécdota curiosa de uno de sus antiguos compañeros. El efecto gracioso está en la forma como el corredor narra la anécdota, no tanto en el contenido. En este caso, se ejemplifica con claridad la función que cumplen este tipo de recursos discursivos en el entorno bursátil. El chiste o la anécdota permite estrechar los lazos de camaradería entre los corredores, facilitando el contacto profesional.

Otro fenómeno muy habitual en las conversaciones bursátiles relacionado con la anécdota y que surge de forma espontánea en medio de un intercambio de contenido profesional, consiste en extraer el lado gracioso de una situación o suceso que en principio no lo tiene. Suele fundamentarse en el saber compartido y en un tipo de acuerdo de cooperación en el que ambos corredores contribuyen a potenciar el lado humorístico del hecho. Este recurso de humor surge de forma espontánea y genera complicidad entre los que hablan. Véase el siguiente ejemplo ya citado, en el que son dos corredoras las que sacan partido, con fines lúdicos, a una conversación rutinaria de tipo administrativo:

ÁNGELES: A ver/ Famitac

BEA: Ee/ exactamente con noventa y uno/ ciento diecisiete/ seiscientos tres

ÁNGELES: ¡Carla Miralles!

BEA: Veinticinco/ nueve seis tres/ ocho diecisiete

ÁNGELES: ¿Y el otro que se llamaba igual?

BEA: Pedro Antonio Rodríguez Miralles / o lo que sea/ esta familia no tiene pasta/ ¿sabes?

ÁNGELES: Ya/ oye/ (()) (RISAS)

BEA: ¡Qué barbaridad/ qué barbaridad!/ pero eso/ so salen cuarenta mil/ con el Rodríguez/ o con el Martínez/ o con el Miralles/ por ahí/ porque son todos de la misma peña/ ¿eh?
 ÁNGELES: Tenemos que (())
 Bea: Yo creo que sí/ vamos/ a ver sí hay algún guapo (RISAS) en la familia
 ÁNGELES: Bueno/ tampocooooo
 BEA: Tampoco/ vamos a ser tan exigentes/ vamos es que, no es impres[cindible] (RISAS)/ con estos bolsillos/ no es imprescindible
 ÁNGELES: No ((...)).

(C-8)

Hemos descrito ampliamente en otros ejemplos las manifestaciones humorísticas en los intercambios entre corredores varones como una clara manifestación de camaradería y empatía entre compañeros. Este último ejemplo revela esa misma tendencia, esta vez, en el intercambio entre corredoras. Lo curioso es que este tipo de conversaciones no son frecuentes en los intercambios mixtos, sino más bien entre compañeros de un mismo sexo, con predominio evidente en las conversaciones masculinas. Los varones sienten coartada parte de la libertad expresiva que les permite el uso natural del lenguaje vulgar y argótico cuando su interlocutor es una mujer.

En general, la tendencia espontánea del corredor a las manifestaciones humorísticas es uno de los rasgos característicos del intercambio bursátil. El humorismo es una de las formas de desahogo emocional y expresivo más rentables y creativos con los que cuenta el hablante en la Bolsa y, además, una marca clara del predominio del estilo conversacional masculino en el contexto bursátil. Es más, la mayoría de los chistes son contados oralmente o transmitidos –vía fax o *email*– por hombres y para hombres, muchos de los cuales, debido a su componente erótico y, en ocasiones pornográfico, son vetados a las corredoras o, al menos, suavizados. Por otro lado, el intercambio de chistes estrecha vínculos de amistad y compañerismo entre corredores que comparten mesa de trabajo o entre colegas de diferentes agencias. Esta actividad lúdica facilita la empatía comunicativa entre compañeros, el conocimiento del habla del otro, la naturalidad y libertad expresiva, factores todos que, en definitiva, contribuyen a facilitar y agilizar el intercambio profesional.

3.2. LA CORTESÍA VERBAL EN LA BOLSA: ¿UNA MARCA DE HABLA MASCULINA?

La Bolsa es quizá –como ya hemos anticipado– uno de los medios comunicativos menos propicios a las estrategias corteses, por tres razones básicas: el principio que preva-

lece es el transaccional (transmisión eficaz de información), el tiempo de emisión es corto y la relación entre los hablantes es simétrica. Hasta podríamos afirmar que existen una serie de normas de convivencia social específicas del mundo bursátil en las que se aceptan como habituales ciertas transgresiones –al tacto, a la modestia, a la libertad de acción, al deseo de ser apreciado– intolerables fuera de las fronteras de la mesa de contratación.

Esta peculiaridad en el manejo de las estrategias de mantenimiento de la relación interlocutiva, si la comparamos con otros intercambios profesionales, responde a las especiales condiciones a las que se enfrentan los corredores: el ambiente crispado, en el que es difícil evitar la violencia expresiva –frases soeces con entonación exclamativa, apelaciones directas al tú, realce e intensificación formal, etc.–, y el escaso tiempo para la emisión hacen que los corredores prescindan de las rutinas verbales corteses. Esto propicia que los saludos y despedidas se simplifiquen y hasta se omitan, que los cambios de turnos se hagan de forma atropellada, casi violenta, y que la libertad expresiva sea la constante que predomine.

En síntesis, la conjunción de todos o parte de los factores antes mencionados, obligan a los hablantes a sacrificar o a minimizar las estrategias destinadas al mantenimiento de la relación comunicativa, sin que por ello se rompa el contacto o alguno de los hablantes sienta amenazada su imagen. Claro está que existe un acuerdo tácito –como se ha apuntado–; el registro bursátil no sólo establece unas estrategias comunicativas (lingüísticas o semánticas), sino también sociales.

La competencia comunicativa (llamémosla) “bursátil” tiene en cuenta y hasta hace necesario el manejo de estas estrategias normalmente “anticortesés”, ya que hasta el mantenimiento de la relación de camaradería entre los hablante necesita y potencia este tipo de modalidad y actitud comunicativa. Es más, el hablante bursátil siente como empático que su interlocutor sea directo, utilice un lenguaje coloquial y hasta un léxico malhablado, minimice rutinas verbales como el saludo y, en definitiva, se exprese de forma espontánea y sin ningún tipo de restricción verbal o modal.

En la Bolsa no es necesaria *la cortesía social* para conseguir y mantener una conversación fluida. Los corredores no necesitan seguir un modelo interactivo ya confeccionado y refrendado socialmente. Los patrones normales de cómo interrumpir, cambiar de tema, comprobar si hay atención o la simple toma de la palabra, que facilitan el mantenimiento de la conversación, en la Bolsa no siempre guardan relación con formas tipificadas. Véase cómo los siguientes intercambios son un reflejo claro de lo dicho:

JUAN: Sí, ¡dígame!
 CARLOS: ¡Don Juan Pablo!
 JUAN: ¿Qué pasa macho?
 CARLOS: ¡Qué pasa!
 JUAN: Pues que bajan un poco/ ¿eh?
 (C-4)

CARLOS: Nos la prometíamos muy felices macho, esta mañana/ yo con eel/ bonooo/ a ciento trece, macho (PARALELA A LA INTERVENCIÓN OÍMOS LA RISA DE JUAN)
 JUAN: ¡Qué putada!/ tío (ENTRE RISAS)
 CARLOS: No no no/ espérate/ espérate
 JUAN: ¿Cómo va el tema?
 CARLOS: Guate moment [*what moment*]/ no va mal tío/ yo qué sé, macho
 JUAN: Pero baja ya el bono español, ¿no?
 CARLOS: Está bajando, un pipo
 JUAN: ¡Jooder!/ °(macho)°/ °(mierda)°
 CARLOS: Peroooo/ ¡Juan Pablo, tío!
 JUAN: ¡Qué!
 CARLOS: Eeeh/ que bueno/ [que no está mal]
 (C-4)

ALVARO: ¿Tú crees que esto tire?
 ALBERTO: No/ yo laa/ esta mañana/ mi impresión personal, era menos veinte a más cinco/ el cierre de hoy
 ALVARO: Pues como el dato de Nueva York salga bien/ te envainas la opinión
 ALBERTO: Sí/ je je pa no/ pa no pillarme/ pero se va a quedar, yo creo queee/ por aquí, por el medio
 (C-1)

Estos fragmentos son el producto de la conversación entre un corredor miembro del mercado y su cliente, también corredor. Con esto destacamos que ambos hablantes son competentes en la jerga bursátil, lo que facilita la fluidez comunicativa y el conocimiento conjunto de un amplio contexto compartido. Como bien puede verse en el saludo, nada tipificado, al menos en rutinas verbales más formales, no así en el lenguaje cotidiano informal –por ejemplo, entre amigos–, la relación que existe entre los corredores es de familiaridad (“A: ¿Don Juan Pablo?/ B: ¡Qué pasa macho!”). De ahí que el factor extralingüístico que hace innecesarias las estrategias corteses es la proximidad vivencial que une a los

interlocutores. El objetivo de la conversación es el análisis de la situación del mercado y la orientación del corredor a su cliente:

JUAN: Pero baja ya el bono español, ¿no?
 CARLOS: Está bajando, un pipo
 JUAN: ¡Jooder!/ °(macho)°/ °(mierda)°
 CARLOS: Peroooo/ ¡Juan Pablo, tío!
 JUAN: ¡Qué!
 CARLOS: Eeh/ que bueno/ [que no está mal]

(C-4)

Este fragmento rompe con todas las maniobras descritas como corteses: carácter directo de las ilocuciones, referencia explícita al interlocutor, respuesta expresiva –con léxico soez y entonación exclamativa– que puede constituir un reproche directo a una posible previa recomendación de Carlos o, simplemente, una reacción a una situación imprevisible del mercado. La respuesta de Carlos en forma de pregunta retórica cuestiona (¿Peroooo/ Juan Pablo /tío?), aunque no directamente, la reacción exagerada de su interlocutor a la caída del precio del bono. Finalmente aclara su respuesta, minimizando la gravedad del dato (Eh/ que bueno/ que no está mal).

La confianza que existe entre los hablantes permite que se invada el terreno del otro sin que la imagen quede dañada o amenazada. Por el contrario, el tomarse tantas confianzas y expresar libremente lo que se siente ante un dato negativo incrementa la relación de camaradería que une a los corredores. Es decir, lo que puede ser considerado como un atentado a la imagen del otro en una conversación entre extraños, en el intercambio que ejemplificamos incrementa la relación de proximidad, provechosa y casi necesaria para la fluidez de la conversación. Veamos, a modo de resumen, el último texto:

ALVARO: ¿Tú crees que esto tire?
 ALBERTO: No/ yo laa/ esta mañana/ mi impresión personal, era menos veinte a más cinco/ el cierre de hoy
 ALVARO: Pues como el dato de Nueva York salga bien/ te envainas la opinión
 ALBERTO: Sí/ je je pa no/ pa no pillarme/ pero se va a quedar, yo creo queee/ por aquí, por el medio

(C-1)

Alvaro comienza por interrogar de forma directa a su compañero, solicitándole haga una predicción –acción siempre comprometida– de la posible evolución del mercado.

Rompe con la primera de las premisas corteses de Lakoff: *no se imponga*. El corredor, en la misma línea estratégica de su interlocutor, no elude las referencias directas y da su opinión personal, aun arriesgándose a cometer un error, cosa que no es sentida como una imposición. Esto rompe con la condición de *se debe expresar una creencia sin mostrarla como algo personal*, desechando la segunda premisa: *ofrezca opciones*. La tercera intervención, en boca Alvaro, atenta claramente contra la noción de imagen negativa de Brown y Levinson: *deseo de no sufrir imposiciones*. El corredor invade de forma directa el terreno de su compañero y le reprocha de antemano; “como te equivoques te tragas la opinión”. La respuesta a esta “agresión” de la imagen del otro no es sentida como tal por el corredor, que más bien, y de forma empática, celebra el punto de vista de la intervención de su compañero (Sí / je je pa no / pa no pillarme..)

Como hemos visto a lo largo de los ejemplos anteriores, las reglas de juego que controlan el intercambio bursátil no se rigen por nociones “convencionales”. La relación de familiaridad permite a los corredores –casi siempre hombres– romper de forma casi necesaria con las estrategias corteses. Decimos bien cuando ponemos como primera condición para el abandono de las estrategias corteses la relación de familiaridad y confianza entre los corredores, ya que a iguales condiciones –contratación o ventas– y objetivos ilocutivos similares –ordenar o persuadir–, el factor que determina el uso o no de estrategias corteses es la naturaleza de la relación entre los interlocutores, sobre todo, si quienes conversan son hombres.

Como ya hemos apuntado anteriormente, las mujeres ponen el énfasis al hablar en la comunicación y la interacción con el resto de participantes, los hombres se centran preferentemente en el contenido de la conversación. Esto hace que hombres y mujeres manejen las estrategias corteses de forma diferente. Las mujeres, por las mismas peculiaridades de su estilo comunicativo –atención a la conexión–, tienden a ser más corteses que los hombres. Los actos de habla indirectos, el rodeo explicativo, la expresión de un mandato en forma de ruego, la expresión indirecta de una aserción, el uso frecuente de fórmulas que minimizan el desacuerdo (“en mi opinión”, “yo creo que”, “pienso que”...), etc., son estrategias habituales en el habla femenina que se identifican con un estilo de habla cortés.

Decididamente, la comunicación bursátil –sobre todo en la contratación– siente el abandono de las estrategias corteses casi como una necesidad, ya que sin ellas el discurso adquiere fluidez expresiva. En este aspecto hablamos de una necesidad comunicativa más que de una marca de género. Sin embargo, por otro lado, han sido los hombres quienes con su presencia mayoritaria en la actividad bursátil han endurecido y llevado al límite dichas estrategias anticorteses. Prueba de ello es la diferencia ya mencionada entre las conversaciones mixtas, en las que los corredores moderan su natural violencia expresiva.

Caso distinto es, como hemos visto, el de las conversaciones en las “ventas”, en las que el mantenimiento de las relaciones comunicativas es casi tan importante como la transmisión de la información. En las ventas –labor de *marketing*– el corredor debe persuadir a su cliente para que invierta en los valores que está recomendando; esto hace que las estrategias corteses que minimizan la imposición sean útiles y hasta necesarias. Junto a esta condición contextual se suma el tipo de relación que une a los interlocutores. La conexión corredor-cliente es menos estrecha y familiar que la relación corredor-corredor, si bien encontramos casos de corredores que mantienen un vínculo de confianza con alguno de sus clientes, lo que les permite expresarse con mayor libertad.

Veamos un ejemplo en el lenguaje de las ventas, en el que a los corredores no les une una relación de familiaridad:

PEDRO: Sí/ dime

JAVIER: ¡Hola buenos días!/ soy Javier Pérez, de Bolsa 6

PEDRO: Sí/ dime

JAVIER: Eh/ que hemos hablado en alguna ocasión <sí sí>/ oye/ eeeh/ te llamaba por el tema de Telefónica <aja>/ ¿eh?/ que nosotros quisiéramoos/ estar ahí/ vamos suscribir el contrato de colocación

(C-3)

La voluntad de ser cortés por parte de ambos corredores hace que opten por la indirección ilocutiva, es decir, el uso de actos de habla indirectos, en cuya comprensión no basta con acceder al contenido literal a través de la decodificación del componente verbal, sino de la obtención de las implicaturas. De este modo la forma indirecta requiere una interpretación más compleja, que suaviza la fuerza impositiva de la expresión directa.

De ahí que los corredores sometidos a situaciones comprometidas en las que solicitan el asesoramiento y los servicios de un compañero con el cual no tienen una relación directa, utilizan estrategias de desfocalización y de alejamiento deíctico, para eludir así la referencia directa a uno mismo o al interlocutor, evitan la precisión temporal o utilizan formas de expresión vagas o incompletas. Con estas estrategias consiguen alargar el camino inferencial y lograr que sea la interpretación contextual y no la expresión directa la que deba entender el interlocutor:

JAVIER: Yyy/ ¿qué te iba a decir? que/ **qué qu[i]eres**/ que la semana que viene ya se avanzará bastante en este tema ¿no? <sí aja>/ vale
 PEDRO: No obstante/ me parece que la semana que vienee/ probablemente haya **algunaaa**/ presentación/ me parece queee/ por parte de Telefónica <ah, vale>/ para los inversores/ me da la impresión <vale>
 JAVIER: ¿Y túuu nos **podrías** dar un telefonazo? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes/ y estar al tanto de estos temas

(C-3)

Así, predominan las formas de expresión imprecisas que sirven al hablante que no desea comprometerse. Se eluden algunas referencias deícticas directas, sobre todo al yo del corredor que hace la petición, además del uso impersonal a la hora de designar a las personas responsables de preparar la colocación (“que la semana que viene ya se avanzará bastante en este tema ¿no?”); se evita la precisión temporal (“me parece que la semana que vienee/ probablemente haya algunaaa/ presentación”) y el uso del condicional de mitigación a la hora de hacer la petición (“¿Y túuu nos podrías dar un telefonazo?”).

Muchas de las ilocuciones indirectas reciben una interpretación inmediata, debido a su naturaleza convencional, ya que han pasado a formar parte de un catálogo de fórmulas, socialmente refrendadas. Cuando el corredor interroga a su interlocutor (“¿Y túuu nos podrías dar un telefonazo?”), es evidente que no cuestiona la capacidad de éste para hacer llamadas de teléfono, sino que encubre, de forma bastante clara, la petición objeto del intercambio. Por otro lado, aunque menos frecuentes, encontramos intervenciones bastante complejas que requieren de un conocimiento amplio de la situación extralingüística para obtener la interpretación. Véase el siguiente ejemplo:

NACHO: Oye/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están man-

dando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues eso/ que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

(C-2)

En este fragmento, la cortesía es la estrategia que domina sobre los principios que guían la interacción cooperativa. El corredor, cuyo objetivo es pedir a su interlocutor que prepare una nota de análisis recomendando la colocación de acciones de telefónica, opta por el rodeo explicativo, evitando presentar la exigencia de forma directa, recurriendo en su lugar a enumerar los hechos que hacen que su opinión sea razonable. De esta manera el hablante pretende que sea la actuación de otros bancos la que avale la posterior petición, encubriendo así su verdadero objetivo, el beneficio personal. Con esto consigue suavizar la amenaza a la libertad del otro, al ser la fuerza de los hechos la que exija la rápida actuación y no la frase final que encierra de forma atenuada e incompleta (“yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene”) su exigencia.

A pesar de que la tendencia que predomina en las conversaciones entre corredores es la de prescindir de las estrategias corteses a favor de la comunicación económica y eficaz, existen condiciones especiales, al margen, que obligan al corredor, especialmente en las labores de *marketing*, a abandonar la modalidad típicamente bursátil y adoptar posturas más moderadas y corteses. Digamos que la *necesidad* de conseguir la adhesión de un interlocutor poco conocido o de mayor rango jerárquico, propicia el despliegue de una serie de maniobras tendentes a reducir al mínimo el conflicto cuando ambos intereses no coinciden o cuando el hablante debe persuadir al otro para obtener un beneficio personal.

En el caso de las “ventas”, los objetivos comunicativos hacen necesarias las estrategias corteses y, al igual que apuntamos a propósito de la contratación, lo que prima en esta selección no es el género de los hablantes, sino las necesidades propias del intercambio. Por otra parte, no hemos observado que las mujeres se sientan más cómodas desempeñando labores de *marketing*, en principio más adaptadas a su estilo comunicativo, ni que sean exclusivamente los hombres los que griten órdenes a sus compañeros. Como apuntamos al principio del capítulo, dentro de la mesa, mujeres y hombres, realizan las mismas funciones.

3.3. EL PODER Y EL HABLA MASCULINA EN LA BOLSA

Como ya hemos anticipado, hablar de organización jerárquica en la Bolsa no es tan fácil. Si nos asomamos a un *dealing* de cualquier agencia, encontraremos un panorama bastante homogéneo. Una gran mesa, abarrotada de pantallas de ordenadores y teléfonos, sin divisiones, a lo largo de la cual se sientan y trabajan un grupo de hombres y mujeres, vestidos de manera similar –casi uniformados–. Es difícil distinguir en este grupo quién es el jefe y quiénes los empleados. Fuera de los límites de este hábitat físicamente delimitado –de ahí que se le llame pecera– tenemos un departamento de liquidación y los despachos de los diferentes jefes, comandados por un director general.

Nuestro trabajo se ha centrado en describir el lenguaje que generan las comunicaciones dentro de la mesa de contratación, de ahí que las marcas de poder o la influencia de las diferencias jerárquicas en el lenguaje las estudiaremos en ese ámbito. Así que volvamos a la “pecera”. En una mesa de contratación se sientan codo con codo, sin divisiones físicas ni técnicas, tanto el director de la mesa como el *junior* que acaba de entrar en la agencia. Los corredores, como ya hemos dicho, se dividen en los *dealers*, que realizan labores de contratación (ejecutan las órdenes de los clientes en el mercado) y suelen ser jóvenes que se inician en la labor bursátil y cuya retribución económica es menor y, por otro lado, los *sales manager* (encargados del marketing y del trato directo con los clientes); estos corredores tienen mayor experiencia y su retribución económica y estatus se sustentan sobre la base del monto de las comisiones que generan. El ventas que tenga más clientes –y más poderosos– y que, por tanto, genere mayores beneficios (económicos directos) a la agencia tendrá mayor jerarquía y retribución económica.

Ahora bien, estas diferencias de estatus no se reflejan ni se negocian en el lenguaje, salvo excepciones. En una misma mesa de contratación pueden coincidir más de un director de sector, por ejemplo el director de renta variable con el director de derivados, a cuyo cargo están un grupo de corredores-ventas y corredores-*dealers*. La distribución de los corredores en el *dealing* no suele ser indicativa de dicha jerarquía, se sientan alternativa-

mente unos al lado de los otros y unos frente a otros, como una gran familia que cena en torno a una misma mesa. Más significativa que esta “democrática” distribución física es la organización del trabajo y la manera como se gestiona en el lenguaje. Ana M^a Vigara lo explica:

Inevitablemente, en cuanto dos personas hablan entre sí, entra en juego la relación objetiva entre sus competencias (lingüística, comunicativa, social) y se crean unos marcos de referencia; es decir, se ‘enmarca’ la comunicación. Tales ‘marcos’ (ing. *frames*) deben entenderse como datos/evidencias metacomunicativos (i.e., que informan sobre la propia comunicación) que clasifica la situación de habla y el papel de los participantes en ella, y generan expectativas y presuposiciones sin las cuales es imposible el trabajo de producir e interpretar el lenguaje [...] (Vigara, 2000: 4)

En la mesa de contratación, el *marco* que guía las relaciones comunicativas es el del trabajo cooperativo, no el del estatus. Corredores jefes y corredores subalternos, respondiendo a ese papel interlocutivo (de relación cooperativa) que se les ha asignado o se han asignado en dicha situación prototípica –comunicación bursátil–, se crean una serie de expectativas y manejan unas estrategias que dejan huellas en el lenguaje.

Véanse estos breves intercambios entre un corredor ventas y un *junior*, compañeros de mesa y que conversan en presencia, no por teléfono:

RAFA: Bueno/voy a llamar al Antoñito/ a ver si está más animado/ de todas maneras/ estos bandazos, macho/ no los puedo entender.

A: Empiezan a salir rumores ya sobre dinero negro/ y Convergencia y Unió, macho

B: Sí

A: Acabo de verlo por/ (()) a ver si los chicos de deuda/ nos saben decir algooooo

Si analizamos los indicadores del estado de la relación interlocutiva en términos de distancia/proximidad, veremos que la conversación se enmarca dentro de un vínculo de igualdad. En ambos intercambios el nivel de lengua es informal, así lo reflejan fórmulas coloquiales de tratamiento como “macho”, “chicos”, “al Antoñito”; las fórmulas de cortesía no parecen ser necesarias (“perdona”, “discúlpame un momento”, voy a llamar...).

En estos ejemplos, a pesar de que el corredor *ventas* (hablante A en ambos ejemplos) tiene mayor estatus dentro de la agencia, más años de experiencia y mayor retribución económica, el papel que asume en el acto discursivo no es de preeminencia con respecto a su interlocutor ni se posiciona por encima de su compañero de mesa, aunque se

trate de un *junior*. Si bien la diferencia de jerarquías existe entre los hablantes, el papel y la posición que ambos se atribuyen en la conversación no es asimétrica, por el contrario busca el acercamiento, la solidaridad.

En las conversaciones bursátiles en general, y sobre todo en la contratación, el “poder instituido” dentro de la organización jerárquica de la agencia no contamina ni condiciona de manera decisiva las pautas o estrategias discursivas adoptadas por los corredores en sus conversaciones en la Bolsa. Véase este otro ejemplo, más claro a este respecto:

ANSELMO: ¡Jesús!/ quieres de estos o ¿no?/ todavía no ha llegado/ ¿eh?
 JESÚS: Yo creo que (()) a ciento cuatro/ al ciento cuatro siete cinco/ yo creo que hay que ponerlo ya, chiqui/ pues fuera
 ANSELMO: Tú crees/ que te las dan
 JESÚS: No lo sé/ pero en pantalla tengo setenta y ocho
 ANSELMO: ¿Tienes siete ocho en pantalla? <sí>/ un segundito/ yo te los doy/ aaa/ al ochenta, los cien kilos, esos
 JESÚS: Al ochenta no gano nada, huevón
 ANSELMO: ¿Qué?
 JESÚS: Al ochenta no gano nada

(A-16)

Después de leer el texto, que corresponde al registro bursátil usado en la contratación, es difícil creer que la conversación no terminara en conflicto. Los hablantes son corredores que trabajan para diferentes agencias y negocian una operación por teléfono. El Jesús tiene dentro de su agencia un mayor estatus que Anselmo en la suya. Pero está claro en el ejemplo que ese factor no es relevante, sencillamente porque los papeles que asumen los interlocutores en la comunicación no entran en contradicción. Es decir, Jesús no espera que su compañero lo reconozca como superior y se comporte de acuerdo a esa expectativa. Por su parte, Anselmo actúa comunicativamente con el papel y la posición de igualdad y solidaridad establecida como “regla” en las comunicaciones bursátiles. De ahí que no sean necesarias estrategias de ajuste del rol social o de la diferencia de estatus y, por tanto, raramente aparezcan marcas de poder en la conversación. Las negociaciones por la posición (y el poder) no sólo no aparecen en el lenguaje, sino que las relaciones interpersonales de los corredores en la Bolsa no se instalan en este plano.

Creemos que no es necesario analizar los índices que marcan la relación interlocutiva, suficientemente descritos en otros ejemplos –habla informal y hasta soez, lenguaje

directo y hasta violento, ausencia de rutinas corteses, apelativos coloquiales, etc.— y que muestran claramente una relación de proximidad más cerca del intercambio entre iguales (“colegas”) que de una relación laboral jerarquizada.

El “estatus objetivo” Jesús, que lo situaría en una posición de poder con respecto a su interlocutor, queda invalidado a nivel de habla, ya que ninguno de los participantes en el intercambio defiende y reconoce dicha diferencia. Por el contrario, ambos se colocan en una posición simétrica, evitando así la necesidad de gestionar en el lenguaje cuotas de poder. Ahora bien, esta realidad que se constata en el lenguaje parecería que entra en contradicción con una labor mayoritariamente masculina y fuertemente competitiva. Como ya señalamos, para los hombres la conversación es una forma de negociar el estatus, de marcar diferencias y situarse en posiciones altas de jerarquía. El simple acto de contar un chiste ante un grupo de amigos genera una relación asimétrica que coloca al que narra en posición de superioridad con respecto a los que escuchan. ¿Qué ocurre entonces en las conversaciones bursátiles?

Ocurre que, a diferencia de otros ámbitos laborales fuertemente jerarquizados, en la Bolsa el trabajo cooperativo es una necesidad. Así como sintácticamente el corredor elimina de la frase todos aquellos elementos lingüísticos que no son necesarios a su objetivo comunicativo, a nivel pragmático también descarta todas aquellas estrategias que claramente retrasan, entorpecen o simplemente son innecesarias en la consecución de unos objetivos comunicativos comunes y, en definitiva, laborales. La fluidez es una de las condiciones básicas de este tipo de intercambios. El corredor debe pensar, actuar y hablar con rapidez, para ello es necesario eliminar del lenguaje y del intercambio toda atadura “convencional” asociada tanto a la negociación del poder entre hablantes de diferente jerarquía como a las diferencias genéricas —de ahí que las mujeres tiendan a igualar su estilo al masculino—.

Esto condiciona que la relación prototípica (ritualizada) que se establece entre los corredores sea entre iguales (horizontal), basándose esta equiparación no en una nivelación jerárquica con respecto al *poder instituido* dentro de la agencia o del mercado (corredores con más prestigio), que obligaría a establecer diálogos sólo entre iguales; hablamos de una

nivelación entre diferentes, que permite a un corredor recién llegado hablar con un director de mesa en términos de igualdad. De hecho, esta nivelación no es sólo una licencia, sino una exigencia de la modalidad comunicativa bursátil. Un hablante competente en la jerga de los corredores debe dirigirse a sus compañeros (independientemente del estatus que tengan) como a sus iguales, lo contrario sería malentendido, criticado y hasta ridiculizado. Un corredor “suelto”, verbalmente hablando, es aquel que va al grano, saltando por encima de todas aquellas fórmulas lingüísticas y pragmáticas relacionadas con los convencionalismos sociales asociados al estatus, al sexo, a la clase social, a la edad, etc. Esta predisposición o más bien necesidad de mantener relaciones interlocutivas simétricas se gestiona en el lenguaje y, casi siempre, rectifican o suavizan las relaciones de *poder instituido* que, lógicamente, existen en el entorno laboral. De modo que el poder una vez que se ubica en la conversación entre corredores, en el discurso mismo, esté institucionalizado o no, puede verse sometido a negociaciones y matizaciones que, como en la Bolsa, tienden a buscar relaciones de igualdad.⁶

Esta simetría podría asociarse a un estilo de habla propio de la mujer, más solidario, que ve en la conversación una forma de crear y estrechar vínculos, romper diferencias y evitar mostrar una superioridad que establecería una distancia entre los hablantes. Pero la solidaridad de la relación entre los hablantes en la Bolsa está más relacionada con naturalidad y libertad expresiva –necesidad comunicativa en la Bolsa–, que con la actitud comunicativa femenina de estrechar vínculos. Hablamos de acercar el discurso especializado al discurso coloquial (conversaciones masculinas entre amigos) en las que, desde el punto de vista expresivo, no existen restricciones ni censura. Esto facilita sin lugar a dudas la eficacia y rapidez enunciativa tan valorada en la comunicación bursátil.

Ana M^a Vigara considera que hay al menos tres rasgos determinantes del estilo discursivo empleado en la negociación del poder en la conversación: *indirección, iniciativa y ruptura*. Véase el siguiente fragmento:

⁶ Reproducimos la cita que hace Ana Vigara en su trabajo *Las relaciones de poder en la conversación* (2000: 9) al referirse a la definición de poder desde un punto de vista comunicativo: “medida de la capacidad (habilidad o falta de habilidad) de alguien para obtener o mantener objetivos a través del discurso” (cf. Kedar, 1978: V)”.

NACHO: ¿Vamos a ver qué pasa macho?/ sigo con oferta de ahí, al ochenta ¿eh?// tú es que estás jodido ahí/ porque tienes un ocho uno, tío/ el cliente/ ¿y qué te dice el tío?

JESÚS: Nada/ que lo deje a ver

[¿: Sí Paco]/ ¡espera! // (silbido)

(A-5)

Como hemos señalado en anteriores ocasiones a propósito de otros aspectos del lenguaje bursátil, el discurso directo es la constante en la Bolsa. En este fragmento, los juicios de valor sobre la posición y la situación del hablante en la negociación se hacen directamente al tú y no en tercera persona. La pregunta que encabeza el texto es interrogativa directa, no retórica, y solicita una respuesta igualmente clara y directa. Los apelativos (“tío”, “macho”) marcan de forma contundente al receptor, en una función fática que huye de la imprecisión y centra el compromiso del otro. Los términos son informativamente explícitos (“oferta de ahí”, “tienes un ocho uno”), de otra manera se correría el riesgo de ser imprecisos o lentos.

Determinar si *los inicios* son índices de la negociación del poder en conversaciones bursátiles y si quien inicia la negociación se coloca en una posición de supremacía con respecto al otro es bastante complejo. Sobre todo cuando hablamos de *contratación*, ya que los inicios son poco convencionales:

-¡Dime!

¿Cómo está eso?/ dos tres dos tres cuatro

- Dígame

Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien / del doce un cuarto

- ¿Sí?

¡Qué!

Eh/ nada/ estoy ahí puesto

-¡Jesús!

¿Qué te han dado?

ANSELMO: ¡Ese!

ESTEBAN: ¿Quién eres?

ANSELMO: Anselmo

ESTEBAN: Dime Anselmo

B: Sí/ ¡dígame!

A: ¿Don Juan Pablo?

B: ¿Qué pasa macho?

A: ¡Qué pasa!

En una relación cooperativa como la bursátil quien inicia el intercambio puede ser, en unos casos, quien necesita ayuda –información, ejecutar una orden, aclarar una negociación–, lo que lo situaría, en principio, en una situación de desventaja; en otros, quien exige un servicio o una compensación, quien tiene el poder de la información y negocia con ella, o bien quien tiene recursos –acciones, dinero, opciones de futuros– y parte con ventaja a la hora de una negociación. Estas posiciones no son sentidas por los interlocutores como desafíos o minusvalías, ya que están contempladas como rutinarias dentro del trabajo en equipo. Por otro lado, hay otro aspecto interesante dentro de los inicios conversacionales bursátiles. El canal comunicativo y la conexión entre los corredores está siempre abierta, de ahí que no exista la necesidad de abrirla o cerrarla. Esto se da sobre todo entre corredores cuyo trabajo en equipo es continuo a lo largo del día o de la semana. En estos casos se simplifica al máximo o se omiten por completo el saludo o las rutinas verbales propias de un inicio conversacional (“A: ¿Sí? , B: ¡Qué!”); basta con un reconocimiento de voz para identificar con quién se habla e ir directo al asunto, o ese reconocimiento se hace con una breve interrogación que sustituye al tradicional saludo (“A: ¡Esteban!, E: ¿Quién eres?, A: Anselmo”).

Lo frecuente, a este respecto, es que los corredores inicien el contacto a primeras horas de la mañana con rutinas de saludo sencillas y coloquiales (“A: ¡Hola buenos días! / soy Alberto/ ¿cómo sigue el futuro?”) y mantengan esa conexión abierta durante todo el día sin necesidad, en futuros contactos, de renovar las rutinas de apertura o cierre ni que podamos hablar de las ventajas que proporciona a los hablantes ser el que inicia el intercambio, prueba de que el contacto se mantiene permanentemente abierto, aunque no hagan puntual uso físico del canal comunicativo:

NACHO: ¡Oye, Cris!/ ¿no me das ese dos un [cuarto, macho, que tengo ahí?]
[¿: Me han dado el ocho/ el último]

CRISTINA: Pos lo estoy intentando, **pequeñín**

NACHO: Orden al cliente, Cristina

CRISTINA: **Tan ricamente**/ ha hecho bien porque mira, se está cayendo más

NACHO: ¿Cristina?/ ¡fuera de eso/ fuera de eso!

(A-5)

Estos tres ejemplos muestran inicios de tres contactos en momentos diferentes del día, entre una corredora miembro del mercado y su cliente, también corredor. Como se puede ver, los hablantes dan por sentado que el canal está abierto, que la conexión está activa a pesar de que la línea telefónica no esté abierta y que las rutinas verbales tendentes a iniciar el contacto son innecesarias y hasta absurdas. Basta con que los hablantes reconozcan su voz al teléfono para que se dé por iniciado el intercambio. Esto invalida de alguna manera la ventaja de iniciar la conversación. Es decir, en las conversaciones bursátiles el corredor que inicia una comunicación no tiene más poder que su interlocutor, no es un factor determinante, ya que las relaciones simétricas son más rentables para las necesidades comunicativas de los corredores.

En la Bolsa, el *discurso directo* es la causa de un tipo de relación interlocutiva –la cooperativa– y la consecuencia de una necesidad comunicativa –ser rápidos–. Por un lado, permite a los corredores ir al grano, evitar los retrasos, los equívocos o las suspicacias que podrían generar un discurso indirecto. Por otro, determina el tipo de relación interlocutiva (simétrica) que debe unir a los participantes para que no se creen tensiones propias de un discurso que debe ser enfático y despreocupado de la imagen del otro. La simetría en las relaciones entre los corredores los sitúa en una posición de igualdad frente a un estilo comunicativo claramente violento y contundente que no atenta en contra de la imagen del otro, ya que comparten los mismos fines se sustenta sobre la base de la cooperación –ambos corredores manejan el mismo estilo– y se justifica por la propia naturaleza de la labor bursátil.

Al margen de esta consideración general, hemos encontrado algunos ejemplos de negociación del poder en el discurso entre corredores o corredores y clientes no habituados a comunicarse, entre los que no había una relación de familiaridad y cuyos intereses u objetivos estaban enfrentados. En este caso, el corredor de mayor estatus abandona su habitual estrategia igualadora para sumar, siempre de forma indirecta, a sus argumentos el peso de su jerarquía. En estas ocasiones, más bien escasas, el *poder instituido* actúa de marco de fondo y de esta posición de supremacía depende mucho que el hablante que la ostenta consiga sus objetivos comunicativos. Pero lo habitual en la Bolsa es que las relaciones interlocutivas en la conversación estén condicionadas por la *proximidad*, por la necesidad

de mantener un grado alto de conocimiento mutuo, de solidaridad, de cooperación y, si es posible, hasta de camaradería. De ahí que observemos cómo los interlocutores hacen un esfuerzo por conservar la relación simétrica, intentando mitigar en lo posible cualquier *marca de poder*. Véase como muestra de lo dicho el siguiente fragmento de un intercambio en el que Nacho al corredor que comience a preparar la colocación de Telefónica haciendo llegar a los clientes un *mailing* con la información necesaria sobre dicha operación:

[...] vamos a ver ustedes tienen en proyecto/ poner un *mailing* en la/ en la calle <sí>/ la semana que viene <ya>/ entonces para eso lo único que <sí> necesitan /<eh> es la nota de análisis/ pues para de una forma, en el texto pues poner eeh/ <sí> es atractivo por lo que sea <sí sí>/ eso es lo único que necesitamos, una nota de análisis

JAVIER: Venga/ pueees/ estooo/ a principio de la semana que viene/ está ahí

NACHO: Eso es/ <eh> igual no es un tema tuyo/ es un temaaa

JAVIER: No hombre no, pero que no que yo me encargo <sí>/ yo me encargo/ sí porque yo centralizo esto.

NACHO: Yo si quieres/ buenooo/ ahí tendréis muchas/ yo yo tengo una/ de de Norbolsa que me han mandado <eje>/ por ahí tendréis muchísimas / lo digo por si queréis

JAVIER: Sí/ no sí sí tenemos eh/ sí/ no sé si ésta concretamente/ pero sí tenemos estudios/ yo que sé, de Argentaria/ de BCH/ de/ de varias casas

NACHO: Bien <¿eh?>

JAVIER: ¿Vale, pues está entendido el tema?

NACHO: Sí

(C-2)

Es interesante ver como el hablante que hace la exigencia –mitigada como petición o sugerencia– utiliza todos los recursos que pone a su disposición el lenguaje para mantener un cierto equilibrio, no parecer impositivo y que su interlocutor no se sienta presionado u obligado a cumplir con sus requerimientos. Es lo que ocurre cuando:

[...] la interacción tiene lugar entre no-pares, se tiende al uso de acomodadores lingüísticos que permitan progresar fluidamente en la interacción sin que la diferente posición de los interlocutores sea continuamente notada (Vigara, 2000: 9)

El poder que tiene Nacho sobre Javier reside fundamentalmente en la efectiva capacidad del primero en conseguir que el segundo cumpla sus exigencias, ya sea porque es su jefe, el gestor de capitales del banco o un cliente poderoso que deja mucho dinero a la agencia. De modo que existe un poder sustentado en el estatus o jerarquía profesional que queda sin efectos en la conversación, ya que el papel que decide asumir el que ostenta el poder es de igualdad.

Veamos de forma práctica en el lenguaje, algunas de las estrategias que pone en práctica Nacho para mantener dicho equilibrio: se dirige a su interlocutor en tercera persona, evitando así las referencias directas al yo (“ustedes tienen en proyecto/ lo único que <sí> necesitan ”); uso del discurso indirecto y construcciones que no son informativamente explícitas, sino que dejan caer algunas pistas sobre los objetivos del hablante para que sea el oyente el que reconstruya lo dicho y evitar en parte la imposición (“pues para de una forma en el texto pues poner eh/ <sí> es atractivo por lo que sea <sí sí>/ eso es lo único que necesitamos”); intervenciones dirigidas a mitigar la responsabilidad que otorga el Nacho al papel del corredor (“Eso es/ <eh> igual no es un tema tuyo/ es un temaaa”); manifiesta su deseo de colaborar, si así lo desea su interlocutor, para facilitar al corredor el cumplimiento de sus exigencias (“Yo si quieres/ buenooo/ ahí tendréis muchas/ yo yo tengo una/ de de Norbolsa que me han mandado <aje>/ por ahí tendréis muchísimas”).

En suma, la necesidad de mantener relaciones interlocutivas simétricas que hagan más fluidos y, en definitiva, más eficientes los intercambios bursátiles propicia que las relaciones de poder instituido en el plano social y laboral no se gestionen en el lenguaje, defendiendo así las relaciones de proximidad y hasta de complicidad.

CONCLUSIÓN

Los condicionantes contextuales propios de la labor bursátil –los objetivos comunicativos, el ambiente, la necesidad de ser rápidos, efectivos y convincentes– hacen que las estrategias utilizadas por los hombres en sus conversaciones sean las más acertadas a la hora de hablar en la Bolsa. Esto no invalida el hecho de que sean los hombres los que históricamente han trabajado en la Bolsa, dejando huellas claras del estilo discursivo propios del habla masculina en el lenguaje y en las estrategias comunicativas de la modalidad bursátil. Con esto queremos decir que ambas condiciones –las necesidades propias del oficio y el género mayoritario de sus hablantes– determinan que el estilo comunicativo bursátil – en boca tanto de hombres como de mujeres– esté más cerca del habla masculina.

Esto determina que las corredoras adapten sus estrategias a las de sus compañeros, si bien moderándolas, con el fin de no perder efectividad en el campo de *la contratación* bursátil. La mujer en la mesa de contratación utiliza la expresión directa para ordenar, imponer su criterio, aconsejar y demandar. En *las ventas*, persuade, argumenta, convence y despliega estrategias corteses para hacerse con la voluntad de su cliente, al igual que los corredores varones.

Entonces, ¿dónde está la diferencia genérica en el habla de corredores y corredoras? La diferencia entre ambos estilos es una cuestión de grados, de intensidad de lo que podríamos llamar en general rudeza verbal: mayor o menor uso de lenguaje argótico y soez, mayor o menor fuerza en el tono y la entonación, el uso de expresiones categóricas, de un tipo de discurso más agresivo y en ocasiones hiriente, el uso reiterado del chiste de contenido sexual como mecanismo para estrechar vínculos, el mayor o menor abandono de las estrategias corteses, el abuso de fórmulas apelativas masculinas incluso cuando se dirigen a compañeras, etc.

Esta moderación femenina de los rasgos característicos de la jerga bursátil no le resta eficacia ni competitividad al discurso de las corredoras. Como apuntamos al principio, ellas realizan las mismas funciones que los hombres, incluso situándose por encima de ellos como directoras de mesas de contratación.

Esta equiparación de funciones y de roles entre hombres y mujeres abarca también a las relaciones de *poder*, que buscan acercarse a posiciones de igualdad en el plano discursivo, aunque existan desigualdades en el plano de las jerarquías profesionales. Es decir, los hablantes bursátiles, sean corredores, clientes, directores de mesa, hombres, mujeres, etc., hacen un esfuerzo verbal y comunicativo por borrar o al menos suavizar las marcas del poder efectivo –institucionalizado durante su relación interlocutiva– que pueda efectivamente existir entre los interlocutores, para acercarse de hecho a posiciones de equilibrio y proximidad.

CONCLUSIONES GENERALES

Lo primero que pensamos al entrar en contacto con los registros magnetofónicos del habla de los corredores en la Bolsa fue la certeza de estar ante un universo comunicativo desconocido y apasionante. Esta seguridad nos impulsó a estudiar y describir las necesidades comunicativas, los condicionantes contextuales, las peculiares circunstancias de realización discursiva, su léxico, las relaciones interlocutivas, etc. de ese grupo cerrado de trabajadores que se gritan y agitan frente a sus pantallas y teléfonos, tantas veces mitificados y tan pocas veces investigados.

Iniciamos el estudio por el camino más obvio, explicar aquellos textos herméticos con la ayuda de las teorías sobre los lenguajes de especialidad; sin embargo, al aplicar las características específicas de dichos lenguajes a los registros bursátiles comprobamos como éstas describían más bien poco a la comunicación entre corredores. Nociones como la *formalidad* (predominio de la neutralidad afectiva y de la impersonalidad) y *la ordenación rigurosa de los contenidos* (secuencia lógica del discurso, sintaxis relativamente controlada) no explicaban el lenguaje en la Bolsa. La *funcionalidad* (el logro de una comunicación eficaz) que si bien es un objetivo que sí comparte con los tecnolectos, la manera como es funcional el lenguaje bursátil dista mucho de asemejarse a los mecanismos que, con este mismo objetivo, desarrollan los lenguajes técnicos. Así, conceptos relacionados con la funcionalidad como son la *concisión* y *la precisión* en la Bolsa no siempre generan formas lingüísticas o recursos comunicativos habituales o esperados a estas necesidades. En definitiva, los rasgos que normalmente definen los lenguajes de especialidad no se cumplen plenamente cuando se aplican al lenguaje bursátil; si bien es verdad que el léxico técnico, la función informativa y la temática especializada son rasgos también característicos del lenguaje en la Bolsa, hay otros muchos, los más, que no pueden explicarse desde esta óptica.

La respuesta a esta falta de adecuación teórica la encontramos en la naturaleza exclusivamente oral de la comunicación bursátil, aspecto que involucraba otros condicionantes que los puramente léxicos, foco habitual de los estudios dedicados a los tecnolectos. De modo que a pesar de determinar que estábamos ante una *jerga profesional*, utilizada

por un grupo de hablantes dedicados al mismo oficio y que utilizaban tecnicismos válidos sólo para dicha labor cerrada y críptica, aún nos quedaban muchos interrogantes por resolver y explicar.

Fue el carácter exclusivamente oral de la comunicación bursátil el rasgo que nos exigió adoptar un punto de vista distinto y recurrir al estudio lingüístico de orientación “comunicativa” o “pragmática” para así conseguir entender cómo los condicionantes específicos que impone el uso del canal oral explican por sí solos muchos de los fenómenos comunicativos que no eran posible explicar con las citadas teorías. Claro que para ello tuvimos que vencer algunos prejuicios teóricos como, por ejemplo, que rasgos aparentemente incompatibles (oralidad y rigurosidad técnica) pudieran generar un discurso que si bien formal y comunicativamente estaba más cerca del habla cotidiana, pudiera cumplir cabalmente con una labor altamente compleja y especializada.

Si bien el carácter especializado nos sirvió para determinar que estábamos ante una *jerga profesional*, el carácter oral nos ayudó a comprobar inequívocamente que el tipo de discurso oral utilizado por los corredores era la *conversación*. De esta determinación surgió una nueva interrogante a la vista de las teorías revisadas al respecto: para unos (Luis Cortés, Antonio Briz) la conversación no entraña necesariamente la presencia de rasgos propios del registro coloquial, mientras que para otros (Ana M^a Vígara) la conversación es el campo natural dónde se manifiesta lo coloquial.

Para no optar ciegamente por una de ambas posturas y caer en el error, desde nuestra perspectiva, de centrarnos en la teoría e intentar forzar un acomodo abstracto entre el habla real y los razonamientos a priori, nos dispusimos a buscar en los registros de lenguaje bursátil las constantes que definían a ambos criterios: lo conversacional y lo coloquial.

En cuanto a la conversación, comprobamos rápidamente que todos los rasgos apuntados por Briz para caracterizar este tipo de discurso o intercambio oral –*inmediatez o carácter actual, por la toma de turno no predeterminada, por su dinamismo, por su interlocución en presencia*– estaban presentes y definían perfectamente a los intercambios hablados en la Bolsa. Así que concluimos que los corredores en la Bolsa “conversan”, más aún,

que la labor bursátil se realiza básicamente mediante la conversación telefónica o en presencia de sus trabajadores.

De modo que cuando Briz habla de *conversación coloquial* se refiere a un tipo de discurso oral que conjuga los rasgos característicos de la conversación y los que fijan a esa conversación en el “registro coloquial”. Aquí surgió una nueva dificultad, ya que los rasgos que Briz atribuía como *primarios* y por tanto necesarios en un registro para que este sea coloquial no se cumplían plenamente en los intercambios bursátiles, a saber: *la ausencia de planificación, la finalidad interpersonal, y el tono informal*. La contradicción con dichas condiciones era que a pesar de existir cierta planificación previa que, por otra parte, no invalida la improvisación enunciativa y la presencia de una clara finalidad comercial, los rasgos que observamos de forma indudable en el habla de los corredores estaban más cerca de ese tono informal que defiende Briz como una tercera condición y “que es, en suma, el resultado de todos los rasgos mencionados y que, a la postre, sirve para nombrar también el registro coloquial” (Briz, 1998: 41). Si bien la mayoría de los *rasgos coloquializadores* estaban presentes en el contexto de las conversaciones bursátiles –la *relación de igualdad*, ya sea social o funcional, la *relación vivencial de proximidad* (saber y experiencia compartidos), el *marco discursivo familiar* (determinado por la relación concreta de los participantes con el espacio o lugar)– la *temática no especializada* (cotidianidad) nos volvía a situar fuera de los condicionantes impuestos por Briz al registro coloquial.

De modo que decidimos cambiar la perspectiva de la investigación y partir de la realidad, del habla concreta registrada en las grabaciones y así describir los rasgos característicos de la jerga bursátil independientemente de su clasificación o definición teórica. El resultado inicial fue comprobar como casi todos los fenómenos lingüísticos que observábamos inequívocamente en nuestros registros eran los que precisamente tanto Briz, como Vigara describían como característicos de la conversación coloquial. Esta comprobación nos llevó a una conclusión obligada por la fuerza de los hechos y que, a su vez, nos permitió cerrar definitivamente el problema de si debíamos considerar o no coloquial al lenguaje bursátil: la conversación en la Bolsa a pesar de no cumplir con la mayoría de los condicionantes contextuales de naturaleza “social” que plantea Briz como necesarios para poder calificar de coloquial a un intercambio conversacional utiliza de manera sistemática y habitual la gran mayoría de los recursos tanto lingüísticos como comunicativos propios y des-

critos como característicos de “la conversación coloquial”, no sólo por Antonio Briz y Ana Vigará, si no por la mayoría de los estudiosos de este tipo de registro. A saber: sintaxis concatenada, organización parcelada, condensación y síncope, tendencia al rodeo explicativo, a la reiteración, enunciados suspendidos, léxico argótico, conexión abierta entre miembros discursivos, uso y abuso de recursos fáticos, alargamientos vocálicos, etc.

Una vez definido el lenguaje bursátil como jerga profesional que utiliza el canal oral y la conversación informal, cercana al coloquio, como modalidad comunicativa, teníamos por delante la labor de analizar y describir, más allá de cualquier consideración teórica, las especificidades de dicho fenómeno comunicativo. En principio nos pareció vital describir las necesidades comunicativas del corredor en la Bolsa en sus diferentes facetas –*contratación* y *ventas*– para, posteriormente, comprender cómo éstas determinaban las especificidades de su forma de comunicarse. Junto a condicionamientos básicos como la oralidad y el carácter especializado, el lenguaje se ve igualmente determinado por las necesidades expresivas específicas de la labor que desempeñan los que hablan.

Como vimos la necesidad de emitir un mensaje claro y preciso, rápidamente descodificable por el oyente son las necesidades comunicativas básicas de un corredores en la *contratación*. De modo que *precisión* y *rapidez* son los dos objetivos comunicativos primordiales del corredor encargado de hacer efectivas las órdenes de los clientes en el mercado, objetivos que propician recursos como la síntesis y la elipsis, ya que le permiten codificar mucha información con un mínimo esfuerzo lingüístico, teniendo la seguridad de que, gracias al contexto supuesto en su colega, podrá ser correcta y rápidamente interpretada. En las *ventas* las circunstancias varían un poco, la urgencia no es una prioridad, de modo que el *sale* no necesita “correr”, ya que de él no dependen la ejecución de las órdenes, sino *informar* y *persuadir* a sus clientes. Así, el objetivo comunicativo del vendedor bursátil es la trasmisión de información y la persuasión, estrategias que le permitirán “fidelizar” a su cliente, es decir, conseguir su confianza y adhesión. Para ello, su registro debe ser amplio y abarcar diferentes estilos comunicativos: emisión de órdenes, la exposición, la explicación, la argumentación y el discurso persuasivo. Esto propicia que recursos como la intensificación, la atenuación y los enlaces oracionales estén al servicio de una orientación argumentativa persuasiva.

El comportamiento comunicativo habitual del corredor es ajustar la modalidad comunicativa que conoce y que maneja sin dificultades como es la coloquial a las especiales condiciones de su labor profesional. De ahí que hemos descrito a la jerga bursátil como un subsistema del lenguaje estándar, cercano a formas espontáneas e informales. Condiciones como el ritmo acelerado de los mercados que acorta, más que en otras modalidades orales, el tiempo disponible para la estructuración del mensaje propician las construcciones gramaticales no previsibles desde un punto de vista formal (dislocaciones, anacolutos, condensaciones expresivas, parcelación...), que además rompen con el curso lineal del pensamiento lógico (reducciones, cortes, suspensiones discursivas, vacilaciones...). Consecuencia natural de este discurso irreflexivo, casi automático es la *improvisación formal*: las estructuras se agolpaban según van surgiendo las ideas del corredor, según van cambiando las cifras en la pantalla, según van apareciendo las reacciones de su interlocutor, según va cambiando el panorama del mercado o según va desarrollándose la percepción puntual de los hablantes. De ahí la preferencia por la frase breve por razones de comodidad (para el corredor lo cómodo es la expresión rápida), condensación (síntesis) y la posibilidad de una sintaxis acumulativa; todo esto permitirá al corredor adaptar su mensaje a una labor que requiere una respuesta inmediata a cambios contextuales sucesivos y bruscos. Así, la dislocación sintáctica, la condensación, la síncopa sintáctico-expresiva, la sintaxis parcelada y acumulativa, no son más que la consecuencia natural de dicha improvisación formal.

El corredor, como cualquier otro hablante en una situación cotidiana, se precipita, se adelanta, choca con obstáculos semánticos y formales que retrasan el progreso de la información. De ahí los frecuentes titubeos y vacilaciones –fenómenos expresivos atribuidos en exclusividad a la conversación espontánea–, que pasan inadvertidos para el oyente más pendiente del contenido global del enunciado. Por esto no es de extrañar encontrar con bastante frecuencia rupturas sintácticas que interrumpen definitiva o parcialmente la linealidad del discurso y son producto casi siempre de la necesidad de corregir, sobre la marcha, los errores que el uso anticipado de la palabra genera.

Quizá lo más interesante a destacar con respecto a la sintaxis bursátil es constatar cómo un hablante técnico encuentra, en una estructura que está más cerca de lo coloquial que de lo formal, la expresión lingüística que mejor se adapta a sus necesidades comunicativas especializadas. Con el lenguaje de la contratación hemos podido comprobar ampliamente

cómo una actividad especializada puede generar un discurso informal y expresivo, más cerca de las construcciones sintácticas coloquiales que de las estructuras lógicas apegadas a la norma más propias de los lenguajes técnicos; y como, por otra parte, un lenguaje que rompa con la linealidad, la lógica gramatical y la ordenación “normalizada” del enunciado resulta –de esta manera y no de otro modo– perfectamente eficaz, operativo y, sobre todo, comunicativo a un grupo de profesionales en el desempeño de su labor diaria. Esta aparente contradicción nos ha permitido evidenciar que las manifestaciones concretas de habla no siempre se explican desde teorías generalizadoras. El lenguaje bursátil es una realidad de habla compleja y variada, que escapa a la descripción de cualquiera de las teorías que pretenden explicar las constantes de los lenguajes especializados.

Otro de nuestros objetivos fue destacar que el lenguaje bursátil no es una modalidad única en la que un grupo de hombres se gritan y se dan órdenes. Es precisamente el lenguaje de las *ventas* el que contradice esta primera impresión al ver como el corredor que grita una orden por la línea uno, repentinamente despliega por la línea dos una serie de estrategias corteses y persuasivas que buscan convencer a un cliente, para que invierta en tal o cual valor. Este improvisado cambio de registro se debe a un cambio en las condiciones extralingüísticas: el interlocutor no es un compañero, sino un cliente al que se asesora a cambio de ejecutar sus órdenes en el mercado; el acto de habla ya no es ordenar una compra o una venta, sino persuadir, demandar información, solicitar un servicio o recibir órdenes de un superior o de un cliente potencial.

El objetivo de persuadir al cliente para que invierta en los valores que el corredor está recomendando y no otros, le obliga a recurrir a la argumentación para justificar, en ocasiones refutar, una opinión, un tipo de análisis, etc. El objetivo final es convencer al interlocutor, sea cliente o corredor, para que admita como válido el análisis que hace de los resultados o de los datos que surgen en el mercado. Para ello, el corredor pone en relación uno o más argumentos –datos, cifras, análisis– y una conclusión –actuación recomendada–. De ahí que recursos como la *atenuación* y la *cortesía*, innecesarios en la modalidad de la contratación, sean indispensables en las ventas. Así el corredor recurre al realce de los datos favorables a su recomendación, minimice los negativos, retome rutinas verbales como el saludo o la despedida, para abrir y cerrar el intercambio, se valga de la desfocalización deíctica, con el fin de suavizar el papel impositivo del emisor, o recurra a la perífrasis

verbal y al rodeo explicativo como una manera de alargar el camino inferencial, buscando así respetar la libertad del otro. En este punto es donde el corredor debe desplegar sus argumentos para persuadir al cliente de que la suya es la orientación correcta o la lectura más acertada.

El siguiente interrogante surgió a partir de la misma forma discursiva que acabamos de describir a propósito de la contratación: cómo se daba la realización del sentido con un lenguaje tan alejado de lo que se espera de un tecnolecto y tan cercano al habla informal. La primera respuesta a esta pregunta la hallamos en el modelo inferencial: el componente verbal no es el único factor que da sentido al intercambio, ya que no existe una relación unívoca señal-sentido, lo que hace necesario un proceso de comprensión inferencial que otorga al reconocimiento de los factores contextuales una actuación fundamental. Así concluimos que la coherencia discursiva en la conversación bursátil no debe buscarse en la “corrección verbal” concebida como respetuosa de la norma, ni en el uso de una terminología unívoca, entre otras, sino en la selección de un enunciado que oriente al oyente hacia el contexto óptimo que le proporcioné el mayor número de inferencias, con un bajo coste de procesamiento. Cómo consigue el corredor este objetivo: conecta la información semántica del enunciado con la información obtenida de enunciados inmediatamente anteriores y de la situación concreta de la recepción; de modo que hablante elabora su enunciado tomando como referencia cierto contexto que supone en el oyente, hace una evaluación de los conocimientos de éste y, a su vez, el oyente interpreta las intenciones del hablante con la información que obtiene del enunciado. En suma, la coherencia no debe buscarse sólo en la organización textual, es decir, en el componente verbal, sino que debemos ir más allá y completar lo que falta, lo que se sintetiza, lo que se suprime –cifras, cotizaciones, número de acciones, información conocida, etc.– con el contexto específico para el cual se ha producido dicho enunciado.

Una vez que aclaramos como se conectan el componente verbal y el contexto óptimo, pasamos a interesarnos por el texto en sí mismo, por los elementos lingüísticos que conectan a modo de enlaces intratextuales los diferentes miembros del discurso. Así dirigimos nuestro interés hacia aquellos recursos lingüísticos relacionados con la noción de *cohesión* textual, tanto léxicos (repetición, elipsis, sustitución) como gramaticales (conectores y marcadores discursivos). Una primera conclusión fue comprobar cómo la falta de

elementos de conexión se suple con la reconstrucción contextual y con la repetición, ya sea exacta como a través de la sustitución del referente por sinónimos, metáforas o metonimia. Estos recursos sostienen el hilo temático y sirven de enlace de las diferentes unidades discursivas en ausencia de formas más específicas como los conectores. De modo que en la Bolsa la cohesión no siempre equivale a uso “normalizado” de marcadores o conectores discursivos.

Finalmente, estudiamos los recursos de cohesión estructural, es decir, aquellos elementos de contenido gramatical, más que semántico, que funcionan como enlaces entre las unidades discursivas, por un lado, y como marcas que guían al oyente hacia las inferencias necesarias para la comprensión. Esto nos sirvió para comprobar que la generalidad de los conectores y marcadores discursivos utilizados por los hablantes de la Bolsa son los mismos que habitualmente encontramos en el discurso espontáneo. Un ejemplo de esto es el uso y abuso de marcadores que actúan preferentemente en la organización del discurso oral, y que, perdiendo su función nexiva, operan como muletillas, recursos de relleno de espacios vacíos dejados por las vacilaciones, los titubeos que permiten al corredor conservar la palabra mientras improvisan su intervención.

Pero quizá el rasgo fundamental que describe el uso de los recursos de cohesión en la comunicación bursátil es su doble papel, es decir, un conector cumple con su labor de enlazar dos unidades de discurso, pero además puede actuar como un marcador reactivo en el nivel pragmático e inferencial. De modo que el carácter oral –inmediatez comunicativa– de los intercambios bursátiles propicia que los recursos de conexión cumplan con un doble papel: no sólo de apoyo sintáctico (unión de dos miembros), sino también de apoyo pragmático consiguiendo así que el hablante relacione lo dicho con el contexto inmediato y obtenga las inferencias necesarias para completar la información implícita o elidida del plano verbal. De modo que tienen una función de enlace textual y otra extraoracional.

Si bien nuestro objetivo no era, como es habitual en los estudios sobre lenguajes especializados, reducir el análisis de la jerga bursátil a sus peculiaridades léxicas, la terminología bursátil debía ser uno de los focos de interés, sobre todo, para salvar el desconocimiento que existe sobre el tema, hasta para los especialistas en el campo financiero. Como nos ocurrió en el estudio sintáctico y en el de la estructura textual, encontramos en la ter-

minología bursátil, más aún si cabe, rasgos propios del coloquio. El corredor, en su papel como nominador, no tiene intenciones metalingüísticas, cultistas o crípticas en sí mismas, sencillamente busca un instrumento de expresión ágil, rápido y preciso que encuentra en el lenguaje que usa para comunicarse en su vida cotidiana. De modo que no pretende crear una terminología inaccesible en su forma y en su contenido, por ejemplo, de carácter culto (raíces o afijos griegos y latinos), más bien busca facilitar la designación de un mundo, ya de por sí críptico, aproximando el lenguaje cotidiano a las especiales necesidades tanto designativas como expresivas de su labor. Recursos habituales en el lenguaje estándar como la metáfora, la metonimia, el préstamo interno o el acercamiento analógico son los preferidos por el corredor.

El mecanismo más utilizado en la creación del vocablo técnico es la habilitación semántica y, en menor medida, la habilitación formal, tanto del significante proveniente de la lengua estándar como de sus recursos: formación de palabras, metaforización, fraseología, contaminaciones argóticas y hasta vulgares. Esto no es más que el reflejo de su competencia como hablante coloquial, que traslada al campo especializado los recursos expresivos que maneja habitualmente en situaciones comunicativas cotidianas. Muchas las copia directamente, adaptando su contenido semántico a la labor bursátil; otras las crea utilizando los instrumentos que el léxico estándar le ofrece.

Sin embargo, a esta tendencia hacia la especialización del vocablo estándar, se le une otra que incorpora términos provenientes de disciplinas técnicas hermanas a la bursátil como la economía, las finanzas y hasta la política. Dichos tecnicismos son producto de creaciones especializadas en toda regla, es decir, se crea el concepto o el objeto y posteriormente se le nombra. Completando este comportamiento más propio de disciplinas científicas o técnicas, tenemos la influencia de la lengua inglesa, como ya explicamos, por su carácter de lengua vehicular en los medios financieros mundiales. Muchos de esos términos pasan al vocabulario bursátil sin ningún tipo de cambio, por la dificultad de hallar sustitutos castellanos igual de concisos y claros. Otros sufren un proceso de castellanización, actuando como base léxica de posteriores procesos de formaciones de palabras. Los menos son traducidos y con el tiempo sustituyen al vocablo inglés. En fin, el bilingüismo, en la actividad

bursátil, es un hecho innegable, entre otras cosas, por la predisposición de la lengua inglesa a la síntesis y a la precisión, tan necesarias para la labor del corredor. Precisamente es esa cualidad la que ha motivado que el corredor español busque en su propio idioma aquellos recursos que faciliten la creación de vocablos especializados con las mismas características y las mismas prestaciones léxico-semánticas. En suma, la terminología bursátil resulta de la convivencia pacífica de una gran cantidad de vocablos provenientes del habla diaria, habilitados semántica y formalmente para la labor bursátil; algunos términos sacados de los diccionarios económico-financieros; nombres, expresiones y siglas en inglés; y, por último, la contaminación, para muchos indeseable, de términos argóticos –entre ellos, lenguaje soez– que cumplen una función expresiva de incalculable rentabilidad para la comunicación en la Bolsa. Las razones de esta última incorporación pueden ser muchas, todas igualmente justificables: desahogo emocional, expresividad, énfasis, expresión oral, improvisación enunciativa, etc. Lo que está claro es que el uso del lenguaje malhablado no es necesario desde el punto de vista estrictamente técnico-informativo, ya que podríamos omitirlo sin que el contenido sufriera ninguna modificación. Lo que viene a significar que hay otros factores como la expresividad, la subjetividad del hablante o la emotividad que, como en el lenguaje coloquial, juegan un papel importante, desde el punto de vista pragmático, también en los lenguajes especializados, al menos en este concreto.

Si bien se puede defender que todo lenguaje especializado tiene una vertiente informal, más o menos espontánea, en la Bolsa esa vertiente oral y espontánea es la única que existe, ya que no hay otro registro bursátil que no sea el que se expresa oralmente, el que se conversa en la mesa de contratación o se grita en el parqué. En general, nuestro primer interés fue sacar de los círculos cerrados de los mercados financieros un lenguaje sorprendente no sólo por su carácter críptico, sino por su sincretismo, por la manera como conviven de forma armónica una serie de recursos lingüísticos y comunicativos, aisladamente heterogéneos y conjuntamente eficientes. Una vez que fuimos familiarizándonos con esta especial forma de comunicación laboral nos sorprendió que un lenguaje que reúne todas las caracte-

rísticas para ser considerado una jerga profesional en toda regla no pudiese explicarse y describirse bajo el prisma de las teorías tradicionales sobre los lenguajes de especialidad. Pronto comprendimos que el uso del canal oral como única forma de expresión condicionaba de forma mucho más definitiva los rasgos que definen a la comunicación bursátil, acercándolos al habla cotidiana. Por esto mismo nos sorprendió tropezar con algunas dificultades teóricas al comprobar que no podíamos hablar de conversación coloquial para referirnos a los intercambios profesionales. Este primer escollo no cambió la orientación de nuestro estudio, ya que los registros del habla real de los corredores eran tozudos y contradecían esta traba.

De modo que decidimos dejar hablar al lenguaje, que fuese la misma palabra de los corredores la que respondiera a nuestras preguntas, sin olvidar, por supuesto, la orientación comunicativa o pragmática. Así que recorrimos de forma general diferentes aspectos tanto lingüísticos, como comunicativos del lenguaje bursátil no sólo para comprobar, cada vez con mayor fuerza, que un lenguaje altamente especializado puede encontrar en la expresión oral espontánea un vehículo idóneo de comunicación, sino además para abrir el camino a otros investigadores que quieran profundizar en los múltiples aspectos que aporta el habla de los corredores y las corredoras al estudio general de la lengua.

GLOSARIO BURSÁTIL

INTRODUCCIÓN

El glosario que presentamos a continuación es producto de nuestro interés por reflejar lo más fielmente posible el léxico utilizado por los corredores en sus conversaciones profesionales, es decir, en sus intercambios hablados en la mesa de contratación. Son pocos los diccionarios exclusivos dedicados al lenguaje de la Bolsa, ya que el léxico específicamente bursátil viene incluido en los diccionarios económico-financieros, razón por la que ha resultado una labor compleja separar los conceptos económicos globales que forman parte del conocimiento enciclopédico que debe manejar todo profesional de la Bolsa, y el vocabulario cotidiano, que se restringe a la mesa de contratación y al oficio exclusivo de la compra y venta de acciones en el mercado continuo. Por tanto, este glosario se inspira en la necesidad de reflejar estrictamente, aunque no de forma exhaustiva, el léxico hablado por los corredores en la mesa de contratación y que les sirve para comunicarse y negociar. Para conseguir este objetivo hemos examinado diferentes diccionarios (económico-financieros)¹ y glosarios (sobre todo de manuales dedicados a la Bolsa) –publicados tanto en ediciones en papel, como en publicaciones especializadas en internet²– y hemos ido seleccionando, con la ayuda de los corredores informantes, aquel léxico que efectivamente les sirve para comunicarse. Esta selección se completa comprobando en los registros magnetofónicos, es decir, en boca de los propios corredores y de forma espontánea el uso frecuente y cotidiano del vocabulario acotado.

El glosario pues está inspirado por un afán divulgativo. Mucho de los vocablos documentados no están registrados en ninguna de las fuentes consultadas, a pesar de su uso

¹ CANO RICO, J.R. (1997): *Enciclopedia básica del inversor financiero y bursátil I, II, III, IV*, Madrid, Tecnos.

CUERVO, L. RODRÍGUEZ SÁIZ, J.A. y OTROS (1995): *Manual del sistema financiero español*, Barcelona, Ariel Economía.

DUPLAT, Claude (1989): *Cómo funciona la Bolsa*, Madrid, Paraninfo.

M.B.H. (ED.) (1980): *Diccionario de Banca y Bolsa*, Madrid Editorial, Técnica Bellisco.

MORENO PACHECO, MIGUEL (1967): *Terminología económica*, Barcelona, Hueber.

TAMAMES, Ramón y Santiago, GALLEGO (1994): *Diccionario de economía y finanzas*, Madrid, Alianza Editorial.

² WWW.latinstocks.com/inversor/diccionario/diccionario.html

WWW.eurobanco.com/analisis/diccionario.jsp

cotidiano en las conversaciones entre corredores. Como la competencia profesional está intrínsecamente ligada en la Bolsa a la competencia comunicativa, al joven corredor que se inicia en este oficio no le basta con un conocimiento profundo del lenguaje financiero y de sus términos especializados para ser competente en la jerga bursátil. De aquí la importancia de nuestro glosario al registrar aquellas palabras que sólo están en boca de los corredores, que forman parte esencial de su léxico jergal. Por otro lado, pensamos que era indispensable que nuestro trabajo contara con una referencia léxica que apoyara nuestras explicaciones e hiciera el estudio accesible a los lectores poco familiarizados con el mundo bursátil.

Nuestro interés, por tanto, ha sido ceñirnos lo máximo que nos ha sido posible a la realidad concreta del habla y recoger aquellas palabras habituales para los corredores, unas creadas por los propios hablantes, otras habilitadas del lenguaje estándar para adaptarse a las necesidades comunicativas de una labor altamente especializada y sometida a circunstancias específicas.

A

ABAJO: Lugar donde se encuentra un valor de baja cotización. (“Por allá abajo”).

ABSORCIÓN: Fusión impropia en la que una sociedad preexistente absorbe el patrimonio y los socios de una o más compañías, por razones fiscales, contables, jurídicos financieros y empresariales.

ACCIÓN: Valor mobiliario que representa una fracción del capital de una sociedad anónima y que otorga a su titular los derechos del accionista.

ACCIÓN NUEVA: Acción emitida con el objetivo de ampliar el capital de una compañía.

ACCIÓN ORDINARIA: Si no tiene derechos especiales, aparte de los ya otorgados por la ley y los estatutos sociales.

ACCIÓN VIEJA: Las acciones emitidas con anterioridad por una compañía antes de una ampliación de capital.

ACCIONISTA: Titular de una o más acciones.

ACCIONISTA MAYORITARIO: Accionista que posee la mayoría de los derechos de voto del capital de una empresa.

ACCIONISTA MINORITARIO: Accionista que posee una participación pequeña en el capital de una empresa.

ACELERACIÓN: Aumento imprevisto que acelera los movimientos de las cotizaciones de un valor negociable.

ACTIVO: Conjunto de bienes y derechos pertenecientes a una Sociedad u otra persona jurídica o física.

ACUMULAR: Comprar muchas acciones de un valor o de un sector en, por ejemplo, prevención de una tendencia al alza.

ACUMULACIÓN: Momento del mercado bursátil en la que los corredores compran valores anticipándose al inicio de una tendencia alcista.

ADMISIÓN EN BOLSA: Procedimiento que busca que un determinado valor mobiliario pueda ser admitido a negociación en el mercado bursátil, previo cumplimiento de ciertos requisitos legales.

A DINERO: Se denomina así a una opción negociable cuyo precio de ejercicio se corresponde con el precio actual del activo subyacente.

ADR Siglas de *American Depositary Receipt*. Es el certificado emitido en Estados Unidos que registra la titularidad de valores extranjeros.

AGENCIA DE VALORES: Sociedad creada con un capital mínimo de 150 millones de pesetas acreditadas para operar, siempre por cuenta ajena, en los mercados financieros españoles

AGENCIA DE VALORES Y BOLSA: Intermediario bursátil con autorización legal para negociar en Bolsa por cuenta de sus clientes. Son "agencias de valores" que al ser miembros del mercado pueden operar directamente en él.

AGENTE DE BOLSA: Término genérico que incluía a los Agentes de Cambio y Bolsa y Corredores de Comercio Colegiados. Persona física o jurídica que opera en la compra y venta de acciones en el mercado de valores (sin. *corredor*, "*broker*").

AGREDIR: "Atacar" (acosar) una posición de oferta o demanda.

AGUAS: Sociedad General de Aguas de Barcelona.

AJUSTE: Operación destinada a igualar las cotizaciones con el fin de que puedan constituir una unidad de medida.

AL CONTADO: Compraventa de valores que implica la entrega simultánea del precio y del valor objeto del contrato.

AL MEJOR CAMBIO: Orden de compra o venta sin límite de cambio que debe realizarse, según el criterio del operador, al mejor precio del mercado ("por lo mejor").

ALCISTA: Posición de Bolsa que hace estimar un alza en las cotizaciones. **2.** Operador que especula al alza comprando títulos para revenderlos antes de la liquidación y obtener así sustanciosas ganancias. (sin. *toro*).

ALIGERAR: Vender parte de las acciones de un valor con el fin de reducir riesgos.

ALIMENTACIÓN: Sector bursátil que abarca los valores emitidos por sociedades destinadas a la producción de alimentos y bebidas principalmente.

ALTO: Es la cotización máxima de un valor o de un mercado durante un plazo determinado de tiempo ("el alto del año")

ALZA: Aumento del valor de las cotizaciones bursátiles.

AMORTIZAR: Devolución del capital prestado, bien de una sola vez o bien escalonadamente. **2.** Cancelación progresiva de las deudas de una empresa.

AMPLIACIÓN DE CAPITAL: Operación mediante la cual la sociedad incrementa su capital emitiendo nuevas acciones (sin. *aumento de capital*).

ANÁLISIS CHARTISTA: Estudio técnico que intenta prever las futuras oscilaciones de los cambios en las cotizaciones a partir de sus precedentes variaciones (sin. *análisis de rayas*).

ANÁLISIS TÉCNICO: Conjunto de técnicas que tratan de predecir el comportamiento de las cotizaciones desde su vertiente histórica, apoyándose para ello en ciertas magnitudes bursátiles, como volumen de contratación, cotizaciones de las últimas sesiones, etc. El análisis técnico se apoya en modelos gráficos.

ANULACIÓN: Cancelación de una orden de compra o venta.

APALANCAMIENTO: Se puede definir como las variaciones sobre la rentabilidad de los fondos propios debido a las distintas composiciones de los recursos financieros (capital propio y ajeno), de tal modo que se intente obtener la óptima proporción entre los capitales propios y ajenos.

APARCAMIENTO: Práctica ilegal consistente en la venta de acciones a una persona o sociedad que pasa a figurar como propietaria, sin serlo realmente, ya que el vendedor retiene de forma secreta la propiedad de dichas acciones.

APERTURA: Momento en que los mercados abren su cotización diaria. **2. A la apertura:** Orden que se da para su ejecución en el momento en que abran los mercados su negociación diaria.

APLICACIÓN DE VALORES: Operación que consiste en la compra y la venta de un valor por parte de un mismo intermediario bursátil por una misma cantidad de títulos en una misma fecha y a un mismo cambio por cuenta de dos o varios ordenantes. Cuando el corredor tiene comprador y vendedor para un mismo valor simultáneamente.

APRECIACIÓN: Aumento de la cotización de una moneda o divisa o de un valor negociable en determinados mercados.

ARBITRAJE: Operación de compra o venta de valores con el fin de conseguir un beneficio gracias a la diferencia de cambios sobre el mismo valor entre dos bolsas distintas.

ARRIBA (ahí): Lugar donde se encuentra un valor de alta cotización.

ASIENTO: Inscripción individualizada de una operación en un libro de registro o en un libro contable.

ASIGNACIÓN: Cantidad de acciones que se fija a cada suscriptor que tiene exceso de solicitudes de suscripción.

ATACAR: Vender o comprar a los precios de oferta o demanda en un momento determinado.

ATESORAMIENTO: Acumulación de valores o crédito.

ATIZAR: Venta agresiva de un valor con el propósito de bajar el precio de la cotización. (“venta a la marica el último”)

AUTOCARTERA: Cartera formada por acciones de una sociedad en manos de la propia sociedad o de una sociedad filial a la misma.

AVERSIÓN AL RIESGO: Es la posición de un inversor que no desea someter sus inversiones financieras a altos riesgos.

A VIVA VOZ: Véase contratación a viva voz.

B

BACK OFFICE: Conjunto de actividades contables, financieras y administrativas generadas por la confirmación escrita de una operación negociada por los agentes del *front office* de una sociedad bursátil.

BAI: Corresponde a Beneficios Antes de Impuestos.

BAJA: Reducción en el precio de cotización de los valores mobiliarios.

BAJADA TÉCNICA: Bajada de corta duración de las cotizaciones de un valor o de un mercado con tendencia alcista, debido a razones estrictamente internas como ventas para toma de beneficios o cierre de posiciones de vendedores en descubierto, etc.

BAJISTA: Estrategia especulativa que prevé un descenso en la cotización de un valor, de un sector o del mercado de valores. **2.** Inversor que espera que las cotizaciones de un valor o de un mercado bajen (sin. *oso*).

BAJO: Cotización mínima que ha tenido un valor o un mercado durante un período determinado de tiempo.

BANDA: Intervalo de cotizaciones entre las que fluctúa un título.

BANDAZO: Oscilación brusca del precio de un valor.

BARANDILLA: Lugar desde donde los inversores siguen las cotizaciones en el parqué. En el mercado continuo, ver una operación y no entrar a negociar.

BARANDILLERO: Término de antigua usanza, que designa a los pequeños inversores que seguían las operaciones desde la baranda del parqué.

BARRER: Operación que puede ejecutarse al alza o a la baja. De ser a la baja sería sinónimo de *atizar*, pero con el matiz de “vender todo lo que haya en demanda” o “comprar

todo lo que haya en oferta. Tiene el sentido metafórico de dejar “limpia”, “vacía” la posición ya sea compradora o vendedora.

BARRERA: Véase *barandilla*. (“Mirar los toros desde la barrera”).

BARRIDAS: Reiteradas acciones de *barrer*, es decir, barrer un precio y luego el siguiente que aparezca; ir limpiando oferta y demanda.

BATACAZO: Caída brusca de la cotización de un valor o de los índices de una Bolsa.

BATIR AL MERCADO: Operación que consigue una rentabilidad superior o una pérdida inferior al índice del mercado.

BEAR MARKET: Voz anglosajona equivalente a "mercado bajista".

BENEFICIO: Diferencia entre ingresos y gastos de una operación. **2.** Resultado neto de una empresa una vez deducidos los consumos, gastos e impuestos.

BIG BLUE: Nombre con que se designa en los mercados de valores norteamericanos a la compañía IBM en razón de su gran capitalización bursátil en la Bolsa de Nueva York (esp. *el gigante azul*).

BLANQUEO DE DINERO: Operaciones que busca convertir el dinero negro en dinero blanco, es decir, integrarlo en los canales de fiscalización tributaria con el objeto de seguir manteniendo oculto su origen ilícito.

BLUE CHIPS: Voz anglosajona que designa a los valores de cotización en alza con gran estabilidad y seguridad de resultados (sin. valor puntero, valor estrella).

BOCA ABAJO (ponerse): Adjetivo que indica la caída de los índices del Mercado.

BOLETA: Justificación escrita que un intermediario bursátil entrega a su cliente de las operaciones realizadas por su cuenta.

BOLSA: Es el mercado de capitales organizado, institucionalizado, oficialmente regularizado, con unos intermediarios y formas de contratación específicos, con un objeto de contratación singular: los valores negociables.

BOLSA DE NUEVA YORK: Es la bolsa más importante del mundo, ya que sus oscilaciones condicionan los movimientos de los precios de los valores de los mercados bursátiles internacionales. (sin. *Wall Street*)

BOLSISTA: Término que designa a los interviniente en la bolsa. **2.** Se dice también del especulador o inversor a corto plazo. Palabra más utilizada por los medios de comunicación para referirse a los trabajadores de la bolsa que por los propios corredores.

BONO BASURA: Valores emitidos por sociedades creadas para realizar determinadas operaciones financieras, especialmente para compra de sociedades por medio de diferentes

técnicas incluso mediante opas hostiles o emitidos por sociedades con poca solvencia y alto riesgo.

BONO SAMURAI: Obligación denominada en yenes emitida en Japón por un emisor extranjero.

BONOS: Valores de renta fija que confieren al suscriptor la condición de acreedor del ente emisor y cuya titularidad se remunera con un interés fijo o variable.

BONOS MATADOR: Valor de renta fija extranjera emitido en pesetas por un no residente en el mercado de valores español.

BONOS YANKIS: Bonos emitidos en dólares en el mercado norteamericano por un emisor extranjero.

BONUS: Incentivo o prima que se paga al corredor por haber alcanzado unos objetivos empresariales o resultados extraordinarios.

BOOM: Voz inglesa que implica un alza importante en el volumen y en los precios del mercado.

BROKER: Término inglés que designa a los intermediarios bursátiles que actúan por cuenta de sus clientes (esp. *corredor*).

BROKERS CIEGOS: Agencias que sirven de intermediarios entre comprador y vendedor, de forma que ambas partes no conocen al contrapartidista de la operación acordada, que permanece en el anonimato.

BULL MARKET: Voz anglosajona que equivale a *Mercado alcista*. Rápidas y persistentes alzas en las cotizaciones de los valores, con la posibilidad de obtener grandes ganancias.

BUNDESBANK- BUBA: Banco Central de Alemania.

BURBUJA: Subida artificial generalizada de todos los mercados financieros que puede desembocar en el efecto contrario, un crack.

C

CABALLERO BLANCO: Inversor que ayuda financieramente a una empresa que está siendo objeto de una tentativa de "opa hostil".

CABALLERO NEGRO: Sinónimo de "tiburón". Persona física o jurídica que realiza una "opa hostil".

CAC 40 (El CAC): Índice de la bolsa de París.

CADUCIDAD: Vencimiento del plazo acordado para el ejercicio de un derecho o de una actividad.

CALENTAR: Mover al alza una cotización con ánimo de vender posteriormente la elevación se consigue recurriendo a los rumores o a compradores ficticios a la vez que se hacen fuertes compras. También se puede calentar a la baja.

CAMBIO: Precio que alcanza la cotización de un valor en Bolsa o en un mercado. **1. De apertura:** La primera cotización que se da para un valor determinado en la sesión de Bolsa. **2. De cierre:** Es el último cambio del valor de la sesión de Bolsa.

CAMBISTA: Agente que se dedica a la negociación en el mercado de cambio de divisas.

CANAL: Banda de fluctuación, en el análisis chartista, dentro de la cual se producen las oscilaciones de las cotizaciones que han seguido una tendencia definida.

CANTAR: Sinónimo de decir, tomado de los antiguos corros.

CAP: Voz anglosajona que designa al instrumento con el que un comprador se cubre de los riesgos de que los tipos de interés de referencia en una operación superen un nivel máximo acordado.

CAPITAL: Recursos financieros de que dispone una compañía o sujeto para realizar una inversión o actividad.

CAPITALIZACIÓN BURSÁTIL: Valor de la empresa obtenido de aplicar a las acciones que componen su capital social la cotización bursátil. (ing. *Market Cap*) **2.** La capitalización bursátil del mercado es la suma de la capitalización de cada uno de los valores cotizados ("¿cuánto capitaliza?").

CAPTACIÓN: Se refiere a todas las operaciones, a la vista o a plazo, que involucran recibir dinero del público, sea como depósito, mutuo, participación o transferencia.

CARGADO: Cuando un corredor tiene muchas acciones de un mismo valor o de un mismo sector. "Estoy cargado".

CARGAR: Comprar muchas acciones de un mismo valor. Sinónimo de *atesorar*.

CÁRTEL: Pacto entre empresas con el fin de limitar la competencia entre ellas.

CARTERA: Conjunto de valores de renta fija y variable que constituyen el patrimonio de un sujeto.

CASAR OPERACIONES: Expresión utilizada cuando se reciben órdenes de compra y venta de un mismo valor y precio, de tal forma que las demandas de uno son satisfechas con las órdenes de otros.

CASH-FLOW: Término anglosajón que designa a un instrumento de medida y comparación en el análisis fundamental de una empresa cotizada o próxima a cotizarse en los mercados bursátiles. (esp. *flujos de tesorería*).

CATS: Sistema informático que permite la contratación de valores y la existencia de un mercado en donde los agentes están conectados a un ordenador central que casa las órdenes de compra y venta fijando sus cotizaciones.

CAZADOR DE GANGAS: Inversor que está pendiente de las bajadas de las cotizaciones para adquirir valores y venderlos en cuanto recuperen su valor inicial.

CEBES: Acrónimo de Certificados del Banco de España.

CERRAR UNA OPERACIÓN: Deshacer o ejecutar una posición compradora o vendedora.

CHARTISMO: Consiste en la realización de predicciones sobre cotizaciones mediante el análisis de gráficos o charts.

CHARTISTA: Profesional que hace pronósticos a partir del análisis de los gráficos o charts que elabora. **2.** Adj. Perteneciente o relativo al charts (“a nivel chartista todo está más o menos claro”).

CHARTS: Gráficos que registran las oscilaciones de precios en los mercados.

CHICHARROS: Títulos de compañías de pequeña cotización bursátil, normalmente de bajo precio unitario, pero que pueden tener un potencial alto de ganancias. Tienen carácter especulativo.

CHIRINGUITO: Entidades que asesoran y operan en los mercados financieros españoles, sin estar capacitadas para ello

CERRAR: Dar por concluida una negociación o una operación.

CICLOS BURSÁTILES: Movimientos periódicos de depresión, crisis y expansión ligados a los ciclos económicos generales. **2.** Oscilaciones de las cotizaciones bursátiles.

CIEGO: Mercado donde las partes contratantes no pueden conocer la identidad de su contrapartida. Mercado en que los participantes cotizan sus precios de compra y venta a través de una red de mediadores ciegos que muestran los precios de compra y venta sin dar a conocer las contrapartidas de la operación.

CIERRE: Momento en que termina oficialmente la contratación en bolsa.

CLASIFICACIÓN O RANKING: Es la ordenación de un conjunto y su distribución en grupos de acuerdo con un criterio. Existen clasificaciones de fondos de inversión, de actividades de sociedades y agencias de valores.

CLIENTE: Persona física o jurídica que opera en los mercados financieros proporcionando órdenes de compra o venta de valores negociables a un agente autorizado.

COBERTURA: Provisión de fondos para asegurar una operación bursátil (“cubrir una posición”).

COLGADO: Se define así al inversor que ha comprado valores a los precios máximos, cuando bajan las cotizaciones de los mismos. Sinónimo: *pillado*.

COLOCACIÓN: Posición que mantiene un agente. **2.** Operación que consiste en invertir en activos financieros, valores negociables o depósitos bancarios con el fin de obtener un beneficio.

COLOCAR: Depositar un dinero o títulos en una institución financiera con unas condiciones pactadas de antemano. **2.** Poner en mercado una posición vendedora o compradora.

COMISIÓN: Pago a favor de la persona que realiza alguna gestión por cuenta de otra. **2.** Retribución que pretende el agente por su intermediación bursátil.

COMPAÑÍA: Designación que el Código de Comercio da a la sociedad mercantil en general.

COMPRA: Adquisición de un bien o servicio contra el pago de un precio pactado.

COMPRA A DESCUBIERTO: Comprador de títulos que no dispone del capital necesario para ordenar su transacción.

COMPRADO (estoy): Indica que el corredor tiene muchas acciones o divisas en su poder. Sinónimo *estar largo*.

COMPRAVENTA: Acuerdo en el que una parte vendedora se compromete a entregar un objeto determinado a la parte compradora, debiendo ésta concederle un precio determinado.

CON LIMITE A : Orden de bolsa en la que se pone un límite al cambio máximo si se trata de compras o mínimo si es de ventas.

CONCENTRACIÓN DE EMPRESAS (Sectorial): Unión o vinculación de empresas existentes, generalmente de un mismo sector.

CÓNDOR: Adquisición paralela de opciones de compra y venta a un mismo vencimiento y al mismo precio de ejercicio y, simultáneamente, compra de las mismas opciones al mismo vencimiento, pero a distinto precio de ejercicio.

CONFLICTO DE INTERESES: Circunstancias en la que los intereses de una persona o empresa entran en conflicto con los de otra persona o empresa, ya que se representa o se actúa a favor de la persona con la que se puede dar la contraposición de intereses (sin. *códigos de conducta*).

CONSOLIDACIÓN: Modificación de una deuda a corto plazo en otra a largo plazo.

CONSTRUCCIÓN: Valores cotizados en Bolsa emitidos por empresas del sector de la construcción.

CONTADO: Operación financiera en la que la entrega de los valores negociables y el pago del precio es simultánea sin mediar plazo. (difiere de *futuro*)

CONTINUO: Véase *mercado continuo*.

CONTRAPARTIDA: Posición de oferta y demanda opuesta a la que una persona formula.

CONTRATACIÓN A VIVA VOZ: Sistema de contratación de la bolsa tradicional, en el que los profesionales comunican sus posiciones de oferta y demanda en voz alta en los corros de la sesión bursátil.

CONTRATACIÓN CONTINUA: Véase *cats*.

CONTRATO: Acuerdo por el que una o más personas se comprometen a dar alguna cosa o prestar algún servicio.

CONTRATO A FUTUROS: Contrato de compraventa a plazos en el que una parte se obliga a entregar un activo financiero o no financiero a otra, en un tiempo y un precio fijado en el mismo en el momento de su otorgamiento. Obligación de entregar o recibir productos o servicios en una fecha futura.

CONTRAVALOR: Equivalencia entre el valor de una moneda de un país en relación con otra moneda extranjera.

CONVERTIBLE (derivados): Capacidad de un instrumento financiero para ser convertido en otro distinto.

CORRECCIÓN: Cuando, después de una subida, se produce una caída de la cotización de un valor que oscila entre un tercio y la mitad de la subida.

CORREDOR: Intermediario y asesor financiero autorizado para la contratación de títulos en los mercados de valores.

CORROS: En el sistema de contratación a viva voz, se denomina corro a los diferentes períodos de tiempo en los que se divide la sesión bursátil y en los que se puede negociar un determinado sector.

CORTO (estoy): El corredor que está corto apuesta porque el mercado de divisas baje, no tiene divisas y espera comprar más barato. Es decir, ha vendido a crédito o en descubierto si no tiene “posición” esta fuera del mercado. Ni corto ni largo

COTIZACIÓN: Precio alcanzado por los valores negociados en Bolsa. **2. Al cierre:** última cotización de un valor en una sesión. **3. En firme:** precio cerrado para el que hace la oferta, si la otra parte lo acepta de inmediato.

COTIZAR: Publicar en Bolsa el precio de los valores.

CRASH: Caída vertiginosa de las cotizaciones de la mayoría de los valores de una Bolsa. Quiebra financiera.

CRUZAR: Operación en la que se encuentran (se pacta un precio intermedio) la oferta y la demanda de un valor, en un volumen y precio determinados, de modo que se cruza (se efectúa) la transacción.

CUARTILLO (de punto): En los tipos de interés, el equivalente a 250 puntos básicos.

CUBRIR (una posición): Operación de compra o venta de otro producto financiero, por ejemplo una opción o un futuro, de modo que, adquiriendo la posición contraria a la del valor inicial, la subida de uno compensa la caída del otro.

CUIDADOR: Profesional que se encarga de mantener la cotización de un título en unos niveles predeterminados.

D

DADOR: Persona que encarga a un intermediario bursátil la realización de una operación de bolsa, siguiendo las instrucciones dadas en la orden recibida.

DAR: Vender. (“Déjame ahí a ver si me dan”)

DE CARA: Se refiere al volumen de dinero en demanda de compra que al final de la sesión queda sin poder ejecutarse. (“hay tres mil y pico de cara”)

DEALER: Término anglosajón que designa al intermediario bursátil que negocia por cuenta propia y que ejerce como contrapartida de órdenes de compraventa de valores.

DÉBIL: Activos financieros que tienen precios poco estables y fuertes tendencias a descender.

DELITO DE INFORMACIÓN PRIVILEGIADA: Véase *insider trading*. Acto punible, realizado por el profesional que dispone de información reservada y utiliza esa información en beneficio propio o de terceros afines antes de que la conozca el gran público.

DEMANDA: Valor global que representa la intención de compra de una colectividad. Petición formal de compra de un valor en concreto, divisa u otro producto financiero.

DEPRESIÓN: Etapa de escasa actividad económica que suele preceder o seguir a una crisis.
2. Situación en los mercados en la que los volúmenes de contratación son bajos y la cotización tiene una tendencia a la baja.

DESCARGAR: Vender la totalidad de acciones de un valor o sector, generalmente, con el fin de obtener liquidez para invertir en otros valores.

DESCOLGADO: Se define así la situación en la que suele quedar un inversor cuando se produce una subida de las cotizaciones en la bolsa y se encuentra con la cartera sin títulos.

DESCUBIERTO (AL): Ventas realizadas por una persona que no dispone de las acciones en el momento de la venta y que espera adquirirlas a un precio más bajo que el de la venta para lucrarse con la diferencia de los cambios.

DESPLOMARSE: Caída brusca de la bolsa.

DIENTES DE SIERRA: Expresión que reproduce muy gráficamente la forma que adquiere la línea de un gráfico al reproducir el curso de las cotizaciones cuando, en períodos de tiempo breves, hay alzas y bajas continuadas en el mercado.

DINERO: Tendencia a la compra. Indica que en el momento de la contratación hay una mayor demanda de un valor determinado que oferta. **2. Blanco:** es el declarado ante la Hacienda pública en cuanto a su existencia y origen. **3. Caliente:** fondos que se mueven con fines especulativos de un mercado a otro para aprovechar las diferencias de cambio y de tipos de interés.

DISPONIBILIDAD: En una inversión, el tiempo en el que se puede retirar el dinero.

DIVERSIFICACIÓN DE RIESGOS: Distribuir las colocaciones en valores de sectores diversificados y en renta fija y variable, de tal forma que el posible resultado desfavorable de uno de ellos no repercute gravemente sobre toda la cartera del inversor.

DOW-JONES: Índice bursátil de la Bolsa de Nueva York. Constituye un dato muy apreciado para los analistas ya que refleja el comportamiento del principal mercado bursátil del mundo.

DOY: Término que hereda el corredor del mercado continuo de los corros y que le sirve para expresar la oferta de valores. Se contrapone al término “tomo”.

EFFECTIVO: Dinero líquido –monedas y billetes– existente en las cajas de un banco u otra empresa.

EFFECTO DE APALANCAMIENTO: Se produce cuando el coste del capital es inferior a la rentabilidad del mismo capital en la empresa.

EJECUCIÓN DE UNA ORDEN: Cumplimiento por el corredor autorizado de una orden de compra o venta de acciones dada por un cliente.

EJECUTAR: Hacer efectiva una orden en los mercados financieros.

ELÉCTRICAS: Valores cotizados en Bolsa emitidos por empresas productoras de electricidad.

EMISIÓN: Acción que realiza el emisor al poner en circulación las acciones de una compañía y ofrecer su suscripción.

EMISOR: Ente o persona que realiza la emisión.

ENERGÍA: Nombre global que se le da al sector de títulos de Bolsa emitidos por empresas petroquímicas y de gas.

ENGANCHARSE: Mantener la posesión de un determinado valor a un precio concreto por mucho tiempo.

ENTRAR: Comenzar a negociar acciones a un precio determinado.

ENTRAR A BOLSA: Proceso dirigido a que las acciones de una sociedad coticen en Bolsa y se puedan comprar y vender libremente.

ENVAINARSE: Guardarse para sí mismo una opinión o una información cuando ésta es errada (“ahora te envainas la opinión”)

ESPECULADOR: Profesional que compra o vende a corto plazo, con el fin de vender o recomprar en el futuro, buscando así obtener ganancias en las respectivas diferencias de cambio. **2. A la baja:** persona que apuesta por una baja en las cotizaciones y vende sus acciones con el fin de recomprarlas a precios más bajos. **3. Al alza:** persona que apuesta por la subida del precio de las cotizaciones y asume posiciones compradoras con la expectativa de vender a corto plazo con las consiguientes ganancias.

ESTANCAMIENTO: Crecimiento nulo de una economía, de una empresa o de las cotizaciones de una Bolsa determinada.

ESTRECHO: Término empleado para definir aquellos títulos o mercados con poca liquidez y volumen de negocio, en el que pequeñas posiciones de compra o venta afectan mucho a los precios por falta de contrapartida vendedora o compradora.

F

FALTA DE LIQUIDEZ: Cuando una empresa o particular no puede hacer frente a sus obligaciones inmediatas de pago por falta de activos realizables a corto plazo.

FIAMM: Sigla equivalente a *Fondos de Inversión en Activos del Mercado Monetario*.

FIDELIZAR: Proceso por el cual un corredor o agente logra la fidelidad de sus clientes. Acción de conseguir la fidelidad. El corredor le crea una necesidad al cliente, con lo que consigue serle imprescindible.

FIGURA: De la voz inglesa “figure” (número, cifra), número entero de un decimal.

FIRME (ESTAR): Operación de carácter definitivo, cuyas condiciones ya son conocidas y convenidas con anterioridad.

FLOJA: Circunstancia en la que se producen poco volumen de contrataciones.

FLUCTUACIONES: Dícese de los movimientos de alzas y bajas continuadas en el mercado.

FLUIDEZ: Cuando la situación del mercado permite que las distintas órdenes puedan ser cumplidas sin retrasos.

FONDO: Los cambios han tocado fondo cuando, en un período de baja de su valor, se presume que ya no bajarán más.

FONDOS DE RENTA FIJA: Fondos de inversión mobiliaria en los que toda su cartera está constituida por valores con intereses fijos o variables.

FONDOS DE RENTA VARIABLE: Fondos de inversión en los que su cartera está constituida por valores que representan participaciones en el capital a riesgo.

FONDTESOROS: Fondos de inversión que invierten una parte importante del patrimonio administrado en valores emitidos por el tesoro público español.

FRONT-OFFICE: Conjunto de actividades negociadoras en los mercados financieros. Equipo humano y técnico que trabaja en primera línea de la contratación bursátil.

FUERA: Ordenes de Bolsa que no pueden ejecutarse por razón del cambio marcado (“fuera de eso”).

FUERTE: Es la calificación que se les suele dar a aquellos activos financieros que tienen unos precios muy estables y resistentes a los descensos.

FUERZA: Apodo que ponen los corredores a Fecsa (Fuerzas Eléctricas de Cataluña), para evitar la coincidencia fónica con Cepsa (Compañía de petróleos, s.a.).

FUSIÓN: Unión de empresas mediante la disolución de una o más sociedades y la creación de una nueva sociedad que se hace cargo del patrimonio de las disueltas.

FUTURO: Véase *contrato a futuro*.

G

GANANCIAS: Sinónimo de beneficio.

GESTIÓN DE CARTERAS: Administración de una cartera o conjunto de valores que se han entregado para su administración a un gestor de capitales individual o entidad financiera.

GRÁFICO: Instrumento básico de los analistas técnicos para determinar y predecir las oscilaciones de las cotizaciones.

GUIPUCHIS: Apodo con el que se designan a los empleados del Banco Guipuzcoano.

GURÚ: Especialista y estudioso del mercado que aporta predicciones de los movimientos de las cotizaciones bursátiles.

H

HACER: Cerrar una operación. Sinónimos: realizar, formalizar, concluir, contratar.

HACER INSIDER TRADING: Véase *insider trading*.

HASTA LA CANTIDAD DE: Orden de Bolsa que condiciona la ejecución de la misma al número de acciones o de efectivo.

HECHO: Término que se utiliza en la contratación de viva voz para cerrar una operación de corros y que posteriormente se traslada al mercado continuo. Significa negocio cerrado. (“Lo que has dicho está hecho y ya no hay vuelta atrás”)

HOLDING: Término anglosajón que designa a un grupo financiero formado por un conjunto de empresas que controla a otras en las que posee acciones.

HOMBRE DE PAJA: Término de origen francés que equivale a *testaferro*. Se le da a aquella persona que interviene en la realización de un negocio, pero en representación de otra.

HORA BRUJA: En términos bursátiles se conoce así al periodo de tiempo comprendido entre las 16:30 y 17:15 horas del tercer viernes de cada mes. Ese día vence el futuro del

Ibex 35, extinguiéndose el futuro del primer vencimiento y pasando el del segundo vencimiento a ser el del primero. Igualmente también vencen las opciones. La razón por la que se le llama así es porque durante ese rato pueden ocurrir hechos de incomprensible rareza, como puede ser subir o bajar un porcentaje elevado el Ibex sin causas aparentemente justificadas.

HORQUILLA: Margen de diferencia entre el precio de compra y el precio de venta.

HUECO: Período de tiempo en el que no se han casado operaciones y no se ha marcado ningún precio en las cotizaciones.

I

IBEX 35: Índice de la Bolsa española compuesto por los treinta y cinco valores más importantes del mercado bursátil. Es un índice general que elabora la Sociedad de Bolsas para el mercado continuo.

INDICADORES DE MERCADO: Los factores económicos con que se miden las ventas en diversas localidades.

ÍNDICE: Expresa en porcentajes las variaciones que van experimentando las cotizaciones de los valores tomando como base las cotizaciones en un momento dado.

ÍNDICE NIKKEI: Índice de la Bolsa de Tokio.

INICIADOS: Profesionales que poseen información privilegiada en la Bolsa. (ing. *insiders*)

INOOPERANTE: Es la falta de actividad normal de un mercado financiero con respecto a la actividad usual del mismo.

INSIDER TRADING: Información de la que goza una persona y que no está al alcance del gran público y que si fuese conocida podría incidir en las cotizaciones de un valor negociable (esp. *información privilegiada*). **2. Hacer insider trading**: Uso fraudulento de información confidencial en la compra o venta de ciertos valores. (Sin. *uso de información privilegiada*).

INTERMEDIACIÓN BURSÁTIL: Relación que se establece entre los oferentes y demandantes de valores cotizados en Bolsa.

INTERMEDIARIOS: Profesionales autorizadas para contratar en el mercado bursátil y que median y ejecutan operaciones de compra y venta de valores en Bolsa.

INTRADÍA: Es el nombre que se da a las operaciones que se abren y cierran en una sola sesión en los mercados financieros.

INVERSIÓN: Es la acción de emplear un capital en la compra y venta de algo tangible como inmuebles, valores negociables, industrias, materias primas, etc.

IR CONTRA EL MERCADO: Situación que se produce cuando se toman posiciones contrarias a la tendencia general del mercado.

J

JUGAR: Operar en bolsa. **2.** Actuación especulativa por medio de operaciones a corto plazo con el objetivo de lograr un beneficio por la vía de las plusvalías. **3. A la baja:** venta de valores de alta cotización con la confianza de recomprarlos cuando baje su precio.

K

KABUTO CHO: Es la denominación de la Bolsa de Tokio, que representa el 95 % del mercado japonés. Es la segunda bolsa mundial por capitalización bursátil. Su índice más conocido es el Nikkei.

KARAOKE: Micrófono que utiliza el corredor en algunas de sus operaciones, generalmente en divisas.

L

LA CITY: Barrio de Londres denominado también “la milla cuadrada”, donde se ubican las principales instituciones financieras británicas.

LARGO (estoy): Tener divisas y poca liquidez.

LIBOR: Siglas de *London Inter Bank Operating Rate*. Tipo de interés del mercado interbancario de Londres.

LÍMITE: Precio final que se establece como nivel máximo o mínimo al que se está dispuesto a comprar o vender.

LIQUIDACIÓN: Momento final del proceso de inversión en el que se produce la entrega de los valores por el vendedor y el dinero por el comprador. **2.** Fecha concertada para el cierre de una operación a plazo en firme.

LIQUIDAR UNA POSICIÓN: Deshacer una posición compradora a vendedora sobre un valor negociable en un mercado.

LIQUIDEZ: Situación en la que el inversor dispone de dinero efectivo pendiente de ser colocado en el mercado. **2.** Capacidad de transformar a corto plazo un valor negociable en dinero efectivo sin que se deprecie su valor real. **3.** Situación de un mercado o empresa que posee activos líquidos susceptibles de ser transformados en dinero efectivo inmediatamente. **4. (estar en, tener):** Situación en la que una empresa o un inversor disponen de dinero líquido para realizar de forma inmediata compras de valores en Bolsa.

LÍQUIDO: Valor real inmediatamente disponible.

LOTE: Paquete o partida de acciones mínimo para ser contratado en determinadas Bolsas de valores.

M

MAILING: Envío de información, generalmente notas de análisis sobre el estado de diferentes empresas o sobre las predicciones en la evolución de un valor en concreto, a los diferentes clientes de una agencia bursátil. Suele preceder a una colocación, sobre todo de grandes empresas.

MAL DE ALTURA: Se conoce así al sentimiento existente entre los inversores en Bolsa cuando las cotizaciones suben de forma continuada y están en niveles máximos. La reacción de los inversores es vender y esperar un recorte para comprar de nuevo, lo que genera alta volatilidad hasta que el mercado se acostumbra a este nivel de cotizaciones.

MANAGEMENT: Voz inglesa utilizada para referirse a la gerencia de una empresa.

MANIPULACIÓN: Alteración del curso normal de la oferta o la demanda del mercado, con métodos que bordean la legalidad o son ilegales, para conseguir objetivos que satisfagan intereses propios.

MANOS: Designa a los compradores y vendedores anónimos o globales que intervienen en las contrataciones. **1. Manos Débiles:** Se dice de los inversores en bolsa que tienen poco dinero, ninguna paciencia y carecen de ideas, por lo que compran cuando los demás compran y venden rápidamente ante la menor duda. Generalmente su forma de actuar les hace comprar en máximos y vender en mínimos con fuertes pérdidas. **2. Manos Fuertes:** Se dice de los inversores en bolsa que tienen dinero, paciencia e ideas, por lo que compran a buen precio y esperan ver cumplirse sus objetivos antes de vender sin ponerse nerviosos fácilmente. Generalmente compran a buen precio y venden en máximos.

MAQUILLAR: Subir o bajar artificialmente el precio de un valor. **2.** Operaciones realizadas por las sociedades cotizadas para controlar las cotizaciones de un valor y lograr, por ejemplo, que no baje o suba de un determinado precio.

MARGEN: Beneficio que se obtiene entre el precio de compra y el de venta; tiene un significado equivalente a *plusvalía* en las operaciones con valores.

MARKETING: Conjunto de técnicas aplicadas en la actividad comercial que realizan las agencias de Bolsa para la captación de clientes y la venta de un producto financiero o servicio.

MATADOR: Es una obligación o bono emitido en pesetas. El emisor es una sociedad española y se coloca a residentes fuera de España y se intercambian en el mercado de obligaciones en divisas.

MATILDES: Acciones del grupo de Telefónica.

MÁXIMO: Último precio al que se está dispuesto a comprar. **2.** Precio máximo alcanzado en la cotización en una sesión o período determinado.

MEFF: Sigla de *Mercado Español de Futuros Financieros*.

MERCADO: Institución donde confluyen las ofertas y demandas de las partes interesadas sobre un determinado bien. **2. Mercado alcista:** Mercado con tendencia en sus cotizaciones al alza. **3. Mercado ciego:** Véase ciego. **4. Mercado continuo:** Mercado único e informatizado sobre los principales valores admitidos en Bolsa, que permite la casación continua de compraventa por ordenador en el horario establecido. **5. Mercado estrecho:** Mercado con poca liquidez por existir pocas transacciones debido a una demanda deprimida. Se opone a “mercado amplio”. **6. Mercado gris:** Conjunto de operaciones realizados sobre valores negociables antes de su admisión al mercado organizado y su cotización en el mismo. **7. Mercado plano:** Mercado sin alteraciones en sus cotizaciones y sin una tendencia definida al alza o a la baja (sin. *mercado flojo*).

MESA: Sección de una entidad financiera que tiene a su cargo el control de los depósitos de valores negociados en Bolsa. **2.** Espacio físico donde se desarrolla la labor del corredor.

METER (SE): Se usa en su forma reflexiva para indicar cuándo un corredor entra en la negociación de un valor.

MIBOR: Siglas de *Madrid Interbanking Offered Rate*. Tipo de interés ofertado en el mercado interbancario de Madrid.

MIEMBRO DEL MERCADO: Entidad que reúne todos los requisitos exigidos por el mercado para negociar directamente sin intermediarios.

MÍO: Posesivo con que el corredor expresa el cierre de una operación de compra a favor del hablante.

N

NEGOCIAR: Sinónimo de contratar u operar en Bolsa.

NIVEL DE RESISTENCIA: Es el límite establecido tradicionalmente donde un valor o el índice del mercado detiene su alza o su baja.

NIVEL DE SOPORTE: Límite de precio en el que históricamente se detienen a la baja los precios.

NÚCLEO DURO: Grupo de accionistas estables de una sociedad.

NYSE: Siglas de *Nueva York Stock Exchange*. El más importante mercado continuo de Nueva York.

O

OBLIGACIÓN: Valor que constituye una parte proporcional de un préstamo contraído por la entidad emisora y que otorga a su titular el derecho a recibir un interés fijo o variable y a obtener la devolución del capital representado en obligaciones.

OFERTA: Conjunto de valores que se ofrecen en el mercado con una cotización determinada, en un momento dado a lo largo de la sesión.

OPA: Oferta Pública de Adquisición. Operación financiera mediante la cual una empresa hace pública su intención de adquirir el control de una sociedad cotizada en Bolsa. **2. Opa Hostil:** Oferta pública de adquisición de acciones que no es conocida por los gestores de la sociedad y sus accionistas y que en ocasiones son realizadas por las empresas competidoras. **3. Opar:** acción de lanzar una oferta pública de adquisición. **4. Opada:** compañía adquirida a través de la OPA.

OPCIÓN: Contrato que se adquiere mediante el pago de una prima con el fin de obtener el derecho a comprar o vender un determinado valor a un precio acordado, en tanto que el vendedor queda obligado a entregar o comprar dicho valor.

OPERACIÓN: Compraventa de valores en Bolsa con la intervención o mediación de un corredor autorizado.

ÓRDAGO: Compra de un paquete de acciones minoritario, amenazando con presentar una oferta de adquisición de la mayoría del capital (OPA hostil), pero con el objetivo de vender ese paquete con beneficio.

ÓRDENES: Disposiciones dadas por un cliente a un corredor para la compra o venta de acciones en Bolsa cualquiera que sea el medio utilizado para su comunicación. **2. Orden**

Limitada: Marca el precio máximo acordado por la compra del título, o el precio mínimo aceptado por la venta del título. **3. Orden por lo mejor:** Orden que tiene que ejecutarse en la próxima cotización.

P

PANTALLA: Cualquier sistema de difusión bursátil.

PAPEL: Situación del mercado en que existe exceso de oferta (papel), de tal manera que no puede ser asimilada por la demanda de dinero. **2.** Equivale a acciones, obligaciones, opciones, etc.

PAQUETE: Grupo de acciones de un mismo valor.

PARÍS: Franco francés.

PARQUÉ: Espacio, rodeado de una barandilla, en el salón de contratación de las bolsas y a la vista del público, donde los agentes bursátiles se reúnen para acordar las operaciones en el sistema de contratación a viva voz.

PLANA: Indica el bajo volumen de las contrataciones en una sesión.

PECERA: Entorno físico donde se desarrolla la labor bursátil.

PER: Price Earning Ratio. Relación entre la cotización de la acción de una sociedad y su beneficio neto por acción.

PÉRDIDA: Situación desfavorable creada por una operación bancaria.

PETARDAZO: Subida brusca de un valor o de la Bolsa.

PETRÓLEOS: Apodo con que suelen nombrar los corredores a Cepsa (Compañía de petróleos, s.a.).

PICOTEAR: Comprar pequeñas cantidades de acciones de forma esporádica, repetidas veces, a diferentes precios y en diferentes sesiones.

PILLADO: Véase *Colgado*.

PILLAR: Comprar valores.

PILLARSE: Cuando un corredor tiene una inversión en pérdidas.

PILLE: Posición delicada de alto riesgo, en la que el corredor está en claras pérdidas.

PINCHAR (un valor): Abrir con el ratón del ordenador una ventana que proporcionará información más detallada sobre determinado valor.

PIP: En el argot financiero equivale a un punto básico. Castellanización: *pipo, pipines*.

PLAZA: Ciudad donde existe local de Bolsa.

PONER: Introducir en el mercado una oferta de compra o de venta.

PORTADOR: Se llama así a aquellos títulos que no llevan inscrito el nombre del propietario o su titular.

POSICIÓN: Indica la tendencia de los corredores a la compra o a la venta (“estoy ahí puesto”). Actitud de oferta o demanda de valores negociables según el cambio que se forme.
2. Corta (estar corto, quedarse corto): Cuando un corredor debe entregar mayores cantidades de un título o dinero (venta) de las que posee o recibe (compra). **3. Larga** (quedarse largo): Cuando un corredor posee mayores cantidades de un título o dinero (compra) de las que debe entregar (venta).

PREAPERTURA: Es la fase previa al inicio de la sesión en el mercado continuo y en la que se descubren los precios indicativos que van introduciendo en el sistema los miembros del mercado. Etapa de ajuste.

PRECIO DE APERTURA: Es el que se fija al inicio de una sesión bursátil por la confrontación de las ofertas y demandas iniciales.

PRECIO DE CIERRE: El último precio fijado en una sesión bursátil y se produce por el libre juego de las ofertas y demandas finales del mercado.

PRESIONADO: Cuando un valor está siendo objeto de interés, en su demanda o en su oferta, por parte de muchos y poderosos inversores (“está presionado de narices”).

PRESIONAR: Atacar una posición con el fin de subir o bajar su cotización.

PREVISIÓN: Examen de la evolución de las cotizaciones de los valores con el fin de deducir de ellos una tendencia.

PRINCIPAL: Valor nominal de un activo financiero o importe de la suma prestada de un préstamo.

PRODUCTO: Es el objeto de contratación de los mercados financieros.

PUESTO: Mantenerse en una misma posición.

PUJA: Forma de fijación de precios que consiste en ofrecer un lote determinado a un precio, el cual puede subir o bajar dependiendo de las fuerzas de la demanda.

PUNTO: Unidad de medida de un cambio o índice. **2. Punto básico:** 100 puntos básicos equivale a un punto porcentual (1%).

R

REACCIÓN GORDA: Cambio brusco en el comportamiento del mercado, ya sea a la baja o al alza.

REBOTAR: Cambio brusco en la trayectoria alcista o bajista de la cotización de un valor.

REBOTE TÉCNICO: Variación violenta en el recorrido alcista o bajista del precio de un valor, provocado no por la natural evolución de la oferta y la demanda, sino por la intervención de los propios intermediarios.

RECOMENDACIÓN: Asesoramiento de compra o venta de un valor realizado por un experto bursátil a partir de sus propios análisis de mercado.

RECOMPRA: Compra de acciones hecha por el corredor que ha vendido en descubierto (sin tener las acciones) por un error o por haber vendido un número excesivo de valores.

RECORRIDO: Discrepancia entre el precio más alto y más bajo de un valor durante un período de tiempo considerado.

RECORTE: Descenso ligero de las cotizaciones de un valor negociable.

REINVERSIÓN: Inversión de los intereses, dividendos y plusvalías producidos por una inversión previa. Representa una inversión de los beneficios.

REINVERTIDO: Corredor que ha invertido los beneficios obtenidos por sus clientes y carece de liquidez.

REPO: Transacción por la cual una persona adquiere un valor negociable y el vendedor se obliga a recomprarlo en un corto período de tiempo y a un precio preestablecido (pacto de recompra).

RESISTENCIA: Límite de precio histórico, es decir, previamente fijado, de un valor o del índice de un mercado, donde los vendedores presionan para evitar una subida mayor a la del precio fijado, deteniendo la tendencia alcista. Para los corredores el nivel de resistencia es una “zona” –dentro de la geografía bursátil– donde se concentra la demanda.

RESULTADO EXTRAORDINARIO: Pérdida o ganancia producida por una actividad excepcional o por una operación extraordinaria que no es habitual ni recurrente en una empresa.

RIESGO: Peligro de pérdida financiera que el inversor debe considerar al colocar su dinero en Bolsa.

RUPTURA: Comportamiento del precio de un valor o del índice de un mercado que supone un cambio significativo en una línea de tendencia definida.

S

SALA: Entorno físico donde se desarrolla la labor bursátil.

SALIDA A BOLSA: Salida de una sociedad al mercado de valores para financiarse; sus acciones son vendidas al público y cotizan oficialmente.

SALIR: Vender un valor o una posición.

SALÓN: Lugar destinado a los corros o sistema de contratación tradicional.

SALTAR: Cuando la presión compradora o vendedora hace que una oferta (un precio) desaparezca al ser rápidamente comprado o vendido (“este valor está a punto de saltar”).

SAMURÁI: Obligaciones o bonos emitidos en yenes por un no residente japonés, destinados al mercado japonés.

SESIÓN: Tiempo destinado en las Bolsas para la contratación de los valores.

SIM: Equivale a Sociedad de Inversión Mobiliaria.

SISTEMAS DE CONTRATACIÓN: Conjunto de actuaciones que coordinadas permiten la gestión de la compra y venta de valores en Bolsa. En las Bolsas existen actualmente dos sistemas de contratación bursátil: a viva voz y el mercado continuo.

SOBRECOPRADO: Valor que ha tenido fuertes compras en las sesiones bursátiles, de tal modo que su cotización se ha elevado mucho y no responde al valor intrínseco de una sociedad emisora.

SOBREVENDIDO: Mercado o valor que ha sido objeto de ventas continuadas, cosa que provoca una bajada sensible de sus cotizaciones, que no corresponden en el momento a su valoración intrínseca, superior a la de su cotización

SOLTAR: Abandonar una posición o una negociación.

SOPORTE: Nivel de resistencia histórico a la baja de un valor, es una zona en donde se concentra la demanda. (Sin. *resistencia*)

SOSTENIDO: Corresponde a mercado estable cuyos precios no bajan.

SUBASTA: Venta pública de activos financieros, con el fin de conseguir un precio justo en la colocación de emisiones.

SUELO: Precio más bajo de un valor o mercado representado en un gráfico con tendencia bajista.

SUSCRIPCIÓN: Compromiso por parte del accionista de pagar el importe correspondiente a su orden de compra.

T

TABACOS: Compañía General de Tabacos de Filipinas, s.a.

TECHO: Límite en el alza de un valor. Se dice que los cambios han tocado techo cuando parece que la subida de un valor se detiene.

TELÉFONOS: Acciones de Telefónica.

TIBURONES: Inversionista que pretenden, mediante la adquisición de paquetes de acciones, lanzar *opas* hostiles para hacerse con el control de las empresas o sus grupos.

TICK: Término inglés que equivale a *punto* en los mercados de futuros y es la unidad mínima a que se puede mover al alza o a la baja una opción o futuro. En las Bolsas hispanoamericanas, movimiento mínimo del precio en un valor.

TIRAR: Subida en el precio de cotización de un valor o del índice de un mercado.

TÍTULO: Valor mobiliario que acredita la posesión de una propiedad (acciones) o de un crédito (obligación).

TOCAR AL ALZA/BAJA: Cuando un valor o un mercado han llegado al límite posible de su cotización a la baja o al alza.

TOCAR FONDO O TECHO: Cuando un valor o un mercado “tocan fondo” se presume que sus cotizaciones o índice ya no bajarán más; a la inversa, “tocan techo” cuando en un período de alza se prevé que no subirán más.

TOMA DE BENEFICIOS: Cuando un inversor vende al alza, realizando monetariamente los beneficios obtenidos de su inversión.

TOMAR: Comprar.

TOMAR FUERTE: Comprar “agresivamente”.

TOMO: Expresión usual originaria de los corros que se usa para indicar al miembro del mercado que se desea comprar un determinado valor. Se opone a la expresión *doy*.

TORERO: Agente de Bolsa que suele tomar posiciones arriesgadas.

TRADER: Intermediario que en una sociedad bursátil se dedica a gestionar a una clientela institucional. (Sin. *corredor o intermediario financiero*)

TRADING: Operación de compra-venta de valores. (sin. *contratación*).

TRANSPARENCIA: Cualidad del mercado por la que todos los compradores conocen las propuestas de los vendedores y viceversa.

TUBOS: Tubacex.

TUYOS: Posesivo que indica el cierre de una operación a favor del destinatario.

U

ÚLTIMO CAMBIO: Sinónimo de cambio al cierre de la sesión.

V

VALIDAR: Dar por válida una operación, cerrarla.

VALIDEZ: Plazo que se establece en una orden para determinar su validez y vigencia.

VENDIDO: Indica, sobre todo en el mercado de divisas, que el corredor no tiene acciones en su poder (“estoy vendido”)

VENTA EN DESCUBIERTO: Véase *descubierto (al)*.

VIVA VOZ: Procedimiento de contratación tradicional utilizado en las bolsas españolas y que consiste en manifestar las posiciones de oferta y demanda en voz alta.

VOLATILIDAD: Correlación entre las variaciones de las cotizaciones de un valor y las del índice general del mercado bursátil.

VOLUMEN: Importe de la contratación de un determinado valor o conjunto de valores de un mercado en un período determinado.

W

WALL STREET: Calle de Nueva York donde se encuentran ubicados los principales bancos, la Bolsa y oficinas de cambio, seguros y demás actividades financieras. Se usa como sinónimo de Bolsa neoyorquina, primer centro financiero del mundo por volumen e influencia en todos los mercados internacionales.

RAFA: Ramón, no será una metida/ no vaya a ser que luego nos salga papel
RAMÓN: Rafa, ¡cojones!/ que no, tío/ que que que llévatelas/ que que que/ que esto es una buena historia
RAFA: Espera un momento //¿Ramón?
RAMÓN: Sí
RAFA: Oye/ me lo puedes dejar firme dos minutos, en los que hablo con este tío/ ¡venga!/ dos minutos, na más/ ¡vale!
RAMÓN: Vale
RAFA: Venga, hasta ahora.

(CONVERSACIÓN RAFA-ALFONSO)

RAFA: Alfonso
ALFONSO: Sí
RAFA: Oye/ mira tío, esto está muy cachondo ¿eh?/ yyy/ parece que cada vez está más claro/ hay un dineral/ me están ofreciendo ahora mismo, un paquete de veinte, a ocho cincuenta/ ¿te interesa?
ALFONSO: Chico, no sé/ ¿tú lo ves claro?
RAFA: Mira clarísimo/ o sea/ está clarísimo/ se las van a llevar a puñados/ ¿eh?/ yo desde luego las cerraría, sobre la marcha
ALFONSO: Pues venga, ciérralas
RAFA: Vale, hasta ahora
ALFONSO: Hasta ahora.

(CONVERSACIÓN RAFA-RAMÓN)

RAFA: Ramón, por favor
RAMÓN: Dime
RAFA: Ramón/ tienes/ ¿tienes eso firme?
RAMÓN: Sí sí, está firme todavía
RAFA: Pues venga/¡mías! ¿eh?/ venga, hasta luego
RAMÓN: Hasta luego.

(CONVERSACIÓN RAFA-ALFONSO)

RAFA: Alfonso por favor// Alfonso/ bueno tío, me debes una copa ¿vale?/ te te acabo de cerrar el paquete a ocho cincuenta/ has visto lo qué está pasando/ ¿eh?
ALFONSO: ¿Cómo?
RAFA: ¿Qué no estás mirando la pantalla, tío?/ mira la pantalla
ALFONSO: ¡Hostia!
RAFA: ¡Eeh!, ¡hostia!/ cincuenta pelás por encima/ y no paran, socio/ venga, las tienes hechas
ALFONSO: Gracias
RAFA: Hasta luego.

TRANSCRIPCIONES DEL CORPUS

INTRODUCCIÓN

Una de las mayores dificultades que planteaba el estudio del lenguaje bursátil eran las transcripciones de los registros magnetofónicos. La primera dificultad fue la complejidad del material; no es un secreto que los corredores hablan con mucha rapidez, con continuos y bruscos cambios de entonación y de volumen, que pueden y mantienen dos conversaciones de forma simultánea en un mismo idioma o en varios, que el ruido de fondo dificulta la comprensión, factores todos que en definitiva hacen de la transcripción una labor muy complicada. Junto a estos factores adversos, estaba nuestra falta de experiencia y pericia a la hora de poner por escrito los registros de habla de los corredores.

Todo esto nos obligó, muy a nuestro pesar, a simplificar las exigencias y renunciar a reflejar con exhaustividad todos los fenómenos de carácter fonético y suprasegmentales presentes en las grabaciones, particularmente cuestiones como la entonación ascendente, mantenida o descendente, las asimilaciones fonéticas, los reinicios y autointerrupciones sin pausa, etc. Nos ha parecido preferible registrar en el papel sólo aquellos fenómenos que éramos capaces de reconocer y transcribir con exactitud. Fieles a esta opinión y buscando no distanciarnos en exceso de los sistemas de transcripción ya reconocidos y utilizados por otros investigadores, tomamos del Grupo Val.Es.Co. (Briz, 2000: 15-16) los signos idóneos tanto para nuestras necesidades explicativas como para nuestras carencias:

:	Cambio de hablante
A:	Intervención de un hablante determinado como A.
¿	Interlocutor no reconocido.
=	Mantenimiento del turno de un participante en un solapamiento
[Lugar donde se inicia un solapamiento.
]	Final del habla simultánea.
/	Pausa corta inferior al medio segundo (implica entonación descendente)
//	Pausa entre medio segundo y un segundo
///	Pausa de un segundo a más.
PESADO	Pronunciación marcada o enfática.
(())	Fragmento indescifrable.
((siempre))	Transcripción dudosa.
((...))	Interrupción de la grabación o de la transcripción.
(en)tonces	Reconstrucción de una unidad léxica que se ha pronunciado incompleta, cuando pueda perturbar la comprensión.
°()°	Fragmento pronunciado en un tono de voz más bajo, cercano al susurro.
(RISAS, TOSES Y GRITOS)	Cuando aparecen al margen de los enunciados. Si acompaña a lo dicho, se señala a pie de página después del enunciado “entre risas”.
aaa	Alargamiento vocálico.

Al margen de los anteriores signos se han utilizado otros tres, los dos primeros sugerido por Ana M^a Vígara Tauste y utilizados en sus propias transcripciones:

< >	Superposición de turnos, pues la voz que aparece entre los signos no se apodera del uso del canal, que continúa en poder del otro (que tampoco interrumpe su turno para dejarle hablar), casi siempre con función fática (para manifestar verbalmente la atención).
,	Coma que marca entonación descendente, pero no pausa (con esta función, pausa y entonación descendente, se emplea la barra).
()	Apuntes del transcriptor generalmente de carácter contextual que enriquecen la comprensión del texto.

A.- ÓRDENES: EL LENGUAJE DE LA CONTRATACIÓN.¹

1. (A-1)

ANTONIO: (())

BEA: ¡Dime!

ANTONIO: ¿Cómo está eso?/ dos tres dos tres cuatro

BEA: Tres tres tres cuatro

ANTONIO: Vale

BEA: Están comprando al tres cuatro

ANTONIO: Vale/ gracias.

(SE REANUDA LA CONVERSACIÓN)

ANTONIO: Cómprame diez al tres tres

Carlos: Vale/ lo está metiendo ¿eh?

BEA: Yyyy/ diez /nueve/ diez

ANTONIO: Vale, gracias

BEA: Vale, a ti.

2.² (A-2)

ANA: Dígamelo

ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto

ANA: ¿Perdona?

ESTEBAN: Al ciento cuatro/ siete tres/ compro cien/ del doce un cuarto

ANA: Pues ahí te pongo

ESTEBAN: ¡Venga! (ruido de las teclas del ordenador)

ANA: Ahí estás.

3. (A-3)

NACHO: ¿Sí?

JESÚS: ¡Qué!

¹ Material obtenido en dos mesas de contratación de Madrid, la mayoría registradas por la grabadora central de la mesa de contratación de un banco perteneciente a un poderoso grupo financiero inglés; otras, de una agencia de valores (*broker*) española. Nos reservamos los nombres de las entidades que han colaborado amablemente con nuestra investigación, con el fin de preservar la confidencialidad de las conversaciones. Por esta misma razón, se han cambiado los nombres propios de los hablantes y se han modificado algunos datos como, por ejemplo, el nombre de los clientes. Hemos dividido los registros en dos apartados: lenguaje de la contratación y lenguaje de las ventas, para facilitar la descripción de ambas modalidades bien diferenciadas dentro del conjunto de la conversación bursátil.

² **A** es una mujer y **B** un hombre.

NACHO: Eh/ nada/ estoy ahí puesto

JESÚS: ¿Y no te dicen nada?

NACHO: No hombre/ si lo tengo en pantalla/ si por mercado no puedo ponerlo/ porque está a cient/ por mercado te van/ nos van a cotizar, setenta ochenta

JESÚS: ¡Ah!/ yo lo tengo a seis nueve a siete nueve

NACHO: Claro/ por eso te digo

JESÚS: Es que el cliente este, tiene pantalla, tío/ °(y me está metiendo)°

NACHO: ¿Qué dices?

JESÚS: Qué el cliente tiene pantalla/ y me está metiendo/ °(presión)°

NACHO: Claro, macho/ si es que no nos lo van a dar/ por sí/ porque son cien kilos si fueran quinientos, pues igual/ yo lo tengo ahí/ ahora mismo lo he puesto/ y lo tengo/ y lo está viendo la gente/ pero no lo agrade/ ¿me entiendes?

JESÚS: No

NACHO: Esa es la putada/ tío

JESÚS: (())

NACHO: Si es que no la puedes cubrir con nada

JESÚS: °(Ajá)°

NACHO: Un

JESÚS: Vale

NACHO: Venga.

4. (A-4)

JESÚS: Sí

CARLOS: ¿Eh/ sí/ Josechu?

JESÚS: Sí, ¡hola!

CARLOS: Oye quería comprar/ cuatro mil Fecsas <sí>/ fuerzas/ ah/ en los dos primeros precios que haga

JESÚS: Mnnn dos mil a la apertura y dos mil <sí>/ después ¿no?

CARLOS: Ponte dos mil a la baja/ y si ves que tocan al alza/ pues/ los haces

JESÚS: ¡Vale/ perfecto!

CARLOS: ¿Vale?

JESÚS: ¡Vale!

CARLOS: Gracias

JESÚS: Adiós

CARLOS: Hasta luego.

5. (A-5)

NACHO: ¡Jesús!

JESÚS: ¿Qué te han dado?

NACHO: Que estoy hablando con un cliente/ que igual lo saco de un cliente

JESÚS: °(Ah)°

NACHO: ¡Vale!/ pero darme no/ darme no/ sí hay dinero a siete seis, ahora mismo/ ¡espérate!// a ver cómo se queda que, está/ yo estoy en segundo ahora, yo no estoy el primero/ espérate que está entre paréntesis a ver// han comprado el ochenta, macho// han comprado el ochenta, ahora mismo, ahí

JESÚS: °(Uju)°

NACHO: ¿Vamos a ver qué pasa macho?/ sigo con oferta de ahí, al ochenta ¿eh?// tú es que estás jodido ahí/ porque tienes un ocho uno, tío/ el cliente/ ¿y qué te dice el tío?

JESÚS: Nada/ que lo deje a ver

[¿: Sí Paco]/ ¡espera! // (silbido)

NACHO: ¿Dime?

JESÚS: ¡Qué!// ¿está cerca ya?/ ¿no?

NACHO: No qué va qué va/ si esto es la mitad, ¿entiendes?

JESÚS: (()) (el habla de otros corredores impiden la escucha)

NACHO: Espérate/ a ver si me dan

?: A ver si te dan

(Cristina, por otra línea, habla con Nacho)

NACHO: ¡Oye, Cris!/ ¿no me das ese dos un [cuarto, macho, que tengo ahí?]

[¿: Me han dado el ocho/ el último]

CRISTINA: Pos lo estoy intentando, pequeñín

NACHO: Pos lo están dando ahí, ¿eh?

CRISTINA: Te estoy dando a diez y medio ahora

NACHO: No pero acaban de dar el dos un cuarto, ahí

CRISTINA: ¿Quieres que te baje, o te mantengo ahí?

NACHO: No/ ponme ahí a ver si me dan

CRISTINA: ¿Eh?

NACHO: Déjame ahí a ver si me dan

CRISTINA: No te oigo, ¿eh?

JESÚS: Siete seis está ya

NACHO: ¡Que me dejes ahí a ver si me dan!

CRISTINA: Venga/ te llamo luego

JESÚS: ¡Oye, Nacho! <espérate>/ quítale un momentito a ver, si parece que está cayendo/ quítale un momentito <un segundito>

NACHO: ¿Cristina?/ ¡fuera de eso/ fuera de eso!

CRISTINA: ¡Fuera del doce un cuarto!

JESÚS: ¡Que mira cómo va!

NACHO: Ahora se queda/ por el ciego <ajá>/ se queda ahora mismo/ siete tres a ochenta/ en el ciego// espérate que lo están dando, tío// espérate// un segundito ¿eh? (LA CONVERSACIÓN SE DESARROLLA CON EL RUIDO DE FONDO DE OTRAS CONVERSACIONES)

JESÚS: Está, están ahí parado/ ¿cuál es el mejor que te dan ahora?

NACHO: Ahora te digo// ahora te cotizo

JESÚS: No hombre, debe estar pasando algo/ ya me voy a quedar fuera/ yo te llamo cuando decida/ ¿vale?

NACHO: ¡Venga, hasta ahora!

6. (A-5)³

NACHO: Orden al cliente, Cristina

CRISTINA: Tan ricamente/ ha hecho bien porque mira, se está cayendo más

(SONIDO DE LLAMADA TELEFÓNICA DE NACHO A JESÚS)

³ Se reanuda la conversación: Nacho, Jesús y Cristina

JESÚS: Sí, la trece (DIRIGIÉNDOSE A OTRO INTERLOCUTOR QUE NO ES NACHO)
NACHO: ¡Oye!
JESÚS: ¡Qué!
NACHO: Se ha operado a un siete cuatro/ ahora ¿eh?
JESÚS: Yo creo que/ yo creo que
NACHO: No tengo papel/ pero se ha operado ahí
JESÚS: Ya lo veo, pero ahí/ a siete cero/ yo creo que no, ¿los cogéramos?
NACHO: ¿A ver cómo está?/ no no a siete cero no nos dan nada, ¿eh?
JESÚS: No
NACHO: Si es que hay que poner la orden/ porque si no no te dan/ ¿entiendes?
JESÚS: ¿Ponemos a setenta cien, de chapa? (PREGUNTA QUE HACE A UN COMPAÑERO DE MESA)/ ponla/ ponla a cien a setenta/ hasta siete dos en pantalla de Morgan
NACHO: Venga pues, la pongo a setenta, ¿no?
JESÚS: Vale
NACHO: Venga, hasta ahora.

7.⁴ (A-6)

GUSTAVO: ¿Y cómo está eso?
SUSANA: Dieciocho a veinticuatro/ veinte contra cuarenta y seis/ dieciocho a veinte
GUSTAVO: ¿Por qué están vendiendo?// ¿está pasando algo por ahí?
[¿: la demanda del diez/ la demanda del diez está ahí]
SUSANA: Pues no lo sé/ no/ no sé/ pero están dando/ a lo bestia
GUSTAVO: ¿Dieciocho a veinte?
Susana: Sí/ están comprando a veinte, ahora/ diecisiete a veinte/ la oferta para ocho/ y pagan dos contratos, sólo
GUSTAVO: Dos por ocho ¿no? ((...))

(SE CORTA Y SE REANUDA LA CONVERSACIÓN TELEFÓNICA)

SUSANA: Dieciocho a/ dieciocho a veinte, ahora/ están comprando a veinte/ pero ponen más oferta a veinte/ treinta y ocho contra cincuenta y dos (pausa larga)
GUSTAVO: Pero es que no se ha movido nada/ la pela está un poquito peor/ pero
SUSANA: °(Uju)° ((...))

8.⁵ (A-7)

LUIS: Véndeme a quince/ Manoli/ los diez
MANOLI: Están dando hasta trece/ hasta el once, están dando/ hasta el diez <mala leche>
han dado/ diez a quince// cuando me lo estabas diciendo/ estaba viendo que estaban / diez a catorce (MUCHO RUIDO DE FONDO, VOCES Y PITIDOS)
LUIS: Jodé me sale ahora el diez/ fíjate
MANOLI: Once a catorce/ ahora

⁴ Conversación que se intercala en la anterior.

⁵ Seguimiento de un valor en pantalla.

LUIS: Es que papel/ moza/ tampoco hay mucho ¿no? <no>/ porque catorce hay algo/ quince ná/ y luego salta a veinte/ ¿no?

MANOLI: Están comprando a catorce ahora/ están po, poniendo dinero/ ante[s] han puestooo/ ciento tres/ ahí a ciento cincuenta y dos/ a veces pagan para diez, ahora/ la oferta está a veinte/ a diecinueve, vaya/ vaya, dan otra vez/ dan otra vez/ hasta el diez

LUIS: Ponme a dieciocho/ a vender diez (RUIDO DE TECLAS DE ORDENADOR)

MANOLI: Estás como mejor oferta // está doce a dieciocho/ le han dao al doce/ no le dejan respirar, ¿eh?

LUIS: Bueno/ tampoco hay demasiado volumen ¿no?

MANOLI: No no no no/ no hay volumen // le dan hasta el diez otra vez / ¡hasta el siete han dado!

LUIS: ¡JO/ DEEER!

?: ¡Aló, Esteban/ aquí Alfredo!

MANOLI: Siete a doce

?: ¡Esteban! ((...))

9. (A-7)⁶

MANOLI: Está a doce cuarenta, contra noventa y cinco

LUIS: Quítame Manoli// me has oído ¿eh?

MANOLI: No no no te he oído

LUIS: ¡Que me quites!

MANOLI: Ah, perdona/ no te había oído/ estaba metiéndote por ahí/ ¿Alfredo?/ eh me han pagado, diez para ciento veinte contratos/ ahora mismo (())/ esa esa demanda es mía/ se los han dao todos

LUIS: Qué/ qué rapidez

MANOLI: Jen// dos/ está están poniendo dinero/ aún se han puestooo/ está quince, hasta ahora/ ya no te queda un buen nivel para comprar/ estos diez (pausa larga)

LUIS: Vale, esperamos ¿eh?

MANOLI: Vale

LUIS: Gracias.

10.⁷ (A-8)

ANSELMO: ¡Esteban!

ESTEBAN: ¿Quién eres?

ANSELMO: Anselmo

ESTEBAN: Dime, Anselmo

ANSELMO: Oye/ qué pasa con el doceee/ un cuarto

ESTEBAN: Nada macho/ me están pagando/ el seis cinco, ahora mismo

ANSELMO: ¡Joder!

ESTEBAN: Es que le está pegando una leche de cojones

ANSELMO: ¿Qué hacemos?

⁶ Se reanuda la conversación después de un tiempo en el cual se han intercalado otros intercambios.

⁷ Contratación con bonos. (Renta fija)

ESTEBAN: Con lo qué tú quieras
 ANSELMO: No joder pero/ oriéntame un poco, macho
 ESTEBAN: Yo creo que va a recuperar
 ¿: Aló, te estoy dando a setenta (VOZ FEMENINA DE FONDO QUE HABLA EN LA MESA)
 ANSELMO: ¡Aaah! (miedo)/ vale perdóname/ vamos a esperar/ venga, vale
 ESTEBAN: Venga/ hasta luego.

11.⁸ (A-5)

(SONIDO DE LLAMADA TELEFÓNICA)

JESÚS: Sí
 NACHO: ¿Oye?
 JESÚS: ¡Qué!
 NACHO: Hechos a setenta
 JESÚS: Cien a setenta (A LOS DE LA MESA)
 NACHO: Tengo quince mil pelas de gastos ahí, ¿eh?/ en el ciego
 JESÚS: ¿Por qué?
 NACHO: Porque es de cien/¿entiendes?
 JESÚS: Quince mil pelas de gastos (A LOS DE LA MESA)// °(joder tío)°
 NACHO: Es que es de cien
 JESÚS: °(Vale)° (RUIDO DE FONDO DE OTRAS CONVERSACIONES)
 NACHO: ¿Vale?
 JESÚS: Hasta luego/ (SILBIDO) ¡oye! ((...))

12. (A-9)

LUIS: ¿Alex?
 ÁLEX: Sí/ ¡dime!
 LUIS: Oye no hay/ no hay papel
 ÁLEX: Que no hay papel <no>/ ¿y dinero?
 LUIS: ¿Dinero?/ ¿a cómo está? (DIRIGIÉNDOSE A ALGUIEN DE LA MESA) <a cuarenta y seis>/
 a cuarenta y seis/ no hay ningún papel
 ÁLEX: Dinero a cuarenta y seis
 LUIS: Sí/ el último a cuarenta y seis/ pero no ningú/ nada de papel
 ÁLEX: ¿Y el último cambio, era?
 LUIS: Cuarenta y dos setenta y cinco/ a cuarenta y dos y medio
 ÁLEX: Cuarenta y dos y medio último/ cambio y hay dinero ahora, a cuarenta y seis
 LUIS: No cuarenta y dos setenta y cinco era
 ÁLEX: Sí cuarenta y dos setenta y cinco/ el último cambio/ y hay dinero, a cuarenta y seis
 LUIS: A cuarenta y seis
 ÁLEX: Vale/ pues espera un segundo (DEJA EL DIÁLOGO CON LUIS Y HABLA CON UN
 TERCERO)
 ALBERTO: Cuarenta y dos setenta y cinco último cambio/ ¿no?

⁸ Continuación operación del ejemplo cinco de *mercado ciego*.

ÁLEX: Cuarenta y seis hay dinero/ el otro día estábamos intentando vender a niveles de cuarenta y cinco, al menos cincuenta mil

ALBERTO: Ya

ÁLEX: No sé si/ será setenta y cinco el último cambio, y hay dinero a cuarenta y seis

LUIS: A cuarenta y seis

ÁLEX: Iremos con las mismas instrucciones

ALBERTO: No no no sé nada todavía/ luego nos abstenemos/ pero tomo nota de que/ ¿eh?/ no hay papel <vale> y que a niveles de cuarenta y seis, alguien eeh/ vamos eeh/ quieren entrar ¿no?

ÁLEX: Eso es

ALBERTO: Vale/ vale/ no

ÁLEX: A nivel de cuarenta y seis hay dinero/ espera un segundo (A ALGUIEN EN LA MESA) ¿Cuánto dinero hay/ ah ah límite para arriba cuarenta y siete hay dinero/ ¿eh?

ALBERTO: ¡Ah joder!/ vale <vale> vale/ pero pero no me cuelgues/ cuelga si quieres al mercado

ÁLEX: Vale (DIRIGIÉNDOSE A LUIS)// vale, ahora te llamo/ de momento no hacemos nada/ hasta ahora

ALBERTO: Oye

ÁLEX: Sí

ALBERTO: Dime rentabilidades deee

ÁLEX: El diez años está al once once

ALBERTO: Un poquito peor de cuando lo dejé/ que lo dejé en el once <sí>/ ¿y el treinta?

ÁLEX: Un momento ((...))

13. (A-10)

PEDRO: Seis seis

LUIS: Seis seis seis/ es decir, seis sesenta y seis

PEDRO: *Yes*

LUIS: *Yes* (()) vale/ un poquito mejor/ vale/ yo creo que lo, que lo tenemos un poquito controlado ¿no?

PEDRO: Sí pero yo/ si puedes contactar con Rafa/ contacta ¿eh?/ porque lo de/ lo de Pascual/ sí estaba interesao

LUIS: Ju/ ju/ entiendo, vale/ pero ya no nos dará tiempo

PEDRO: Sí hombre sí/ quedan ocho minutos

LUIS: Ya/ si apareciera por aquí/ pero ya lo veo difícil

PEDRO: Bueno

LUIS: Oye, eeh/ me/ estoy/ poniéndome un poquito al día/ yyy/ mantenme un poco informado deee/ de cómo vaya todo/ vale

PEDRO: De acuerdo

LUIS: Un abrazo fuerte

PEDRO: A ti/ hasta luego.

14. (A-11)

ANSELMO: Cinco

JESÚS: Eso no me lo cantes/ que es muy malo

ANSELMO: ¡Vengaaa!

JESÚS: A mí esas cotizaciones no me valen

ANSELMO: ¡Vaale!/ pues con este mercado entonces no tee

JESÚS: Pues igual casi mejor

ANSELMO: ¿Eh?/ ¿qué me has dicho?(())/ no te he escuchado

JESÚS: Que igual casi mejor

ANSELMO: Pues sí, porque con este mercado/ es una PUTA MIERDA.

15.⁹ (A-12)

JESÚS: Sí

JOSE: Eh, ¿Jesús?

JESÚS: ¡Qué hay, buenos días!, Josemari

José: Muy buenos días

JESÚS: ¡Qué tal!

JOSE: Vamos a ponernos algunas cosillas, por ahí

JESÚS: Pues vamos a ver (()) en letras ¿no?

JOSE: Sí/ primero en Letras y luego en Deuda// ¿estás ya?

JESÚS: (())/ ¡venga!

JOSE: Vamos a ver/ eeh/ veintinueve del doce

JESÚS: Veintinueve del doce/ sí

JOSE: Nueve sesenta y cinco, compro cinco

JESÚS: Nueve sesenta y cinco/ cinco

JOSE: Veintiséis enero

JESÚS: Veintiséis enero

JOSE: Nueve sesenta y cinco, compro uno// <ajá> tres del cuatro/ diez por ciento compro, cinco

JESÚS: Tres del cuatro/ ésta me habías dicho veintiséis de enero, la última

JOSE: Sí/ veintiséis de enero la última

JESÚS: Sí/ en esta del tres del cuatrooo

José: A diez por ciento compro, cinco

JESÚS: Al diez compramos cinco// más

JOSE: Tres del cinco

JESÚS: Tres del cinco

JOSE: Al diez compro, cinco

JESÚS: Al diez compro cinco

JOSE: Y treinta y uno del cincooo <ajá>// al diez compro, diez

JESÚS: Al diez/ diez

JOSE: Hay alguna más pero de un millón sólo y más corta ¿no? <sí>/ y no te queda nai, de nada por ahí /¿no?

JESÚS: No hay nada más

JOSE: Vale vete aaa/ vete a deuda

JESÚS: Ajá salimos de acá

JOSE: Un bono y una obligación me parece que es lo único que hay papel// eel/ qué estás mirando primero, ¿bonos?

JESÚS: Sí/ pero que no

⁹ Ordenes de compra de renta fija: Letras del Tesoro y Deuda.

JOSE: El nueve por ciento tienes algo/ ¿no?/ uno de febrero del noventa y siete
 JESÚS: Uno de febrero/ sí bueno/ exacto/ efectivamente/ nueve por ciento/ ahí vamos a ver/ seis millones doscientas ochenta mil <sí>
 JOSE: Ponte a compraar/ ocho millones
 JESÚS: Compramos ocho kiloos
 JOSE: Al noventa y ocho diez
 JESÚS: Noventa y ocho diez/ me has dicho ocho ¿no?/ <sí> ocho kilos// vale
 JOSE: Y luego tienes una obligación/ que es el ocho veinte
 JESÚS: Vamos a ver de aquí/ me pone cero B/ ocho veinte, sí
 JOSE: Aaal/ setenta y nueve veinti cinco <ajá>/compramos, treinta kilos
 JESÚS: O sea entonces/ vamos a ver/ compramos treinta kilos a treinta y nueve veinticincoooo/ del ocho veinte, ¿no? <ajá>/ pues venga/ están puestos
 JOSE: ¿Vale?
 JESÚS: Vale
 JOSE: Pues venga/ de momento nada más
 JESÚS: Hasta luego
 JOSE: Gracias.

16. (A-13)

ANA: Mira yo tengo vuestraas/ unas Campofrío/ una venta de cien, a cinco mil doscientas cincuenta
 CARLOS: Esa es buena
 ANA: Okey/ a ese cambio ¿no? <sí>/ y unaas/ Anayan, a dos mil novecientas noventa/ una venta de quinientos títulos
 CARLOS: Esas las tengo que ver
 ANA: Las tienes que ver ¿no? <ajá>/ muy bien/ ¿algo más?
 CARLOS: Sí, tenemos unas Tubafex
 ANA: No/ me las cancelaste/ eran cincuenta y tres mil y un pico ¿no?/ <sí> y fue un día que estuvimos en una venta ¿verdad? <sí>/ y estuvimos vendiendo Tubafex para vosotros/ y me dijiste que te/ bueno no sé sí fui/ sí fuiste tú o fue Tomás/ no te puedo asegurar quién fue/ pero se cancelaron por eso/ porque estabais vendiendo, yyy
 CARLOS: Vale/ pues espera un segundo, ¿eh?
 ANA: Valeee (pausa larga)
 CARLOS: A cincuenta <es buen..>/ y tres mil trescientas cuarenta y ocho Tubafex
 ANA: Espera/ es una venta ¿deee?
 CARLOS: Cincuenta y tres mil trescientas cuarenta y ocho Tubafex
 ANA: Tres cuatro ocho Tubafex
 CARLOS: A uno siete dos
 ANA: Uno siete dos
 CARLOS: Después también te[ngo] para corros <ajá>
 ANA: Las de corros, no sé con quién ha hablado Alejandro
 CARLOS: Ah/ ¿está en el parque Alejandro?
 ANA: Sí/ pero os ha llamado ao/ [a primera hora de la mañana
 CARLOS: [Sí, me ha llamado a mí/ pero es que no sabía si me llamaba, desde/ el parque, o desde/ ahí/ porque he llamado al parque <¡ah!>/ venga

ANA: Estás en el parque/ porque se han ido/ bueno a lo mejor, tienes que esperar cinco diez (SE CORTA LA CONVERSACIÓN) minutos/ ha venido yaaa/ Alicia <ajá>/que es la que lleva el parque <ajá>/peroo/ per/ ¿ha hablado contigo por la mañana? <no>/ ¿no?

CARLOS: Sí/ ha hablado Alejandro

ANA: Sí/ no por eso te digo/ no le/ no te ha confirmado las órdenes que tenía él

CARLOS: Sí/ pero yo no sabía si eran buenas o no, entonces

ANA: ¡Ah!/ vale/ vale vale pues/ aaa/ se han marchadooo/ hace diez minutos si los quieres llamar ya, o en dos <vale ya>/ cinco o diez minutos vuelven

CARLOS: Venga, vale

ANA: Hasta luego.

17. (A-14)

LUISA: Teresa/ mil seiscientos tengo que comprar

TERESA: Cómo te pongo mil seiscientos, efectivos

LUISA: Los seis treinta/ tú me dices/ ¿vale?

TERESA: Venga/ vale

LUISA: Hasta ahora.

18.¹⁰ (A-14)

LUISA: Te los compro al treinta

TERESA: Treinta/ voy a intentarlo

LUISA: Vale //¿Teresa!

TERESA: ¡Sí!

LUISA: Vale

TERESA: (()) ¿eh?

LUISA: Vale/ hasta luego

(REINICIO EN OTRA LLAMADA)

TERESA: ¡Fuera!, Luisa

LUISA: Pero es que te lo han dado/ ¿al treinta?

TERESA: Sí

LUISA: Pos, gracias, bonita

TERESA: Hasta luego

LUISA: Venga, hasta ahora.

19. (A-15)

ANSELMO: ¿Qué dices?

JESÚS: Que tenías interés por el dos cuarenta y cinco/ esta mañana/ que qué ha pasado

ANSELMO: Te lo he vendido todo al noventa, tío

JESÚS: Al noventa/ ¿cuántos has vendido/ muchos?

ANSELMO: Cuatro mil

JESÚS: ¡Joder!/ ¡Dios!/ vale

¹⁰ Continuación de la operación, pero en otra llamada Telefónica posterior.

ANSELMO: Qué va, lo he vendido por Interdín
JESÚS: Por Interdín/ por Interdín, segundo escalón
ANSELMO: Sí/ es el único que tiene ¿no?
JESÚS: Ah/ digo yo, no sé/ es que nunca he trabajado allí// ¡anda! (pausa larga)
ANSELMO: Pero coño/ quién ha dicho que quiero ir a comer contigo
JESÚS: Así que quieres tú, que yo te invite a comer.

20.- (A-16)

ANSELMO: ¡Jesús!/ quieres de estos o ¿no?/ todavía no ha llegado/ ¿eh?
JESÚS: Yo creo que (()) a ciento cuatro/ al ciento cuatro siete cinco/ yo creo que hay que ponerlo ya, chiqui/ pues fuera
ANSELMO: Tú crees/ que te las dan
JESÚS: No lo sé/ pero en pantalla tengo setenta y ocho
ANSELMO: ¿Tienes siete ocho en pantalla? <sí>/ un segundito/ yo te los doy/ aaa/ al ochenta, los cien kilos, esos
JESÚS: Al ochenta no gano nada, huevón
ANSELMO: ¿Qué?
JESÚS: Al ochenta no gano nada
ANSELMO: Ya/ pero si es que no tengo nada mejor, tío
JESÚS: Vale
ANSELMO: Están ahora/ está/ siete tres por ochenta/ más o menos/ o sea si es/ si gana un poquito más/ yo creo que te voy a dar/ pero lo que no puedo hacer es quedarme en ese lado de la curva/ macho/ abierto y cubierto/ o sea /si me pudiera cubrir ahí/ te los daba, tío <tranqui/ tranqui> /pero es que ya me he dado ¡una hostiaa!/ con una cobertura ahí de, cojones
JESÚS: Bueno/ bueno
ANSELMO: ¿Entiendes?
JESÚS: Vale
ANSELMO: Pero vamos, te lo sigo/ gracias por avisarme porque estaba en otra cosa /¿eh?
JESÚS: Tú síguelo/ yyyy/ yyy/ yo no hago nada mientras, que túuu/ yo no te diga a ti/ ¿me entiendes? <ya>/ tú/ tú <vale>/ tú vas firme por debajo del ochenta, a lo mejor me puedes
ANSELMO: Yo si quieres me me/ pue me pongo ahí / ¿eh?
JESÚS: A siete cinco
ANSELMO: Me puedo poner, tío
JESÚS: A siete cinco ganamos sesenta, ahí/ sesenta mil pelas
ANSELMO: Como tú quieras/ sería sería la mejor demanda
JESÚS: Lo que tú veas
ANSELMO: ¡No te digo!
JESÚS: No tiene pinta de caerse mucho más, ¿no?
ANSELMO: Yo quiero ((...))

21.¹¹ (A-17)

PEDRO: ¡Hola!

MACA: Síii

PEDRO: ¿Maca?, ¿está Ramón ? (pausa larga)

RAMÓN: Sí

PEDRO: ¿Ramón?

RAMÓN: Dime

PEDRO: ¿Ves lo de Repsol?/ ¿está todavía por ahí?

RAMÓN: ¿Pero hay alguna posibilidad o no?

PEDRO: Tengo aquí en el teléfono a la persona indicada/ me pregunta que si todavía hay algo

RAMÓN: Hay/ hombre/ claro que ahí está/ lo que pasa es que tengo que llamar, al tío/ porque si voy otra vez con la misma música/ y lo tengo media hora, me va a mandar a hacer pijos

PEDRO: *Ok*/ ¿cuánto era al final? /es que lo ha hecho Jaime

RAMÓN: Hablamos/ habíamos hablado de cien

PEDRO: De cien a ¿cuánto?

RAMÓN: A dos siete treinta, estábamos hablando

PEDRO: *Ok*/ eh, tú tendrías dinero, ¿verdad?/ no papel

RAMÓN: Era papel

PEDRO: ¡Correcto!// un momentito// (CONVERSA CON EL CLIENTE A TRAVÉS DE OTRO TELÉFONO) a ver un momentito// ¿Ramón?/ venga, dice que adelante

RAMÓN: Espérame// aguanta un pelín

PEDRO: Venga que tengo aquí al cliente

RAMÓN: ¿Oyee?

PEDRO: Dime

RAMÓN: Esto está firme ¿no?

PEDRO: ¡Sí señor! /// ¿oye?/ oye

RAMÓN: Sí

PEDRO: ¿Qué tal?

RAMÓN: Espérate/ es que/ es que/ no lo[gro]/ es que venga comunicando el teléfono, y estoy venga a marcar/ espérate un momenti[to] (PAUSA LARGA)

JAIME: ¿Oye?

RAMÓN: Sí

JAIME: ¿Qué pasa?

RAMÓN: Espérate un momento, que ahora es que no se pone

JAIME: Claro/ normal

RAMÓN: Espera un momento

JAIME: Oye <dime>/ cuéntame mientras tanto lo de Tabacos/ anda

RAMÓN: ¿Eh?/ espérate, si es que lo de Tabaco

(SE INICIA OTRA CONVERSACIÓN ENTRE JAIME Y PACO, EN LA CUAL SE CRUZA LA RESPUESTA DE RAMÓN A LA OPERACIÓN ANTERIOR DE LAS ACCIONES REPSOL)

JAIME: Sí

PACO: ¡Hola Jaime!

¹¹ Madrid 1994.

JAIME: ¡Hola Paco!

PACO: Buenos días

JAIME: Oye/ buenas tardes

RAMÓN: A dos seis siete (A JAIME)

JAIME: Gracias (DIRIGIÉNDOSE A RAMÓN) oye/ vamos a ver/ una cosilla/ era por ver/ has has podido confirmar el tema del IPC

PACO: Eh / bueno/ eh/ vamos a ver/ yo te conti/ te he llamado/ <ajá> se lo he comentado más o menos a, Salva <sí>/ pues tú no estabas/ estabas

JAIME: Sí/ es que he salido

PACO: Es que/ a un bien mi amigo le ha llegao, de dos sitios diferentes/ el mismo dato <sí>/ y yo te digo de dónde son <sí>/ por eso mi llamada corresponde/ lo siguiente para saber si / si ellos tienen el mismo dato que yo/ y no/ y no es mi/ o sea/ no procede de mi ((...))

(SE CORTA LA COMUNICACIÓN Y SE INTERCALA UNA CONVERSACIÓN EN INGLÉS. NO SE REGISTRA EL RESTO DE LA CONVERSACIÓN JAIME-PACO)

(SE REANUDA LA CONVERSACIÓN RAMÓN, PEDRO Y JAIME)

RAMÓN: Oye

PEDRO: Dime

RAMÓN: Me ha mandado el tío a hacer pijos

PEDRO: No me digas

RAMÓN: Que no se pone

PEDRO A JAIME: Que dice que no se pone

PEDRO: ¡JO MACHO!

JAIME: Dile que lo tiene firme tío <¿eh?>/ dile que lo tiene firme

RAMÓN: Después de media hora me ha colgado el cabrón

JAIME: ¡Me cago en la leche!

RAMÓN: ¿Entiendes?/ voy a intentarlo de nuevo/ ¿eh?/ pero aguanta lo que puedas <venga, venga>/ ahora mismo te llamo.

22.¹² (A-18)

ANA: Dígame

PEDRO: ¿Hola?

ANA: ¡Hola!

PEDRO: Oye Ana/ vamos a ver/ Sarrió/ conmigo dos mil titulillos me lo dejáis lo mejor que pueda.

ANA: Estupendo

PEDRO: Vale

ANA: Vale

PEDRO: Gracias.

¹² Madrid, 1994: operación de maquillaje.

23.¹³ (A-19)

JAIME: ¿De qué?

PEPE: Los Obrascones a mil cuatrocientos/ que si se los venderías

JAIME: ¿Quién me lo dice eso?

PEPE: Juan de Goldman

JAIME: ¡Juan de Goldman!/ espera un segundo que llamo/ que esperen en línea, que no se vaya (PAUSA LARGA)

(AL TELÉFONO, POR OTRA LÍNEA)

¿Teresa?/ eeh/ te voy a contar una cosilla/ tengo un loco que me compra dos mil Obrascones, a mil cuatrocientos

PEPE: ¡Que habría posibilidades! (A JAIME UN COMPAÑERO DE MESA)

TERESA: ¡Ah! eso está muy bien/ espera que eso se lo tengo que consultar al cliente

JAIME: ¡Bien!// les arreglamos el día ¿o no?

Teresa: En cuanto salga Jorge de una reunión/ te contesto

JAIME: Venga // (A PEPE) ¿Lo tiene firme o no?

PEPE: ¿Está firme? (A JUAN DE GOLDMAN)

JAIME: De todas maneras es que/ vaya liquidez de/ de valor, macho// (DIRIGIÉNDOSE A LOS QUE ESTÁN EN LA MESA)

TERESA: (())

JAIME: Dime

PEPE: Que no es en firme/ pero con bastante posibilidades/ porque es que está el cliente al teléfono

JAIME: (A TERESA) Oye es que tenemos al tío al teléfono

PEPE: Que está con bastantes posibilidades// que lo más seguro es que lo crucen (A JAIME)

TERESA: Que no puede salir de la reunión / en cuanto salga te contesto

JAIME: Venga/ estupendo/ gracias/ (CON PEPE) ¡oye!, ahora contestamos/ es que ha estado hablando con Jorge y no está

PEPE:(A JUAN POR EL TELÉFONO) Oye que que ahora te contestamos/ que de momentoo/ ¿sabes?/ estamos esperando

JUAN: Entonces qué hacemos/ ¿lo intentamos mantener?

PEPE: Vale pues te llamo ahora

JAIME: Juan/ ¿cómo cuántos tomaría este hombre?

JUAN: (())

JAIME: Ramón/ ¡qué pasa! (POR OTRA LÍNEA)/¿una partidita?/ y no nos comemos una rosca/ ja // ya/ ya/ vale/ vale mira el problema está, en quee estee, Lefort/ que son suyas/ ¿eh?/ está metido en una reunión, ahora mismo me llama/ eeh/ de momento sabes que teníamos más/ tres cuatro cinco/ entonces/ este hombre, ¿tú crees que tomaría?(PAUSA LARGA)

RAMÓN: Sí/ casi seguro

JAIME: Vale/ más más grandes no <sí>/ vale/ bueno/ yo en cuanto lo consiga/ y me llame Juan/ le comento la situación/ eh/ y te doyyy (()) venga/ gracias socio/ hasta ahora.

¹³ Madrid, 10 de marzo de 1995.

24. ¹⁴ (A-20)

JAIME: Mira el IPC yo creo que lo van a intentar sacar, decente/ emm/ alrededor del cero tres / cero treinta y cinco/ aproximadamente/ mucho me temo que, aunque el señor Solves no quiera/ va a tener que subir el tipo de intervención de las subastas/ por si acaso

PETER: Crees que va a subir

JAIME: Creo que sí/ creo que sí

PETER: Lo que sí ha subido/ ha subido la tasa de interés en el mercado interbancario ((...))

25. (A-21)

ANSELMO: ¡Hola Rafa!

RAFA: ¡Qué hay!

ANSELMO: Oye/ me ofrecen veinte mil populares/ todo o nada/ a veintisiete tres

RAFA: ¿Firmes?

ANSELMO: Sí

RAFA: ¡Míos!

27. (A-23)

ALVARO: ¿Susana?

SUSANA: ¡Dime!

ALVARO: ¿Cómo está eso?

SUSANA: Veinticinco treinta ahora mismo ahí/ veinte mil por diez mil

ALVARO: A treinta/ cómprame veinte mil

SUSANA: Pues ahí te pongo

ALVARO: ¡Venga!

SUSANA: Ahí estas.

B.- EXPRESIONES RECOGIDAS AL OÍDO EN LA PROPIA MESA
--

(B-1) Eso se puede ir mínimo hasta las siete mil doscientas/ ha roto la media móvil de siete sesiones/ a siete mil cien puede frenar.

(B-2) Ahora mismo hay papel/ a lo mejor al cierre/ si lo levantan un poco

(B-3) Me pones cinco mil Endesas a siete mil doscientas a la venta/ muéstrame dos mil.

(B-4) Estos hijos de puta/ le meten el tirón al final

¹⁴ Conversación entre compañeros en la mesa.

- (B-5) Jugamos a esto/ pero primero vendemos para tener liquidez
- (B-6) Un seis y pico del alto al bajo
- (B-7) Tomar una posición aquí/ esto es un campo minado, macho
- (B-8) Nueva York está como una peonza.
- (B-9) A diez noventa y nueve/ vendo Icos del dos mil.
- (B-10) Si hubiera una reacción gorda/ si ves que toman fuerte o algo. (VENDE O COMPRA)
- (B-11) Pero todos tienen un miedo, macho/ en cuanto le apunta un poco la deuda/ bah/ les atizan/ y aquí no entiendo, cómo no le están pegando ya a la bolsa/ macho.
- (B-12) De todas maneras, macho/ estos bandazos no los puedo entender.
- (B-13) Esto puede tardarse en ponerse boca abajo diez minutos.
- (B-14) Es que ayer/ fíjate/ con la bolsa a tope/ Vallehermoso, estaba presionando de narices.
- (B15) Te dejo/ tengo que seguir picoteando.

C.- REGISTROS DEL LENGUAJE DE LAS VENTAS
--

1. (C-1)

ALVARO: ¡Hola buenos días!/ soy Alberto/ ¿cómo sigue el futuro?

ALBERTO: Sí/ ¡hola!/ ¿qué tal?/ buenos días, Alberto/ pues mira, está ahora mismoo/ RREPITIENDO el nivel de ayer ¿eh?/ no se menea mucho/ ha empezao, bajando/ vamos el futuro empezó subiendo/ después cayó/ hasta nivel dos ochocientos cincuenta/ está ahora, a dos ocho siete dos/ pegado al contado/ ¿eh?/ dos ocho setenta y uno/ el dólar fortísimo, esta mañana// ciento veintinueve ochenta y cuatro, por noventa y nueve// el marco es lo que sigue/ vamos/ la pela es lo que sigue fuera del juego/ contra el marco noventa y uno noventa noventa y dos cero cuatro// así/ vamos a noventa y dos, prácticamente se está cruzando/ eel bono nuestro, ochenta y uno cuarenta RECUPERANDO, por la subida del dólar/ eh/ Alemaniaa/ se sigue flojita/ ¿eh?/ está mañana empezó subiendo/ catorce puntos/ se dio la vuelta, y se puso a bajar diez y ocho/ y ahora baja/ mm/ trece puntos/ vamos/ (()) el (()) está a uno nueve noventa y tres setenta y cinco/ bajando, sieteee/ siete/ ocho puntos

ALVARO: ¿Y el bono?

ALBERTO: El bono subiendo un poco/ la bolsaaa flat/ yyy/ así está la cosa/ vamos a ver/ el dólar *down in europe waiting us labor report*/ que lo veremos esta tarde / ¿sí?

ALVARO: ¿El libor?

ALBERTO: El *libor*/ siete cinco tres

ALVARO: ¿Pero hay compradores o no?

ALBERTO: Aquí pues con laaa/ muchas cautelas/ hombree, hay algún aaah/ sabes algunaaa

ALVARO: ¿Y el dólar-marco?

ALBERTO: ¡Dólar-marco!/ ¿*what's us dollar?*/ *versus deuchte mark*/ ¿uno treinta y ocho puede

ser? (A LOS DE LA MESA)

CARLOS: *Forty one twenty* (SE OMITE LA FIGURA ANTES DE LA COMA PORQUE SÓLO VARÍAN LOS DECIMALES Y SE ASUME QUE TODOS SABEN CUÁL ES EL NÚMERO ENTERO)

ALBERTO: ¡Ah! no/ cuarenta y uno veinte/ uno cuarenta y uno veinte (A UN COMPAÑERO DE LA SALA) // <lo ves bien>

ALVARO: ¿Y el yen?

ALBERTO: ¿Dólar yen ? <*ninety one thirty*> (COMPAÑERO DE LA SALA)

CARLOS: *Ninety one thirty*

ALBERTO: *Ninety one thirty* // eestá un poquito mejor/ ¿eh?/ pero de todas maneras la genteee/ sigue con pocas ganas de meterse en mucho lío ¿eh?

?: Espérate un momento

ALVARO: ¿Qué tal va el volumen?

ALBERTO: Te digo/ te digo/ te digo/ <volumen> ¿volumen?/ vamos bien/ ocho mil setecientos millones/ vamos a ponerlo

ALVARO: ¿Tú crees que esto tire?

ALBERTO: No/ yo laa/ esta mañana/ mi impresión personal, era menos veinte a más cinco/ el cierre de hoy

ALVARO: Pues como el dato de Nueva York salga bien/ te envainas la opinión

ALBERTO: Sí/ je je pa no/ pa no pillarme/ pero se va a quedar, yo creo queee/ por aquí, por el medio

ALVARO: ¿Cómo vendrá Wall Street esta tarde?

ALBERTO: Depende del *Labor Report*/ ¿sabes?/ depende mucho del *Labor Report*

ALVARO: ¿Y del dólar?

ALBERTO: Y del dólar, claro

ALVARO: Si subiera, ¿qué esperaríais ?

ALBERTO: ¿En cuánto a qué?/ perdona

ALVARO: ¿Qué qué interpretación le daríais?

ALBERTO: La interpretación de qué/ ¿del *Labor Report*?

ALVARO: Es que si sale alto, sería bueno

ALBERTO: Claro/ claro siempre/ eso en cualquier caso, siempre/ ha salido el de aquí ¿eh?/ diez mil quinientos eeh/ absolutamente en línea

ALVARO: Vale, gracias/ hablamos más tarde

ALBERTO: De acuerdo/ hasta luego.

2. (C-2)

JAVIER: Sí

NACHO: ¡Hola!/ ¿oye?/ buenos días

JAVIER: Buenos días

NACHO: Oye/ vamos ver/ mira mm/ hemos detectao en el mercao que/ que las instituciones bancarias se están adelantando/ al tema de la colocación de Telefónica/ de hecho, están mandando ya cartas <¿eh?>/ eeh/ pues eh ofreciendo regalos/ y/ y bueno/ pues eeh/ pues

eso/ que están en plena campaña/ concretamente el Central Hispano mandó una carta con fecha ocho de agosto <sí>/ en la cual/ pues se concretaban las condiciones de la emisión y/ y poco más/ porque no se sabe nada de fechas, y tal ¿no? <sí>/ entonces, te quiero decir que/ que yo creo que igual procede empezar a adelantarnos la semana que viene

JAVIER: Sí laa/ hombre es que estamoos/ eh/ estamos en el tema ¿eh?/ no es que no hagamos nada/ estamos ahí a ver siii/ podemos suscribir el contrato de colocación/ y a partir de ahí/ pues, oye/ ya habrá una nota, de análisis/ recomendando/ el valor/ yyy/ ya/ pues bueno/ tendremos la base suficiente/ como paraaa/ pues bueno/ pues ser activos en ese tema <pero>/ a mí también me están llamando algunos aseguradores/ eeeh/ pues/ eh porque es lógico/ el que, ha tomado ahihi/ posiciones asegurando/ pues/ no quiere quedarse con el papel <meh>/ eh/ y entonces eeeh/ oye nos están llamando/ pueees/ varios de los aseguradores/ pues BBV/ la Caixa/ <en concreto, en concreto> pero eso eso es normal/ es decir/ porque ellos son aseguradores/ y se aseguran, yo qué sé/ pues cinco mil, diez mil kilos/ pues eeeh/ antes de que se les adelante otro, pues tienen queee/ tomar posiciones

NACHO: Mira lo que pasa yo/ yo lo que creo que en esta situación/ nosotros tenemos que empezar a venderlo ya <je>/ entonces/ hay cosas que no se pueden saber/ cómo son las condiciones económicas <aje>/ inicial/ porque eso cuando, cuando venga vendrá <sí>/ no se puede saber la fecha porque todavía no se ha definido, no/ <aja/ no pero> por ejemplo/ yo lo que sí creo/ esto, Javier <mm>/ es que/ que lo que sí necesitamos de verdad ya/ o cuanto antes vamos <sí>/ es la nota de análisis <sí>/ porque por ejemplo

JAVIER: Y y/ también una notaaa/ acompañando el tema dee/ deee/ bueno pues deee/ cuándo van a ser/ o cuáles son las fechas tentativas <exacto>/ ¿eh?/ eeeh

NACHO: Es que, concretamente/ mira eh eh/ en San Sebastián ayer estuve por por la mañana/ o sea todo el día/ y y habían detectado varias cartas/ aquí he recibido la llamada de algún cliente, esta semana/ oye vais a tener lo de Telefónica/ porque cómo va ser/ porque cómo va a ser/ porque/ en fin/ tal/ pues entonces/ concretamente nnn/ nosotros no vamos a hacer *mailing* <eh>/ o sea creemos que es mejor las llamadas/ <eh> vamos a ver ustedes tienen en proyecto/ poner un *mailing* en la/ en la calle <sí>/ la semana que viene <ya>/ entonces para eso lo único que <sí> necesitan /<eh> es la nota de análisis/ pues para de una forma, en el texto pues poner eeh/ <sí> es atractivo por lo que sea <sí sí>/ eso es lo único que necesitamos, una nota de análisis

JAVIER: Venga/ pueees/ esto/ a principio de la semana que viene/ está ahí

NACHO: Eso es/ <eh> igual no es un tema tuyo/ es un temaaa

JAVIER: No hombre no, pero que no que yo me encargo <sí>/ yo me encargo/ sí porque yo centralizo esto.

NACHO: Yo si quieres/ buenooo/ ahí tendréis muchas/ yo yo tengo una/ de de Norbolsa que me han mandado <aje>/ por ahí tendréis muchísimas / lo digo por si queréis

JAVIER: Sí/ no si sí tenemos eh/ sí/ no sé si ésta concretamente/ pero sí tenemos estudios/ yo que sé, de Argentaria/ de BCH/ de/ de varias casas

NACHO: Bien <¿eh?>

JAVIER: ¿Vale, pues está entendido el tema?

NACHO: Sí

JAVIER: Eh/ y yo me comprometo a queee/ los primeros días de la semana próxima/ pues tengáis este tema

NACHO: Estupendo <eh>/ ¿oye y el mercado qué tal?

JAVIER: Bueno/ hombre eh/ el mercado/ pues/ ayer fue a buscaar/ niveles de soporte/ y estamos ahí en niveles de soporte/ yo creo que

NACHO: ¿Pero no era el trescientos quince el nivel de soporte?

JAVIER: No/ trescientos diez/ eeh/ trescientos diez/ hombre puedeee/ que que hayamos roto algún soporteee/ ¿eh?/ pero el fuerte es el trescientos diez <ya>/ ¿eh?/ el trescientos diez/ como el trescientos veinte era una resistencia fuerte <sí>/ y más fuerte todavía cuando la hemoos/ intentado romper, y no hemos podido <sí sí>/ entonces/ nos hemos ido a buscar los niveles de repo/ de/ soporte y ahora ahhh/ es un *test* importante/ ¿eh?/ que si lo rompiéramoooo/ los perforáramos/ ¿eh?/ pues entonces/ pueees/ sería un poco más preocupante <sí>/ aunque con todo hoy (tos)/ es un día muy rarito porque/ es viernes y principio de mes/ eee/ primero de cada mes, es un día de pocooo/ negocio/ y encima coincide con fin de semana/ pues/ todavía menos negocio ¿no?/ pero la verdad es que, nosotros lo que pensamos es que ahí deberíaaa/ repuntar un poco <sí>/ ¿eh?/ aunque sea un rebote técnico

NACHO: Oye/ por valores/ ¿qué, qué opinas?

JAVIER: Pueees/ por valores/ por valores

NACHO: ¿Repsol?

JAVIER: Hombre Repsoool/ eeh/ oos/ habéis recibido una nota, con el acuerdo con los resultados

NACHO: No

JAVIER: Pues te la mando yo ahora mismo eh/ ¿eh?/ te la mando yo ahora mismo/ lo que pensamos es queee/ aquí los valoramos mejor/ de los queee/ que los queee/ lo/ de lo que lo ha valorado el mercao <mm>/ ¿eh?/ y, pensamos/ que que hay que comprar <mm>/ hay que comprar de formaaa/ bastante agresiva/ a estos niveles <ajá>/¿eh?/ ha bajado pues casi un cinco por ciento en dos días/ yyy/ no está del todo justificado <ajá>/¿eh?/ entonces eeh/ nosotros los resultados pues/ nos parecenn/ bastante buenos/ lo que pasa es que, en el mercado ha sentado bastante mal/ queee/ la actividad del refino, y *marketing* bajen un treinta y ocho por ciento <ajá>/¿eh?/ que si bien se ha visto compensada poor/ la/ la aumento, de la actividad química/ lo que pasa es que la actividad química es cíclica y entonces/ en la lecturaaa/ de la mayoría de análisis es que/ pues bueno perdido calidad/ esos beneficios ¿no?/ pero, aquí piensan que está garantizado/ eeh/ ese esa esa subida/ de de un veinticinco por ciento a lo largo del año/ eh entonces/ eeh/ ha sido la la/ el castigo, desmesurao/ y una vez pues eeh/ encuentre/ el valor un ciertooo/ acomodo/ ¿eh?/ o sea/ se paren/ esas ventas/ agresivas, pues hay que comprar de formaaa/ activa <ajá>/¿eh?/ entonces yo ahora mismo te pongo por fax eeh/ la nota <mm>/ ¿eh?/ que sacaron

NACHO: ¿Telefónica?

JAVIER: Telefónica/ pues hay que esperar a la colocación <ajá>/¿eh?/ yo ahora no lo tocaría hay que esperar a la colocación/ pua/ para tener ahí/ hueco/ y poder, meter en las carteras

NACHO: ¿Pero mantener en las carteras?/ las que haya, ¿no?

JAVIER: Sí/ sí/ mantener/ hombre siempre que cuando/ no haya un porcentaje excesivo

NACHO: Es que los periódicos están llenas/ de las noticias/ en tono positivo

JAVIER: Claro es que es lo que va a salir/ de Telefónica/ no va sa/ no va a salir otra cosa que positivo.

NACHO: Sobre todo el tema del planteamiento estratégico <sí sí>/ y y verdaderamente sí parece ser no/ sea la alianza/ pues en en <unnn> en Europa/ la alianza con el Microsoft/ la alianza con <sí>/ con/ el tema Canal Plus/ o sea que/ verdaderamente tienen un posicionamiento estratégico mucho más allá de la situación monopolística de la <sí> que parten no/ <sí> a ver tienen buena pinta los tíos

JAVIER: Sí/ ¿eh?/ entonces eeh/ luego

NACHO: ¿Y hay algún otro valor que te pueda gustar por suu?

JAVIER: Gas Natural

NACHO: Gas Natural

JAVIER: Sí

NACHO: ¿Por qué?

JAVIER: Pueees/ porque ha obtenido unos resultados muy buenos/ <sí> muy buenos/ muy buenos/ yy aquí/ los de análisis/ también lo están recomendando, comprar de forma activa

NACHO: Y Cristalería ya no tanto ¿no?

JAVIER: Hombre/ Cristalería es quee/ yo esperaba que bajara un poco/ es que a ocho mil trescientas es eel/ alto del año/ y es que, hay una orden desde haceee/ una semana muy gorda en el mercado/ y lo han hecho subir, ellos <ajá>¿eh?/ entonces yo esperaba a ver si bajaaa/ si baja un poco/ perooo/ tambieén/ los resultados han sido muy buenos/ y también hay que tener en cartera ese valor <ajá>/ perooo/ a estos niveles, me cuesta un poco <ajá>/eeeh/ yo esperaba a ver si baja, a niveles de ocho mil/ que no sé si bajará <ya>/ perooo/ pero es un valor para tener en cartera ¿eh? <ajá>/eeeh/ luegooo/ te/ te mandaré tambieén/ un resumen del comité de inversiones eh /que tuvimos el lunes/ esto/ ¿os ha llegado?

NACHO: No/ tampoco

JAVIER: ¡Joder!/ si nos llega nada, tío (risas)

NACHO: Hombre pero en agosto piensa que es un poco normal, no/ <sí> pero yo no/ ahí en ese sentido tampoco me puedo quejar/ o sea <ya>/ que normalmente

JAVIER: No/ pues te te voy a mandaaar/ lo del comité/ y ahí/ pueees/ eeh/ viene un poco esto en cuanto a valores eh/ pues la compra de Repsol/ la de Cristalería/ la de Acerinox <ajá>/yy. Valderrivas/ eeeh/ a largo plazo/ compra a largo plazo <ajá>/ ¿eh?

NACHO: Entonces me vas a mandar lo de Repsol/ y esto del comité ¿no?

JAVIER: Sí/ sí/ te lo voy a mandar ahora mismo

NACHO: Telefónica/ lo del análisis lo dejamos para la semana que viene

JAVIER: Exacto/ exacto/ ¿eh?

NACHO: Me lo mandas cuanto antes/ porque que iba a llamar a un cliente/ ¿eh?/ <sí> se lo pensaba pasar también

JAVIER: Venga/ te lo mando ahora mismo/ ¿eh?

NACHO: Gracias Javier

JAVIER: Vale/ un abrazo.

3.¹⁵ (C-3)

PEDRO: Sí dime

JAVIER: ¡Hola buenos días!/ soy Javier Pérez de Bolsa 6

PEDRO: Sí, dime

JAVIER: Eh/ que hemos hablado en alguna ocasión

PEDRO: Sí sí sí

JAVIER: Oye/ eeeh/ te llamaba por el tema de Telefónica <ajá>/¿eh?/ que nosotros quisiéramoooo/ estar ahí/ vamos suscribir el contrato de colocación

PEDRO: Bien/ me imagino/ vamos/ no sé, todavía el día porqueee/ todavía no estáaa

JAVIER: Sí/ no está definido/ pero me imagino que la semana que viene habrá reuniones, en este sentido

PEDRO: Eeeh/ pero en do yo/ yo va a seer/ eeeh/ el mismo camino que fue en Argentaria, o fue en el caso deee/ ¿no?

¹⁵ Negociación sobre la futura colocación de Telefónica.

JAVIER: De Repsol/ sí

PEDRO: Que (()) la propia compañía/ pues tenéis que firmaaar/ el el colectivo <exacto> pero nosotros eeh/ no está todavía <ajá>/decidido/ ¿no?

JAVIER: Sí/ ¿y tú me podríaaas?/ cuandoo/ hubiese algo de esto/ ¿me podrías?, dar un toque

PEDRO: Sí/ sí <eh>/ yo creo queee/ como bien diría Javier se tienen que terminar de hacer ciertas cosas <sí>/ y (()) cada momento para el tramo minorista <sí>/ eees/ el mismo concepto de eso/ de tema de Argentaria/ tema de Repsol/ yo probablemente/ nosotros/ seamos los los age/ banco agente/ pero tampoco lo sé <sí>/ es lo como/ si no como Argentaria o banco Exterior <sí>/ que es el banco agente/ entonces al banco Exterior tenéis que mandarle la cinta respectiva, ¿no? <exacto/ exacto>/ pero que que, el contrato sea con Telefónica cooon/ la empresa que

JAVIER: Y qué qué qué tipo de acción hay que/ haaay que dirigir alguna carta a Telefónica yaaa/ diciendooo/ nuestro interés, en suscribir el contrato o/ ooo habrá una reunión, convocada por la propia sociedad /yyy/ a la queee

PEDRO: Sí, debe haber una reunión de la propia sociedad/ pero vamos no obstante/ no echaría nada de de más <sí>/ eh mandáis la carta/ pero, claro a a Telefónica no/ ni (()) <sí>/ que ustedes quieren ser colocadores de laaaa <exacto>/ de la operación, en el tramo minorista <sí>/ luego el tramo mayorista estaráaa/ dividido en en en varios colocadores iniciales ¿no? <sí>/ entre ellos estamos nosotros ¿no? <sí>/ en el mayorista ¿no?

JAVIER: Vale/ o sea luego el/ mayorista ya es canalizarlo por algúnnn/ na

PEDRO: La famosa comisión del libro del/ tal

JAVIER: Sí/ exacto/ algúnnn/ na / algúnnn/ agenteee/ caso vuestro ¿no? <exacto>/ porque ahí en primera línea estáis BBV/ Caixa/ y vosotros

PEDRO: Exacto(())

JAVIER: Vale/ entonces/ ¿te llamo la semana que viene? <sí>/ para recordarte este tema y y y/ a la vez nosotros pueees/ dirigimos esa carta a laa <aje>/ a la sociedad

PEDRO: Sí vamos/ que que el camino que hay/ va a ser ese más o menos <sí>/ imagínate, que suscribo en contrato únicamente con Telefónica <ajá>/eee/ en función de/ con la eeh/ luego no sé, cómo va a ir el tema de funciones/ si por tramos o pooo <ajá>/volúmenes o por <sí>/ eeh/ o comisión fija/ no sé, cómo va a ir el tema de la comisión <sí>/ y entiendes/ citarte con ellos/ y las cintas pues, serían /las cinta hablando a gente deseada <sí>/ BBV/ Argentaria <ajá>/o quien sea ¿no? <ajá>

JAVIER: Yyy/ ¿qué te iba a decir? que/ qué qu[i]eres/ que la semana que viene ya se avanzará bastante en este tema ¿no? <sí aja>/ vale

PEDRO: No obstante/ me parece que la semana que vieneee/ probablemente haya algunaaa/ presentación/ me parece queee/ por parte de Telefónica <ah, vale>/ para los inversores/ me da la impresión <vale>

JAVIER: ¿Y túuu nos podrías dar un telefonazo? <sí sí sí>/ para estaaar/ presentes/ y estar al tanto de estos temas

PEDRO: Sí/ sí

JAVIER: Vale

PEDRO: Vale

JAVIER: Vale/ pues, muchas gracias, Pedro

PEDRO: A ti

JAVIER: Un abrazo

PEDRO: A ti

Ambos: Hasta luego.

4. (C-4)

(RUIDO DE TELÉFONO).

SECRETARIA: Rodríguez *Investment*

CARLOS: ¡Hola!, buenos días

SECRETARIA: Buenos días

CARLOS: Me puedes poner con el noventa y tres doce/ por favor (SONIDO DE TELÉFONO)

JUAN: Sí, ¡dígame!

CARLOS: ¡Don Juan Pablo!

JUAN: ¿Qué pasa macho?

CARLOS: ¡Qué pasa!

JUAN: Pues que bajan un poco/ ¿eh?

CARLOS: Nos la prometíamos muy felices macho, esta mañana/ yo con eel/ bonooo/ a ciento trece, macho (PARALELA A LA INTERVENCIÓN OÍMOS LA RISA DE JUAN)

JUAN: ¡Qué putada!/ tío (ENTRE RISAS)

CARLOS: No no no/ espérate/ espérate

JUAN: ¿Cómo va el tema?

CARLOS: Guate moment [*what moment*]/ no va mal tío/ yo qué sé, macho

JUAN: Pero baja ya el bono español, ¿no?

CARLOS: Está bajando, un pipo

JUAN: ¡Jooder!/ °(macho)°/ °(mierda)°

CARLOS: Peroooo/ ¡Juan Pablo, tío!

JUAN: ¡Qué!

CARLOS: Eeeh/ que bueno/ [que no está mal]

JUAN: [Por lo menos/ por lo menos no se desploma]

CARLOS: No está mal

JUAN: Hoy hay que/ hoy hay que seguir comprando/ que, a ver/ cuéntame cosillas

CARLOS: Vamos a ver// mmm/ ¿te digo datos?

JUAN: Venga/ digo de/ por ejemplo resultados de Iberdrola/ ¿qué opináis?/ muy buenos ¿no?

CARLOS: Son bastante en línea/ lo que pasa que, cayeron/ aquí te pone que iban a caer un cuatro por ciento, pero ha sido por los extraordinarios <claro> de Idruña

JUAN: Claro que es una <¿eh?> pasada, tío

CARLOS: Exacto pero la ma <entiendes> exacto/ la matriz <sí>/ ¿eh?/ el beneficio ha subido un treinta y ocho por ciento <es una pasada>/ ¿eh?/ y ha reducido deuda bastante <cuarenta y dos mil kilos> ¿eh?/ que yo creo que está bien

JUAN: Sí claro lo que pasa es que, luego he leído la deuda/ que tiene/ uno con seis billones

CARLOS: Nada/ bueno/ ahí está/ pero tronco (RISAS DE JUAN)/ pero tronco/ ojalá tuviera yo esa deuda

JUAN: Cero coma cuatro y dice, eh/ sobre uno coma seis/ es el/ cero veinticinco <mm>/ seis dos/ entre mil seiscientos/ un dos/ un dos y medio por ciento/ no está mal

CARLOS: No está mal

JUAN: No está mal

CARLOS: No está mal/ ¿eh?/ después/ entonces ¿eh?/ si nos gusta <sí>/ ¿eh?/ yo creo que están bastante en línea <sí>/ ¿eh?/ eeeh/ emmm/ en Mafre¹⁶ <sí> nos parece que son

¹⁶ Mafre es siempre Mapfre.

bastante buenos <sí>/ eh/ ten en cuenta quee/ sin Mafre Vida <sí>/ ¿eh? hubiera aumentado un cuarenta y dos por ciento, su beneficio neto <ajá>/¿eh?/ con Mafre Vida ha sido un ciento cincuenta y siete por ciento unaa/ muy bien, muy bien, muy bien, ¿no? <ajá>/lo que pasa que en el segundo semestre <sí>/ creemos que va a ser mejor que el primero <joder!>/ ¿eh?/ no en/ o sea/ ya no va a tener, tener lo de Mafre Vida <sí>/ digo en torno al cuarenta y dos por ciento este <sí>/ ¿eh?/ <aje>/ porqueee creemos que los/ laaas/ las filiales que tienennn/ en América/ y en Sudamérica, van a seguir eeee/ tirando fuerte <uju>/ ¿eh?/ entonces tú ten en cuenta que/ en los Estados Unidos en el noventa y cuatro/ <sí> en el primeeer semestre/ ganó ochenta y ocho kilos/ y este año, ha ganado mil seiscientos sesenta y seis kilos <bestial>/ en el primer semestre <bestial>/ ¿eh?/ y en el segundo, creemos que va a ser mejor ¿eh?/ por lo menos a lo que se refiere a datos USA <perfecto>/¿eh?/ el PER se te pone en quince coma cuatro veces

JUAN: Con ese crecimiento que vosotros le metéis

CARLOS: Que le he claro/ porque si revisamos al alzaaa/ hasta once mil kilos/ ya incluidos los deee/ los de Mafre Vida ¿eh?/ los extraordinarios de Mafre Vida <ajá>/ ¿eh?/ entonces se te pone en un PER de quince coma cuatro veces <uju>/ que, que viendo como han salido los resultados de Mafre Vida <sí>/ eh que creemos que ha tenido un crecimiento bastante pobre en resultados, aunque las primas sigan estando en línea <sí>/ ¿eh?/ y también pensamos que el segundo semestre pueda ser algo mejor/ lo que pasa es que todavía no sabemos la calidad de las/ de las primas/ que han/ que han hecho <ajá>/¿eh?/ pero creemos queee/ bueno no nos han/ aaa/ eee/ emocionado mucho, ¿no?/ no estamos muy *emoshion* <ya> con (())/ creemos a ahí/ que se puede hacer unaaa/ un pequeño *switch* <ajá>/¿eh?/ sacamos unnn/ creo que un informe de Mafre <perfecto>/ ¿eh?/ si quieres te lo mando luego

JUAN: Claro/ ¿pero, no nos mandáis todos los informes?

CARLOS: Sí te los mando, macho/ lo que pasa es que como no te los lees / tío/ pues te lo tengo que decir/ (()) (RISAS DE JUAN)

JUAN: Digo/ ¡joder!/ a ver si no nos han metido en en *mailing list*/ todavía (RISAS)

CARLOS: No seas malo, tío

JUAN: Sí sí/ que nos llega todo los días/ yo yo me leo todo/ todos los días el/ el *Daily*/ ¿eh?

CARLOS: Mnnnn/ pero el *Daily*, nooo/ es imp no <ya/ ya ya>/ a mí no me gusta

JUAN: A mí tampoco/ bueno, que sí (()) pero es como todos/ que es que te cuenta la sesión del día anterior/ no es que, es que esta/ no puedes decir nada más <ya>/ mm

CARLOS: Pues sacamos el de Mafre Vida/ no tenemos el de Mafre/ pero/ ahora se lo/ le digo a estos quee

JUAN: Pues sí me gustaría leerlo/ porque Mafre, macho/ nos hemos comido un marrón/ me he comido un marrón, ahí

CARLOS: ¿Qué no tenías o qué? <¿no?>

JUAN: Yo no/ o sea que nada

CARLOS: Bueno pues te/ te digo algo ahora/ y después ennn/ bueno eeeeh/ los de Aguas

JUAN: Aguas, ¿qué tal?, macho/ me interesa mucho por el tema de Adeslas/ ¿qué tal han sido los resultados?

CARLOS: Eeeh/ vamos a ver/ había bajado el diez por ciento, de extraordinarios/ acuérdate que Aguas es de Lanjarón <sí> /el resultado de explotación hoy sigue creciendo bien/ un treinta por ciento

JUAN: Estuve en Lanjarón este en verano

CARLOS: Sí/¿qué tal?

JUAN: Precioso

CARLOS: Precioso ¿no?

JUAN: Precioso/ me hice un paseo con la moto, que flipé en colores/ ¿eso era de de Aguas de Barcelona?

CARLOS: Exacto

JUAN: Ah sí

CARLOS: Sí sí sí sí

JUAN: Y qué hicieron/ lo vendieron

CARLOS: Lo vendieron/ lo soltaron / ¿eh?/ y se ganaron una pasta <ah>/ ¿eh?/ entonces eeeh/ lo que pasa que aunque los resultados de explotación sigan creciendo un treinta por ciento <sí>/ ¿eh?/ eh creemos que ha subido mucho/ el tema de Aguas <claro/ claro>/ el tema de Aguas es que /mnnn/ como entra y sale del Íbex, cada seis meses <ya>/ ¿eh?/ se mueve por eso/ entonces se va hasta las dos mil ochocientas/ y <sí> a tres mil cuatrocientas/ y entonces creemos que ha subido ya mucho/ aunque sigue estando en el Íbex/ que es el problema/ ¿no? <ajá>/perooo/ nosotros creíamos que, si yaaa/ llevamos/ aquí unaaa/ se puede llegar aquí/ un/ unnn/ una plusvalía maja/ ¿eh?/ y yo creo que se puede reducir algo, macho/ ¿sabes?/ los resultados no han sidooo/ no han sidooo/ tampoco, muy buenos/ ¿sabes?

JUAN: A mí es una compañía que, el otro día me estuve viendoooo/ tal/ me gusta/ y luego me fui a/ a ver los precios/ porque hace tiempo, que no la seguía/ sí que se han puesto ya en máximos, de no sé cuánto tiempo [(())] un cien por cien

CARLOS: [Por eso te digo/ o sea /yo cre que está/ oye te advierto que lo de Aguas/ o sea/ es una commpañía/ a brutal/ porque es/ <sí sí> ¿eh?/ una compañía, buenísimaaa, <a mi me gusta> tal/ y además muy serios/ y todo <sí, sí>/ ¿eh?/ yo me acuerdo que estuvimos viéndoleees/ macho <uju>/ y bueno/ la verdad es que las instalaciones que tienen son, ¡apelotantes!/ y todo ¿eh?/ pero lo que pasa que, bueno que

JUAN: Y es la única compañía en la que puedes invertir en, aseguradores/ ¿eh?/ privados/ en España/ <ju ju> que cotice en bolsa/ <sí sí sí> y es un sector/ que joder/ que está ahí/ que va a tirar <uju>

CARLOS: Otra cosa

JUAN: Dime

CARLOS: Viscofán

JUAN: Viscofán/ la pera, ¿no?

CARLOS: Una mierda

JUAN: Una mierda/ claro/ (CAMPANA DE REUTER) claro/ ((me alegre))

CARLOS: Yo también

JUAN: Claro/ lo que pasa es que hay que estar atentos/ ¿um?/ hay que estar atentos/ y ponerse a niveles de compra/ yo creo, a la baja

CARLOS: Hombre/ Viscofán/ a niveles de mil quinientas, macho/ pues empezar aaa/ intentar co, coger alguna/ desde luego

JUAN: Exacto porque los resultados os han parecido malísimos, ¿no?

CARLOS: Sí// hombre malos/ lo que pasa es que todavía Naturín tío, lo va a arrastrando un año más <claro ajá> / ¿sabes?/ o sea/ el tema de Naturín, macho/ lleva ya caído seiscientos veinte kilos/ ¿eh?/ por eel/ marco/ yy/ el tema de reestructuración de personal <claro>/ ¿eh?/ y todavíaaaa/ le queda reestructuración de personal paaa/ pa un rato

JUAN: ¿Y el volumen de ventas cómo ha ido, en Naturín?/ ¿lo tenéis?

CARLOS: Eeeh / een ventas crecen, muy poco/ eeeh/ porquee/ ten en cuenta queee/ las ventas se han reducidooo/ bueno/ en gene/ en globa/ en marcos han vendido poco/ hay una reducción de ventas/ en marcos <ajá>/¿eh? /entonces crecen muy poco en general <uju>/ ¿eh?/ pero en marcos son/ noooo/ o sea/ se han reducido algo <ajá>/¿eh?/ y entonces pues pues, macho/ claro/ es que con el tema del marco, macho/ que sigue estando ahí/ ¿sabes?

- JUAN: Sí pero el tema, marcooo/ mn/ ahora, está mejor que en el primer semestre/ entonces yo creo que ahora/ puede ser oportunidad deee/ tomar algo
- CARLOS: Sí/ pero si baja
- JUAN: Claro/ claro/ no es que va a bajar un diez por ciento <a a a>/ le van a meter un viaje que se va a quedar en/ mmm/ bien
- CARLOS: En los últimos cinco días ya ha bajado un cinco, ¿eh?/ me imagino que ahora está vendiendo asesores/ yo como ya no lo sigo (RISAS)
- JUAN: Yo/ yo/ cabreado/ yo tampoco
- CARLOS: ¿Sabes?
- JUAN: O sea que malos <malos>/ Iberdrola buenos eeeh
- CARLOS: Iberdrola buenos/ Mafre, buenos <buenos>/ eeeh/ Mafre Vida, regulares
- JUAN: Aguas, regulares
- CARLOS: Aguas, regulares
- JUAN: Y Viscofan, malos
- CARLOS: Y Viscofan, malos
- JUAN: Y ya está/ ¿no?
- CARLOS: Y ya está macho/ y a ver si salen ya los deee/ Repsol tío de unaa/ puñetera vez
- JUAN: ¿Cómo que los de Repsol?
- CARLOS: Ja Ja (RISAS)/ te he engañao ¿no?/ era a ver si te habías despertao/ los de Dragados/ joder (RISAS)
- JUAN: Este se estará confundiendo con Fecsa (RISAS)
- CARLOS: Fecsa también salieron
- JUAN: ¿Ah sí? <sí>/ y y cómo/ cómo fueron
- CARLOS: ¡Ah!, tu ves/ tío/ yo te digo que salieron, macho/ a mí ya no preguntes/ pero son pa nota/ ahora te lo digo
- JUAN: Fecsa/ está a tres mil pesetas, machooo
- CARLOS: Fecsa le pegaron ayer/ a tres mil diez compré yo/ quinientos titulillos/ para un cliente
- JUAN: Es que a tres mil pelaaas/ está ahí, ¿eeeh?
- CARLOS: Sí, sí/ pues yo teee/ te lo comento ahora/ porque sí salieron/ aa/ antes de ayer/ algo así/ antes que lo de Repsol salieron <ajá>/¿eh?/ eeeh/ Tabacalera/ nos queda por saber/ Tabacalera <ajá>/nos queda por saber Dragados <ajá>/o constructoras ¿no?/ como puede ser tambiéneen/ FCC/ que sí me interesan mucho <ajá>
- JUAN: Joé/ a mí también, macho/ (RISAS) tú, por tú supervivencia/ yo por mis inversiones (RISAS)
- CARLOS: No a mí no por/ a mí no/ por mi supervivencia/ a mí porque, macho/ yo creo queee/ FCC es para comprar, tío/ lo que pasa queee/ yo no sé/ macho
- JUAN: Yo/ FCC creo queee
- CARLOS: Es que yo no sé/ eh/ ahí/ comoo los de tu casa/ macho/ han cambiado de recomendación en una ventaaa/ pues me lo están machacando
- JUAN: Sí, pero es que los de mi casa también se equivocan/ o sea que [(())]
- CARLOS: [Ya ya ya/ sí no desde luego, se están pasando de listillos, tío
- JUAN: El tema/ el tema de FCC/ es el precio/ entonces/ eeeh/ ahí tienes, que está clarísimo/ que por debajo de nueve mil quinientas pesetas/ es la pera para que baje/ y entonces ya lo tienes a diez mil trescientas/ que si baja por debajo de diez mil/ hay que meterla, unnn/ al tres por ciento en la cartera/ porque es que
- CARLOS: FCC tiene un PER noventa y cinco, del diez/ coma uno
- JUAN: ¿A qué precio?

CARLOS: A diez mil trescientas ochenta

JUAN: Joder/ pero sí es caro/ ¡me cago en la leche!/ PER noventa y cinco/ diez veces <sí>/ pero es que ese precio no se puede mirar así <claro>/ si es que FCC el problema/ no se puede mirar así

CARLOS: Dragados, un diez con cuatro

JUAN: Ya/ eso es una equivocación/ o sea que

CARLOS: A dos mil cinco pelas

JUAN: O sea que están igual deee/ precio FCC que Dragados/ el problema es que no se puede mirar así, FCC/ el problema es que no/ porque es un *holding*/ entonces hay que valorar la parte de construcción/ con el PER de construcción/ y darle unnn precio, a a la torre Picasso/ y a cementos Portland <claro>/ y entonces eso/ por eso así/ FCC

CARLOS: Pero, entonces Dragados siempre, mee/ sale aquí, entonces es una empresa bastante cara

JUAN: No no no no/ porque mnn/ los *holding* cotizannn/ generalmente con peres¹⁷ más altos

CARLOS: Por eso te digo, joder/ y Dragados tiene/ Dragados es un *holding*

JUAN: No/ Dragados también habría que/ que valorarlo como *holding*/ ahora, como *holding*/ autopistas, por una parte/ eeeh/ negocio constructor, por otra parte/ yyy/ eeeh/ saneamientos y todo eso, por otra parte <ya>/ porque es que es así <ya ya>/ es que no son constructoras puras estilooo/ una cementera/ o unnn la FAS/ o algo así/ no es un estilo Cubiertas

CARLOS: Ya ya/ pues mira eeeh/ aquí nos ha dicho la analista queee/ ha salido un cuadrito en el *Expansión*/ de los valores estrella, en el mes de agosto/ <¿y?> que los tres primeros, que son los valores estrellas/ que son Amper Dragados y Asturianas los vendería/ <Amper Dragados y Asturiana> Ampeeer/ vamos que lo valoraaa/ como mucho, en mil cuatrocientas pelas <exacto>/ ¿eh?/ Dragados a niveles de mil ochocientos/ o algo así

JUAN: Dragados, yo creo que hay que venderlo, ¿eh?

CARLOS: Por eso/ [Dragados]

JUAN: [Hoy lo vamos a ver]

CARLOS: Dragados que los valora a niveles de mil ochocientos <sí>/ y Asturiana/ que bueno que/ que/ que éstaaa/ a lo mejor puede ser que/ es la que esté más/ más ajustada/ a precio que puede/ a lo mejor hasta las mil doscientas pelas

JUAN: Asturianas/ a mí el que me diga que, está ajustada de precio/ es un torero/ es un torero porque (HABLAN A LA VEZ, SÓLO SE ENTIENDEN PALABRAS SUELTAS)

CARLOS: Claro/ es que dice que a niveles de mil doscientas le valora, ¿eh?/ o sea, que son cien pelas por debajo

JUAN: ¿Sabes cómo valoraría yo Asturianas?/ con, contra el precio del Zinc/ fíjate

CARLOS: Claro/ pero si, es queee/ es lo que hay que valorar, que el dice que

JUAN: Nooo/ pero con correlaciones, fíjate/ más que/ más que/ como es su variable/ es la única variable <ajá>/mnnn /históricamente cuando el precio del Zinc ha estado a esos precios/ como ha valorado el mercado/ que ha pagado Asturianas/ que ha pagado el mercado, por por/ una empresa que produce Zinc

CARLOS: Noviecenas pelas

JUAN: Pa pa pa/ así

CARLOS: Noviecenas pelas/ sí o ¿no?

JUAN: No no no/ un poquito más/ a mí me salía

CARLOS: A mil cien, vamos/ me da igual/ dos mil/ mil y pocos

JUAN: Lo voy a mirar yo ahora (BOSTEZO)/ ¿por qué? a si sí, ¿no?

¹⁷ Castellanzación de la sigla PER: Price Earning Ratio.

CARLOS: Acuérdate, macho/ cuandooo/ cuando estuvimos vendiendo Asturianas a, mil cuatrocientos y pico pelas <ya ya> /y se fue a buscar a mil cien pelas

JUAN: ¿Sabes de lo qué más contento estoy este año?

CARLOS: ¿De qué?

JUAN: De lo de Aragonesas, macho (RUIDO DE LA CAMPANA DEL REUTER)

CARLOS: De que habéis vendido Aragonesas

JUAN: De comprar, setecientas y no setecientas sesenta/ es una mierda, ¿no? /pero unnnn/ bien visto ahí el tema de la vuelta del PVC, macho/ <ajá ajá> un monstruo

CARLOS: Ahí lo vimos bien

JUAN: Sí sí sí /no lo vimos no, qué coño/ (RISAS) lo viste/ lo viste, como un torero/ (TOS) muy bien, Carlos

CARLOS: Bueno vale, pues/ entonces <hablamos> que hay un huevo de cifras esta tarde/ y hay muchaaa

JUAN: ¿Qué hay un huevo de qué?

CARLOS: Cifras

JUAN: Hay/ ya ya ya (())

CARLOS: Claro/ diree/ directores de compra <ejé, y el *Leading Indi*>/ y el *Leading Indicator*, sobre gastos de construcción

JUAN: Esto no se va a mover/ hasta ese momento ¿eh?

CARLOS: Eeel/ parooo/ que repita

JUAN: Más cinco coma seis tres

CARLOS: Exacto

JUAN: Directores de compra hay mucha/ la/ el anterior fue cincuenta y medio/ ¿eh?/ se espera entre un cincuenta y uno, y medio y un cincuenta y tres <ajá>/*direct indicator*/ el último fue cero dos/ y se espera entre cero uno y cero tres <ajá>/o sea quee/ y gastos de construcción el último fue cero nueve <ajá>/y se espera entre cero cinco y uno

JUAN: Perfecto/ pues esta tarde habrá que estar atento, macho

CARLOS: ¿Vale?

JUAN: Venga hablamos, Carlos, gracias

CARLOS: Gracias a ti

JUAN: Hasta ahora

CARLOS: Adiós.

5. (C-5)

(SONIDO DE TELÉFONO)

PEPE: (())

PACO: ¡Hola, Pepe! /¿cómo estás?

PEPE: ¡Qué tal!

PACO: Muy bien/ ¿te cuento?

PEPE: Vale

PACO: Bueno has visto noticias ¿no?/ todo el tema de resultados/ <sí> Iberdrolaaa/ en principio están en línea/ <uju> /¿no?/ eel BAI¹⁸/ lo que le baja un cuatro por ciento, ha sido principalmente por los extraordinarios de Idruña/ ¿eh?/ pero la matriiiz/ eh/ crece un treinta y ocho por ciento, el BAI/ ¿no? <uju>/ eeh/ la reduce/ la deudaaa/ algo/ en principio pues bueno está en línea/ ¿eh?/ como se esperaba/ no son malos los resultados

¹⁸ BAI: Corresponde a Beneficios Antes de Impuestos.

¿eh?/ <ajá>/creo queee/ vamos están el líneaaa/ y que pueden seguir creciendo, un poco más ¿no?/ en el segundo semestre/ eeh/ los de Viscofánnos han parecido bastante malos <sí>/ por Naturín, otra vez/ sobre todo <uju>/ ¿eh?/ eeh/ los de Aguas de Barcelonaaa/ hombre hay una bajada del diez por cientooo/ por los extraordinarios, principalmente <uju>/ ¿eh?/ aunqueee/ los resultados de explotación siguen creciendo en torno a un treinta por ciento/ ¿eh?/ pues/ pues creemos que ha subido mucho, de todas maneras, Aguas ¿no?/ ¿eh?/ que a lo mejor sí podría bajar algo/ pasa que como está con el tema de que entra cada seis meses, y se sale del Íbex, macho/ pues ahí se mueve ¿no? <uju>/ entre las dos mil ochocientas y las tres mil cuatrocientas/ ahí/ yo creo/ o las tres mil quinientas ¿no?/ o sea que a estos niveles yo creo que reduciría un poco <uju>/ los de Mafre sí nos han parecido buenos/ ¿eh?/ lo que pasa que, sin Mafre Vidaaa/ bueno /eh/ les crece incluso un cuarenta y dos por ciento del beneficio neto <uju>/ ¿eh?/ o sea tres mil novecientos millones de pesetas/ eeh/ lo queee/ sí creemos que el segundo, semestreee/ se va a comportar mejor que el primero/ ¿eh?/ entonces/ eeh/ creemos que en Estados Unidos, sus filiales/ o en América, sus filiales / ¿eh?/ eeh van a seguir creciendo a ritmos importantes/ ¿eh?/ eeh/ el primer semestre del año pa/ sado ganó ochenta y ocho millones, las filiales/ ¿eh?/ entre positivos y negativos/ y en este primer semestre han ganado mil seiscientos sesenta y seis kilos/ ¿eh?/ se te pone todavía un PER de cinco coma cuatro veces/ ¿eh?/ entonces viendo los resultados que, ha sacado Mafre Vida/ que creemos que han sido un poco más pobres/ ahí haríamos un *switch* entre Mafre Vida, y compraríamos Mafres <uju>/ eh/ yyy/ poor/ loos/ deee/ máaaas/ pues poco/ está tarde hay un montón de figuras en Estados Unidos <uju>/ ¿eh?/ el paro que se mantenga el cinco coma siete, la tasa/ eeh/ el índice de directores de compra/ el último fue cincuenta y medio, las previsiones van entre un cincuenta y uno y medio y un cincuenta y tres// <sí> el *Leaving Indicatoor*/ el último fue cero dos/ se espera unnn/ pues bueno que repita aprox/ prácticamente porque, está entre el cero uno y cero tres/ ¿eh?/ y los gastos de construcción/ el último que/ el últimooo dato/ fue que crecieron un cero coma nueve por ciento/ y están las previsiones entre cero cinco, y uno por ciento

PEPE: Vamos a ver

PACO: Bueno/ vamos a ver/ en princiooo/ pues (()) parece que estooo/ el bono español viene bajando un pelín/ aunque los bonos de fueraaa están algo mejor/ el bono USA sí que tiró ayer/ para arriba/ fuerteee/ ¿eh?/ eeh bueno vamos a ver/ en principio/ en preapertura no viene nada mal/ lo las bolsas europeas <ajá>/¿eh?/ no vienen mal/ pero/ bueno vamos a ver cómooo/ cómooo/ cómo viene visto/ siendo viernes, pues poquita cosa habrá/ hasta que salgan los datos en Estados Unidos ¿no?

PEPE: Muy bien

PACO: Viscofán sí puede salir algo de papel/ yo creo, eeh

PEPE: Yo creo que también

PACO: A mi me plantaron una lechecilla

PEPE: Muy bien

PACO: ¡Vale!

PEPE: Muy bien/ vamos a ver

PACO: Muy bien/ ¿has hablado con Luis?

PEPE: ¿Con Luis?/ no/ lo tengo que llamar ahora

PACO: Ah/ vale/ de acuerdo

PEPE: Gracias.

6. (C-6)

ANA: ¿HSCC?

JESÚS: ¡Hola!, buenos días/ está Carlos o Tomás

ANA: ¿Y quién eres?

JESÚS: Soy Josechu//

CARLOS: ¿Josechu?

JESÚS: Sí

CARLOS: ¡Qué tal!, soy Carlos

JESÚS: ¿Cómo estás Carlos?/ ¡buenos días!

CARLOS: ¿Tú qué tal?

JESÚS: Pos aquí estamos, macho

CARLOS: De viernes

JESÚS: Sí (RISAS) ((esperando)) ya que se acabe esto/ ooh/ pues hoy vamos a ver/ pues con laaa/ pila de datos que hay esta tarde/ yo creo que se va a mover esto un poquito, ¿no?/ <ajá>hasta esta tarde <sí>/ ¿eh?/ y siendo viernes pues, no creo que ni/ porque con la pila de datos que hay yo no sé/ vamos a andar como locos, macho/ <eje> pero bueno en principioooo/ la tasa de paro que seee/ que repite/ en cinco con siete/ son las previsiones/ índice de directores de compra que tengo aquí/ que el último fue cincuenta y medio/ yy las previsiones, es que están un poco abiertas/ está vez/ ¿eh?/ yo tengo entre cincuenta y uno y medio y cincuenta y tres <ajá>/el *Leading Indicator* queeee/ el último fue cero dos/ está entre cero uno y cero tres/ o sea prácticamente que repita <uju>/ gastos de construcción, que son cero nueve que se quede entre cero cinco y cero/ y y el uno/ perdón/ o sea que prácticamente, pues está todo bastante ajustadillo ¿no?/ eh excepto los directores de compra quee/ se prevé que suban algo ¿eh?/ <el qué> el directores de compra <ajá>/¿eh?/ y bueno en principio loos, resultados/ los de Iberdrola <sí>/ ¿eh?/ por extraordinarios ¿no?/ principalmente de Idruña/ aunque la matriz le suba un treinta y ocho por cientos <ajá>/el BAI/ ¿eh?/ la reducción de deuda en principio está en línea/ ¿eh?/ eh creo que los resultados son positivos <sí>/ ¿eh?/ creemos que/ a nosotros nos gusta, desde luego <sí>/ ¿eh?/ yyy/ en Mafre/ ¿eh?/ eeeen/ sin Mafre Vidaaa/ ganan un cuarenta y dos por ciento/ que yo creo que está bastante bien/ ¿eh?/ <sí> el segundo semestre, creemos que va a seeer/ mejor que el primero/ ¿eh?/ eeen principioooo/ nosotros/ o sea/ eeeh/ revisando al alza el beneficio general deeel/ de este año/ hasta once mil kilos/ se te pone un PER de cinco coma cuatro veces/ incluido ya lo deee/ lo de Mafre Vida /¿eh?<ajá>/yyyy/ hombre/ lo que sí creemos es queeee/ el segundo semestre también van a seguir tirando bastante las filiales no/ en Sudamérica yyy/ Estados Unidos/ ¿eh?/ porque el año pasado entre unas y otras seee/ en el primer semestre sacaron un saldo positivo de ochenta y ocho kilos/ y este primer semestre de mil seiscientos sesenta y seis kilos/ <ajá>/¿eh?/ entonceees/ bueno/ viendo cómo han sacado los resultados los de Mafre Vida, que creemos que han sidooo/ pobres/ aunque las primas siguen en línea/ en cuanto a crecimiento pobres, de resultados ¿no?/ las primas en línea/ ¿eh?/ puede que en el segundo semestre también mejoren algo/ pero/ pero vamos no nos han gustado tanto como los de Mafre/ entonces haríamos un *switch*, a lo mejor <vale>/ ¿eh?/ yyy/ bueno/ en principoo/ los de Aguas <sí>/ ¿eh?/ eeeh/ también estáaan/ bajando ¿no?/ [un poco por el tema]

[un/ nueve por ciento/ aproxima-

damente de extraordinarios/ ¿eh?/]

CARLOS: Eh/ a mí me han dicho que caía un nueve por ciento

JESÚS: Sí/ un diez por eso/ un nueve por ciento/ eh/ principalmente ha sido por los extraordinarios, que tenían el año pasado Lanjarón/¿eh?/ <ajá>/los resultados de

explotación sí siguen cayen eh/ creciendo en torno a un veinte por ciento/ ¿eh?/ lo que pasa queeee/ que Aguas está con la movida esta de/ como cada seis meses sale del Íbex <ju>/ y vuelve a entrar a los/ pues se te va entre las dos mil ochocientas y las tres mil cuatrocientas/ yo creo que es que estáaa, carillo ya/ Aguas/ ¿eh?/ a ver si reduciría un poco <vale>/ ¿eh?/ y después, los de Viscofán <sí>/ creo que han sidooo/ puf/ bastante pobres/ otra vez con Naturín/ que le están dando un palo a la cuenta de resultados <ajá>/que te cagas/ han perdidooo/ beneficios antes de impuestos, seiscientos veinte kilos en Naturín/ principalmente por/ tipo de cambio/ y toda la estructuración de personal, que están haciendo/ y todavía le queda/ todavía parte de la reestructuración que tragarse/ ¿eh?/ yo creo que le va a costar un año más/ yo ahí en, Viscofán yo creo pueden venir papel ¿eh?/ y en principio pues poquillo más/ vamos a ver si, nos siguen saliendo algo más de construcción/ estamos esperando a los de Dragados/ Tabacalera yyy/ a ver sí salen los de FCC <ajá>/¿eh?/ y os podemos decir algo, macho/ <okee>/¿eh?

CARLOS: Perfecto

JESÚS: Un abrazo, Carlos

CARLOS: A ti

JESÚS: Hasta ahora.

7.¹⁹ (C-7)

(SONIDO TELÉFONO)

JESÚS: ¿Don Ricardo, buenos días?

RICARDO ¡Qué tal, Josechu!/ ¿cómo estás?

JESÚS: Muy bien/ y usted

RICARDO: Pues na/ aquí/ qué me cuentas

JESÚS: Pues vamos a ver/ pues un porrón deee

RICARDO: De resultados

JESÚS: De resultados/ eeeh/ te lo digo rapidito/ si quieres algo de detalle/ pues/ me preguntas ¿no?/ Iberdrolaaa/ el BAI les cae un cuatro por ciento/ principalmente por los extraordinarios de Idruña que tenían el año pasado/ aunque la matriz ya sube un treinta y ocho por ciento/ positivos ¿eh?/ la reducción de deuda, en línea/ bien ¿no?/ eeeh/ Nafreee/ creemos que son bastante buenos/ el beneficio neto ha sido

RICARDO: Vale/ típico/ vamos un poco por la venta

JESÚS: Sí/ pero sin Mafre Vida nos crecen un cuarenta y dos por ciento/ ¿eh?/ que creemos que en el segundo semestre van a ser/ mejores que en este primero/ ¿eh?/ espérate un segundo que ahora a ver/ (CONVERSA CON ALEJANDRO POR OTRA LÍNEA) dime Alejandro/ sí/ ¿puede haber un segundo corro/ vale pues si hay un segundo me llamas/ vale, gracias/ hasta ahora

RICARDO: ¿De qué hay segundos corros?

JESÚS: De Pascual

RICARDO: Joder/ ¿y eso cómo se mueve?

JESÚS: Esooo/ a ciento y pico pesetas/ cincuenta y dos por ciento

RICARDO: Y qué es lo que hacen/ ¿bajar un quince por ciento?

JESÚS: No no/ subir un veinte

RICARDO: Ah/ sí

JESÚS: Sí

¹⁹ Las últimas cuatro conversaciones tienen el mismo tema y uno de los interlocutores es el mismo.

RICARDO: ¡Joder!/ y eso ¿por qué?/ qué movida hay ahí

JESÚS: Pues/ queee/ estabaaa/ en suspensión/ está en suspensión de pagooos/ entonces/ pues está <(())> con la, sí/ con el rollo ese/ vamos, pero te sube un treinta/ como te baja un veinte/ vamos

RICARDO: Eso está claro/ eeeh/ con mil acciones, me imagino

JESÚS: No no/ se está haciendo volúmenes ¿eh?/ se están haciendo, en torno a cien mil/ pues/ sesentaa/ doscientaaas/ se está haciendo bastante volumen/ lo que pasa es que te vale ciento treinta pelas

RICARDO: Ya ya ya/ bueno, cuéntame

JESÚS: Eeeh/ Mafre/ eh/ eeeh sí es cierto que bueno con el Extraordinarios deee/ Mafre Vida/ son ciento cincuenta y siete por ciento de beneficio neto/ pero sin Mafre Vida un cuarenta y dos por ciento/ ¿eh?/ creemos que en un segundo semestre se van a compartir [comportar], también bastante bien los resultados/ ¿eh?/ eeeh ten en cuenta queen las filiales tuyas/ en Sudamérica y Estados Unidos/ eeeeeh/ el año pasado en el primer semestreee dieron un beneficio de ochenta y ocho millones/ y este año han dado un beneficio de mil seiscientos sesenta y seis kilos/ ¿eh?/ creemos que las filiales americanas/ además deee/ cambiar el dólar/ queee/ le beneficia mucho/ ¿eh?/ eeeh/ van a seguir dandoos/ unos resultados bastante buenos/ ¿eh?/ entonces viendo como han seguido los crecimientos de/ Mafre Vida/ que han sido bastante pobres/ ¿eh?/ ahí haríamos un *switch*/ ¿eh?/ venderíamos Mafre Vida, y compraríamos Mafre <ya>/ ¿eh?/ los de Viscofán muy malos otra vez <sí>/ ¿eh?/ sigue Naturín, dándole unos palos a la cuenta de resultados deee/ órdago <sí>/ ¿eh?/ las ventas les parecen muy pocoos/ reduce ventas en marcoos/ la reducción de personal le está pesando un huevo/ perdón, pero <no no> pero es así

RICARDO: Sí/ la de/ la de Naturín

JESÚS: Sí

RICARDO: Y para el año que viene tiene otra

JESÚS: Y para el año que viene tienen otro/ otrooo

RICARDO: Trescientos y pico, me ha parecido a mí

JESÚS: Sí sí

RICARDO: Quinientos y pico

JESÚS: Sí/ tiene un PER deee/ veintisiete coma seis veces / ¿eh?/ con novecientos millones de resultados/ de pesetas/ de positivos en el segundo semestre/ que tenemos estimados/ ¿eh?

RICARDO: ¿Cuánto?

JESÚS: Con novecientos millones, de beneficio en el segundo semestre/ ¿eh?/ queee/ de todas maneras/ creemos que es un vender <ya>/¿eh?/ un vender/ ¿eh?/ yy/ después los de Aguas/ de Barcelona/ tienen una bajada del diez por ciento, por extraordinarios de Aguas de Lanjarón <sí>/ ¿eh?/ y toda explotación les crece un treinta por ciento/ perdóname un segundo ((...))

8. (C-8)

ÁNGELES: A ver/ Famitac

BEA: Ee/ exactamente con noventa y uno/ ciento diecisiete/ seiscientos tres

ÁNGELES: ¡Carla Miralles!

BEA: Veinticinco/ nueve seis tres/ ocho diecisiete

ÁNGELES: ¿Y el otro que se llamaba igual?

BEA: Pedro Antonio Rodríguez Miralles / o lo que sea/ esta familia no tiene pasta/ ¿sabes?

ÁNGELES: Ya/ oye/ (()) (RISAS)

BEA: ¡Qué barbaridad/ qué barbaridad!/ pero eso/ so salen cuarenta mil/ con el Rodríguez/ o con el Martínez/ o con el Miralles/ por ahí/ porque son todos de la misma peña/ ¿eh?

ÁNGELES: Tenemos que (())

Bea: Yo creo que sí/ vamos/ a ver sí hay algún guapo (RISAS) en la familia

ÁNGELES: Bueno/ tampocoooo

BEA: Tampoco/ vamos a ser tan exigentes/ vamos es que, no es impres[cindible] (RISAS)/ con estos bolsillos/ no es imprescindible

ÁNGELES: No ((...)).

9. (C-9)

ANA: Está/ está

BEA: Dígale que se ponga

ANA: Póngase, Alfredo

CARLOS: ¿Qué pasa, Camile?

BEA: Este fin de semana vas a bailar mucho/ seguro/ ¿eh?

CARLOS: Seguro, mira

BEA: ¿A qué te vas?

CARLOS: Corriendo corriendo

BEA: A las fiestas de Molina

CARLOS: Corriendo corriendo/ me voy a las fiestas

BEA: Tengo un compañero que también va que <sí>/ va muchísimo, muchísimo/ no sé en qué peña está/ no sé qué me dijo/ Perotes/ Peroles/ Perote/ ¿qué, te suena?/ ¿te suena de algo?/ <sí sí> de las peñas/ [de alguna de allí]

CARLOS: [sí la verdad que] sí a ver a ver/ sí ahora ahoraaa/ ahoraa <ya caerás> ahora exacto/ (())/ porque hay muchas que tienen el (())

BEA: Se llama Pedro Pérez

CARLOS: Pedro Pérez

BEA: O sea que sí/ sí te lo encuentras por allí en alguna peña/ muy pedo muy pedo/ porque es de los que se pone muy pedo

CARLOS: Pero pero es de Molina, o de adónde

BEA: No/ perooo/ a Molina ha ido muchísimo, muchísimo/ y conoce a gente/ y mucho, ¿sabes? <sí>/ en Molina se mueve mucho

CARLOS: Anda, qué bien

BEA: Le gusta mucho/ yy ya

CARLOS: Tú no vas/ ¿tú no vas a ir?

BEA: Yo voy a mi/ pueblo <tu pueblo> yo voy allí, al lado de Trilla Molillejo/ pero no lo sé si me acercaré/ mi madre siempre me/ llama mucho la atención/ ¿eh?/ sabes, lo de Molina <sí>/ lo que pasa/ yo qué sé/ igual hacemos pereza ((...))

D.-GRABACIONES UNILATERALES (GRABADORA EN MANO)²⁰

1. CONVERSACIÓN TELEFÓNICA (D-1)

RAFA: No somos una panda de imbéciles/ si es que/ es que/ sabes lo que está pasando aquí/ están todos los clientes pequeños/ los que tenían dinero dinero en FIAMM/ soltando como locos/ sabes y eso es lo que está pasando/ entonces bueno/ yo a estoy niveles/ es que no/ o sea es que no/ o me voy a casa/ ooo/ paso/ es que paso de vender/ yo estoy comprando, tío/ estoy comprando/ o sea no tiene ningún sentido que nos caigamos un quince por ciento/ o sea/ no lo tiene/ es de locos joder/ es absolutamente de locos/ no no no/ lo que sea/ o sea/ aquí no se fijan en ningún fundamental/ no se fijan en qué compañía tiene más (()) que otra/ esto es (()) absurdo e indiscriminado/ es el pánico más tonto que he visto en mi vida/ se tiene que dar la vuelta/ se tiene que dar la vuelta en dos minutos o en dos semanas/ no es lógico que nos hayamos comido todos los beneficios/ (SONIDO TELÉFONO) oye/ espera un segundo/ por favor/ (()) sí/ Tomás está al teléfonoooo/ (DIRIGIÉNDOSE A LOS DE LA MESA) oye/ confirmación de una orden/ lla llama a Safei/ corre/ qué era/ co mira a ver qué han hecho en Algodonera/ que te den la ejecución/ apúntalo ahí/ (retoma el primer intercambio) esto es de gilipollas de verdad/ de gilipollas/ no tiene ningún sentido/ ¿eh?/ yo estoy comprando/ estoy comprando/ ¿eh?/ pus para un nacional con dos cojones/ yyy/ te digo/ los fondos (())/ están comprando/ están co están comprando cosas en Francia/ pero claro no puede/ no puede/ ¿Alemania?/ pegarse una hostia de un once y medio/ (()) si es que encima no funciona el PUTO reuter/ es que es que se ha caído/ joder/ es que se ha caído/ (a los de la mesa)/ dónde está/ te han dado eso/ dónde cojones están éstos/ es que me voy a cagar/ dónde está/ dónde está/ en el banco/ quién / pero quién es/ ya pero si es que no hemos podido (())/ dile que estoy intentando hablar con éstos/ es que de verdad es pa cagarse/ la PUTA mierda/ los *brokers* bloqueaaados <no lo cogen>/ me cago en la puta/ ni los teléfonos funcionan, tío/ ni los teléfonos/ o sea/ esto es de verdad/ de coña/ de coña/ ¿qué?/ no si yo también/ lo que pasa es que te/ pero/ te cabrean las ineficiencias/ estas tan absurdas/ eso eso es lo que te jode/ porque esto puede ser muy divertido/ pero por lo menos que sea eficiente/ yo me metí a comprar/ y con lo que cae ya (A LOS DE LA MESA) ¡oye!/ ¿qué hemos hecho en Algodoneras?/ ponte por la seis/ y coge coge la ejecución/ a ver Algodonera/ qué hemos hecho/ veintisiete mil treinta y cinco a qué cambio/ vale/ gracias/ hasta ahora/ (RETOMA EL INTERCAMBIO TELEFÓNICO) sí sí/ hincharte a comprar bolsa/ que que yo lo veo igual que tú (()) la caída/ de verdad/ una cosa es que caigamos un cinco/ que ahí yo pensaba que había que vender/ pero ya esto no/ o sea esto ya no es/ no no no/ o sea no/ ¿oye?/ que es absolutamente absurdo/ ¿sabes?/ sí/ venga/ vale/ hasta ahora.

2. A LOS DE LA MESA (D-2)

RAFA: Oye, ¿has hecho tú la boleta del rapaz?/ de Algodonera/ ¿la has hecho?/ pues trae/ está por ahí el rapaz en alguna parte

PETER: Ha hecho cincuenta kilos/ nos salían unas treinta y dos mil

RAFA: Veintisiete mil

²⁰ Diálogo entre compañeros de mesa y, en las conversaciones telefónicas, ausencia de la voz del receptor.

PETER: Será que no había más papel/ ¿sabes?

RAFA: Sí/ mira a ver cómo está Algodonera

PETER: Veintisiete mil son cuarenta y un millones

RAFA: A mil quinientos treinta hemos pillado veintisiete mil/ cojonudo/ cojonudo/ ¡oye!/ pásame a Antonio.

3. HABLA CON EL CLIENTE AL TELÉFONO (D-3)

RAFA: Veintisiete mil treinta y cinco has pillado/ has pillado a mil quinientos treinta/ todo lo posible/ con dos cojones/ Antoñito/ hasta ahora.

4. CONVERSACIÓN TELEFÓNICA (D-4)

RAFA: Sí, ¿está Fernando?/ por favor/ Fernando/ oye/ eeh mmm/ caída de trece y medio por ciento/ estamos comprando/ sí/ no tiene sentido esto/ o sea no tiene ningún sentido, macho/ ¿eh?/ Londres está comprando en Francia/ está comprando en Alemania/ y nosotros estamos estamos pasando (())/ Londres aquí de momento no mete un duro/ porque yo creo que no tiene tanta exposición/ y estaba tan (())/ ahora eehmm/ parece que aquí/ a este nivel/ a este nivel hay que comprar/ una cosa es una caída de un cinco por ciento/ es que ahora mismo nos han dejado en eel/ nivel de comienzo de año/ esto no puede seguir así/ a cinco mil cuatrocientos cincuenta y seis de Íbex/ es ridículo/ yo aquí sinceramente me parece que es absolutamente ridículo/ eeh/ vender/ es más <Alfonso/ Rafa> sí (contestando a su compañera) le he dicho que no venda una mierda/ vamos/ ¿eh?/ hombre claro/ es que una cosa es una caída de un cinco/ y otra cosa es una caída de un quince <Rafa es Alfonso eh> ¡vale! (contestando a su compañera)/ venga/ hasta ahora.

5. CONVERSACIÓN TELEFÓNICA RAFA-ALFONSO (D-5)

RAFA: Sí/ dime/ yo creo que del quince no la pueden bajar/ no no/ porque además/ joder/ si ayer pararon Nueva York, macho/ no vamos a parar aquí/ y aparte estamos cayendo/ estamos cayendo bastanteeee/ alocadamente/ ¿sabes?/ espera espera que voy a ver/ estoy abriéndome una hoja/ porque es que encima/ no veas tú el *reuter* cómo va hoy/ mira/ la caída del Íbex ya es del doce veintidós/ o sea ha recuperado un tres/ ¿sabes?/ se va a cinco quinientos/ y esto está recuperando/ si es que no tiene mm/ ni pie ni cabeza/ yo creo que a estos niveles de/ con caídas del quince/ yo creo que es como para ir comprando/ que se recuperará/ sobre los mínimos tiene que recuperar/ Alemania está/ ha recuperado un dos y medio por ciento también desde el mínimo/ ¿eh?/ es de recuperar/ yo nnn no no puedo entender/ es que date cuenta que ayer/ fue un cuatro/ el día anterior ¿cuánto?/ vamos a ver/ seis mil seiscientos cuatro/ seis desde el día ven/ desde el viernes pasado/ estamos hablando del seis/ no te digo ya desde los autos/ desde el viernes pasado/ seis seis cincuenta y siete/ a seis cinco cuatro cin/ a mira a ver como seis cinco/ cinco cinco cuatro cinco/ o sea un dieciséis por ciento en/ dos días/ que le den por culo/ Alfonso que le den por culo ¿eh?/ es que no tiene nninguna lógica/ luego ahora mismo/ el el único que le hubiera echado cojones ha metido/ cincuenta kilos en un corro de valores a la apertura y les dan un cuatro por ciento/¿eh?/ Algodoneras de San Antonio, macho/ a mil quinientos treinta/ el otro no/ el

otro es Novas Plus/ no me jodas macho/ no me jodas/ mil quinientos treinta/ y estaba a mil seiscientos veinte el papel/ un cuatro y medio por ciento/ venga hombre ¡por favor!/ Argentaria que además no tiene exposición en Sudamérica/ pero de qué vamos/ ¿qué tiene Arge Argentaria?/ ni media/ y cae un trece cuarenta y dos/ yo compraría/ qué pasa/ qué ha dicho que niii/ pa dios/ homb es que hay recuperaciones del cuatro por ciento en la mitad de los valores/ Endesa que está cayendo un quince/ cae un diez/ venga, hasta ahora.

6. A LOS COMPAÑEROS DE MESA (D-6)

RAFA: Hala/ ya estamos/ ya estamos recuperando un cuatro por ciento/ oye/ a quién le has pasado la orden de HSCC

BEA: A Mike

CARLOS: ¿Venden o compran?

RAFA: Compran/ ¿cuánto?// ¿a Mike se la has pasado?

BEA: A Tom

RAFA: A Tom

BEA: Que se pongan de acuerdo.

(EL HABLANTE A SE COMUNICA CON LONDRES, CONVERSACIÓN EN INGLÉS)

7. A LOS DE LA MESA (D-7)

BEA: IBM entra ahora

RAFA: Claro/ si es que ahora hay que comprar/ COJONES// el futuro está cincuenta puntos por debajo del contado/ macho/ MANDA HUEVOS

BEA: Pero ayer ya cerró/ cuarenta y seis puntos por debajo

BEA: Ahí, Rafa/ metiendo caña

RAFA: Hombre, claro/ ¡joder!/ si han estado a veintisiete y yo tengo la orden limitada a treinta/ y ahora están a cincuenta y uno/ como van decir no hay un (())/ ¡me cago en su puta madre!

CARLOS: Pon la pa/ la página de mayores subidas/ tío

RAFA: Cero/ están (()) (RISAS)

DANIEL: Bueno/ yo he vendido KPN/ a lo largo del día

RAFA: Bien ,chaval/ bien tirado/ así me gusta, la gente espabilada

DANIEL: Que también pago un diez por ciento por encima de lo que estaba (RISAS)

RAFA: Bueno/ un/ una diferencia de cincuenta puntos entre/ el futuro y el contado/ explícame eso, Carlitos

CARLOS: Na/ pues es el típico movimientooo/ especulativo/ en el que no se tiene muy claro si sube o baja ((...))

(CONVERSACIÓN DE RAFA CON UN *BROKER* EN INGLÉS)

8. (D-8)

RAFA: Cien punto de diferencia futuro contado/ es impresionante// oye/ vamos a ver/ de HSCC/ han tocado/ me parece que un cinco (()) no ha vuelto a tocar más/ y no/ y no estábamos enn/ y no estábamos eeh/ los primeros/ no no (()) sigue cayendo un doce treinta y dos/ está a uno tres cincuenta y tres (())/ no yo sí lo (()) he estado mirándome toda la negociación/ y hemos pasado la orden a las ocho cuarenta y una hora de Londres/ y a partir de ahí ha hecho dos toques/ dos toques hace un mínimo de títulos / (()) a cincuenta/ okey/ voy p`alla/ venga/ hasta ahora
(A los de la mesa)

RAFA: Las voy a comprar a cincuenta/ macho// coño/ si es que acaban de vender el banco Urquijo en un pastón <ya ya>/ bueno/ habéis visto los bonos cómo están/ hemos recuperado un cinco por ciento desde la apertura/ no tiene sentido esto((...))

(BREVE INTERCAMBIO EN INGLÉS)

9. A LOS DE LA MESA (D-9)

RAFA: Oye/ dile a éste que están hechas a cincuenta/ (al teléfono) dime/ hechas a cincuenta/ treinta mil ochocientas/ uno treinta ocho cuarenta/ efectivamente/ treinta mil ochocientas cuarenta/ a mil trescientos cincuenta/ está cincuenta cincuenta y uno/ es el cambio medio del día/ además/ correcto/ sí/ trece punto cincuenta/ vamos (()) en ellos/ ¿eh?/ tee mm/ ya en en neto habrá que calcularlo/ pero vaya/ ahí están/ están haciendo ya cincuenta y uno/ están uno tres cinco uno a uno tres ocho cinco/ okey/ vamos a esperar a ver si se está/ (()) los mercados, macho/ yo creo que, poco a poco está recuperando/ ¡vale!/ venga/ hasta ahora.

RAFA: Ochenta y cinco/ TOMA ya/ dos cincuenta y nueve/ están haciendo el ochenta y cinco/ (A UN COMPAÑERO DE MESA) pásame al rapaz/ están haciendo el ochenta y cinco/ con dos cojones, macho/ (RISAS) así me gusta tío/ con dos cojones/ con dos cojones/ muy bien/ venga/ hasta ahora.

(INTERCAMBIO EN ITALIANO)

10. A LOS COMPAÑEROS DE LA MESA (D-10)

Bueno/ voy a llamar al Antoñito/ a ver si está más animao/ ¿eh?/ (())// de todas maneras estos bandazos, macho/ no los puedo entender ¿eh?

11. CONVERSACIÓN TELEFÓNICA (D-11)

RAFA: ¡Hola!/ está Antonio/ ¿qué tal?, ¿cómo estás?/ viendo los bandazos ¿no?/ pues, hombre/ me lo creo en tanto en cuanto el Bund siga animado/ y el el treinta años también

parece queeee/ que estaba cayendo un poquitín ¿no?/ y Walt Street parece que va a empezar también arriba/ bueno pero los de (()) salieron ayer ¿eh?/ yy/ ya ves como empezó/ veinte puntos arriba pero luego se pegó un, batacazo importante/ hombre/ no está mal/ no está mal /sí/ ¿de qué?/ pues las que pusimos a ochenta y dos/ no sé cuántas me han dado/ espera a ver, un segundo/ espera a ver/ espera que lo pregunto/ quédate en línea ¿eh?/ (A COMPAÑEROS DE LA MESA) está tirando ¿eh?/ (INTERCAMBIO TELEFÓNICO) ¡hola!/ oye/ ¿cuántos Sarrió he tomado?// bueno oye, llamarme cuando lo tengáis/ venga/(RETOMA INTERCAMBIO) oye/ ahora te digo que no/ que no/ lo tienen muy claro/ creo que quinientos también, pero vaya/ vale/ venga/ hasta ahora.

12. INTERCAMBIOS CON LOS COMPAÑEROS DE LA MESA Y POR TELÉFONO (D-12)

RAFA: Empiezan a salir rumores ya sobre dinero negro/ y Convergencia y Unió, macho <sí>/ acabo de verlo por/ (()) /a ver si los chicos de deuda, nos saben decir algo// (POR TELÉFONO) ¿hola?/ ¡hola!, me pones con José/ vaya/ ¿no hay nadie en deuda?/ vaya/ le dices que me llame/ venga.

(POR TELÉFONO) sí/ qué hay, dime/ sí/ pero vamos a ver/ a ochenta y dos, cuántas he tomado/ ¡ah!, quinientas/ eso era lo que quería saber/ vale/ o sea que quinientas tengo a ochenta y dos ¿no?/ sí sí sí/ no pero es que eran órdenes a aparte, ¿eh?/ o sea quinientas/ a cinco ocho dos/ y sigo con el resto de Viesgo/ venga/ vale/ hasta ahora.

RAFA: Mira/ sube París/ Frankfurt, va a terminar subiendo/ Londress/ no/ Londres todavía bajaba un punto/ (CAMPANA DEL REUTER) nada, vaya/ mucha (()) que ayer/ para lo que lleva/ dice el tío y sube más/ Francia sube, pero bastante menos que esta mañana/ coño se animan las ADR/ ya era hora//y Acerinox paradójicamente, macho/ hundida// mira/ el comentario sobre el Bundes es curioso/ el Bundes firme en técnica/ en reacción/ o sea pero no/ en recuperación técnica, pero débil/ pero frágil, perdón/ o sea que en cualquier momento nos vamos a (())/ ¿la deuda?

(POR TELÉFONO) ¡hola!/ no, soy Rafa/ ¿quién eres?/ muy bien Augusto/ oye, eeh/ en Cofir ¿cuánto llevamos?// nueve mil doscientas/ bien/ oye, eso no se mueve desde hace un buen rato ¿verdad?/ bien, pues/ llévate dos mil a treinta, ¿eh?/ sí, tómalas// sí total/ sí/ ¿hay mucho papel?// ya/ bueno, pero tampoco está esto para muchas alegrías/ se puede dar la vuelta en cualquier ¿no?/ el Bund que se ha animado un poquito/ y la deuda otro poquito/ y ya está/ ¿no?/ sí/ sí sí/ ya veo/ ¿qué ha hecho retirar papel o poner más?/ han retirado papel/ eh, no hay nada/ ya por eso/ a veintiséis parece que sí ponen algo/ no está claro/ no/ si es que no llega na/ nada de volumen/ ¿qué volumen llevamos ahora?/ en total/ poco/ na/ sí/ trece mil kilos// ridículo/ a mí/ fíjate, esto puede tardar en ponerse/ boca abajo diez minutos/ no pero en/ no ha habido ningunaaa/ noticiaaa/ hoy buena tampoco (()) (RUIDO DE LA CAMPANA DEL REUTER) / sí bueno/ pero eso eso no está pen/ ya pero eso no/ eso no hace tirar el mercado ¿eh?/ en el valor/ claro, sí pero/ sí hay que// ya/ sí sí/ (())/ muy bien/ bueno/ gracias/ vale/ perfecto/ hasta ahora.

13. INTERCAMBIO TELEFÓNICO (D-13)

RAFA: Ouse/ ¿qué pasa, tío?/ oye/ ¿qué pasa ahora?/ ¿cómo está?/ dólar marco/ y no puede (CAMPANA REUTER)/ no puede/// que sigue habiendo mucho miedo ¿no?/ oye te has metido tú a/ a hacer algo en el mercado ¿o no?/ y que/ suel/ sueltas inmediatamente ¿no?/ que sueltas inmediatamente/ muy bien/ bueno/ si hubieraaa/ unnn/ una reacción gorda/ si ves

que toman fuerte o algooo/ dame un toque/ la bolsa está, estable/ el volumen bajo pero, estable/ ¿eh?/ ha bajado un poquito ¿no?/ el Repo/ y para mañana, qué esperaréis de los FEBES/ un cuartillo ¿no?/ sí/ bien bien// dólar marco/ pues nada/ esperaremos a más/ venga/ hasta luego.

14. A LOS DE LA MESA (D-14)

RAFA: Pero tienen todos un miedo, macho/ en cuanto repunta un poco la deuda/ baaa/ se atizan/ y aquí/ no entiendo cómo no le están pegándole, ya a la bolsa, macho.

15. INTERCAMBIO TELEFÓNICO (D-15)

RAFA: Síii/ Rafa/ sí dime, Andrews/ ¿papel en Dragados a estos niveles?/ ajá/ (())/ nosotros estamos igual, macho/ no tenemos nada/ ni papel ni dinero/ estamos mirando desde la barrera/ y me temo que/ que esto va a tardar enn/ en animarse hasta que no salga una tendencia clara, ¿eh?/ es que no sé, joder/ es muy peligroso/ eso no/ lo los compra todavía una sociedad cerrada/ muy bien, gracias/ hasta luego.

16. A LOS DE LA MESA (D-16)

RAFA: Bueno bueno bueno/ esto/ me gustará ver, qué pasa en cuanto abra Nueva York
 ALVARO: Lo que pasa que en Nueva York ha salido una cosa/ que es la movida del paro/ que nada/ que claro que el paro sea peor/ cojonudo/ porque ya/ (()) no podemos subir/ no podemos subir tipos, ¿no?/ porque entonces
 RAFA: Mira esto macho/ que cada vez que sube el número de parados, la gente de Walt Street se frota las manos (RISAS)/ y los pasaban a cuchillo
 ALVARO: Es verdad, macho/ como cuando yo quedo con mi cuñado/ cuando estoy comiendo con mi cuñado/ y le digo/ ¿qué tal ha salido lo del convenio, y tal?/ y fatal/ fatal/ <cojonudo y tal>/ de puta madre/ como suba/ como suba un cinco por ciento más, macho/ es la leche/ se hunde Telefónica/ la cotización.
 CARLOS: Porque el/ en este/ en este buen caso/ claro o sea/ el que el que
 ALVARO: El que se siente mal soy yo ¿no?/ porque/ no porque vaya perjudicial a un familiar mío/ y tal/ sino porque/ aunque sólo sea por el hecho, de que es un trabajador que le suban/ el neto de él/ pero bueno
 CARLOS: Joaquín/ Telefónica ha conseguido negociar los de/ el fax de/ diario de (())/ es anti coment Telefónica ((ar chiquin de worker))/ no sé qué/ mi cuñado ahí, macho/ jodido
 RAFA: Es de coña
 CARLOS: Es una disparidad ya mental/ baja un poco ya
 RAFA: Claro es que mira/ en cuanto baja el Bund/ el Bund estaba a/ noventa y cuatro cincuenta/ está a cincuenta y cinco/ pues ya está liada/ y fíjate (()) mucho trabajo/ el futuro hecho mixtos/ si aquí duran las alegrías un cuarto de hora, macho/ míralo/ ¡hala, en picada!/ el Íbex
 CARLOS: Pueees/ no sé quién me contó, que ayer/ compró Acerinoxes/ y hasta ahora, macho tiene un descubierto de diez kilos
 ALVARO: El dinero/ y se le perdió (RISAS DE TODOS)

RAFA: Ah/ Iberdueros ha vendido

CARLOS: Para comprar Sarriós/ dice

RAFA: Está muy bien/ ha hecho un *switch* estratégico (RISAS) (IRONÍA)

CARLOS: Me recuerda a un/ tío que trabajó conmigo, que estaba loco/ el hombre/ ¿no?/ tenía una especie de esquizofrenia/ y escribíaaa/ escribía cosas/ claro nos, nos enteramos por/ un compañero que/ estaba en una mesa/ en su departamento ¿no?/ entonces le veía/ era un tío con muchos problemas/ de de relación, con la gente/ y tal/ no de relación personal/ porque estaba casado, y tal/ pero sí a nivel de de trabajo/ estaba bastante frustrado/ entonces le veía que estaba todo el día/ era un tío que/ aparentemente no tenía nada, nada de trabajo <ajá>no tenías movidas de/ de estaba todo el día escribiendo/ entonces éste descubrió que al final del día/ después de estar escribiendo un rato/ cogía la hoja, la doblaba/ hacía dos trocitos (()) que era un cabrón/ un día se quedó/ para después buscar en la papelería/ yyy/ empezó a hurgar/ empezó a sacar papeles/ y aaa <a recomponer> al principio (EL RUIDO DE FONDO –MÁQUINAS Y VOCES– HACE IMPOSIBLE ENTENDER EL RESTO DEL INTERCAMBIO).

17. A UN COMPAÑERO DE LA MESA (D-17)

RAFA: No han (())/ Vallehermoso de ayer/ sabes qué teníamos / ¿sabes? <ya ya>

JAIME (AL TELÉFONO): ¡Hola!/ oye las Vallehermoso de ayer que teníamos en venta/ acaban de ponérmelas otra vez / a uno siete diez/ ya sabes/ venga/ hala/ hasta ahora.

18. INTERCAMBIO TELEFÓNICO (D-18)

RAFA: HSCC/ ¡dime!/ bueno pues parece/ se está tranquilizando un poquitín esto/ sí ya/ ya salió (())/ pues coméntaselo, tenemos eeh/ (()) de Asturianaaa/ y algún dinero de (())/ (()) han puesto/ ¿eh?/ tenemos una ventaaa/ y una compra/ la compra, diría yo, que está cada vez más complicado ¿eh?/ bueno ya se lo he dicho antes/ pero vamos/ eh se nos han puesto por delante con, dineral/ vamos un dineral, hay tres mil y pico de caraaa/ a una (())/ ¿qué?/ no no no/ absolutamente ninguna/ tenemos diez mil cuatrocientas a setenta y seis/ yyy/ de momento se nos han puesto bastante por delante/ (())/ ¿vale?/ buenooo/ hoy no, macho/ está, está en descubierto

19. (D-19)

RAFA: Mira/ efectivamente/ ayer en Nueva York lo que pasó/ eh fue lo siguiente/ el mercado se tranquilizó mucho/ el bono de treinta años bajó de un quince/ ayer se había llegado a poner de un siete coma cuarenta hasta siete coma treinta/ eh y el mercado bursátil que el día anterior/ el de Wall Street que los tipos estaban ya más tranquilos y se acabó un poquito el pánico de inversor pequeño que había y entró una avalancha de compras importante.

20. (D-20)

RAFA: ¿Dónde está?/ ¿te han dado eso? <no lo cogen>// ¿dónde cojones están éstos?/ es que me voy a cagar en/ ¿dónde están? ¿dónde están? <cuatro> ¿quién?/ ¿pero quién es? <Antonio Pérez> ya pero si es que no hemos podido conseguir/ dile que estoy intentando hablar con éstos <lo estoy intentando otra vez>// es que de verdad es pa cagarse/ la puta de oros, eh ((...))

E.- Simulación ²¹

INTERLOCUTORES:

RAFA: *Sale* (ventas) que, en este caso, lleva toda la operación

ANSELMO: Cliente de Rafa

RAMÓN: Corredor miembro del mercado a través del cual opera Rafa

La grabación se inicia con el registro de un *morning meeting*, que no es más que la conferencia telefónica en la que uno (en este caso Wen) o más agentes de la oficina de Londres emite, simultáneamente a todas las mesas europeas y por vía telefónica, el resumen del análisis financiero del día.

WEN: ¡Buenos días a todo el mundo!/ a ver/ a ver/ pueden dejar los cafés/ vamos a ver/ esta mañana tenemos varias cosas de que tratar/ primero hablará Wen, sobreeee/ los datos del Banco de España/ eh/ tenemos subasta a diez días en España/ se va a publicar también el IPC, en Francia/ y luego/ eeeeh/ Carlos nos va a hablar de los resultados de las compañías del sector eléctrico/ que estamos esperando/ eh, a lo largo de la semana/ también hay unos cuantos bancos que esta/ que estamos a la espera de publicar resultados/ y que hemos estado visitando/ de modo queee/ Alberto os comentará los eh/ los resultados que estamos esperando, para el sector/ hasta luego

ALBERTO: Buenos días/ eeeh/ Banco de España va a hacer la resolución de la subasta decenal/ esta mañana/ y esperamos que después del buen dato de inflación, que tuvimos el mes pasado/ con una bajada de la inflación, subyacente al dos coma uno por ciento/ el Banco de España considere, suficiente la bajada como para poder hacer una/ una relajación de la política monetaria/ de modo que nosotros, esperamos una bajada de un cuarto de punto en los tipos de interés/ el mercado ciertamente está, en cierto modo descontando ya esta bajada/ aunque todavía queda alguna reticencia, por si acaso/ la/ el señor Rojo/ fuera más prudente, de lo queee/ estamos estimando/ en cualquier caso podríamos/ podríamos asegurar que la bajada de un cuarto de punto, está a la vuelta de la esquina/ y ahora os dejo connn, Carlos que os va a comentar la/ el resultado de la reunión que tuvimos ayer, con el Director Financiero de Endesa/ Carlos, cuando quieras

²¹ Simulación hecha por uno de los corredores colaboradores de forma oral, con el fin de ilustrar como se desarrolla su labor en un día de sesión, desde la preapertura hasta el cierre del mercado.

CARLOS: Buenos días/ eeeh/ como sabéis eh estamos esperando/ que se, publiquen los resultados deee/ de Endesa del primer trimestre de este año/ yyy/ ayer estuvimos viendo al Director Financiero de la compañía/ que nos explicó una serie de cosas bastante interesantes/ en, primer lugar/ nos comentó/ queeeee/ van hacer un cambio, absolutamente radical en cuanto a la política de remuneración, al accionista de la empresa/ es decir/ ¿eh?/ van a comenzar a incrementar los dividendos/ de modo que la inversión/ en la compañía se vea/ se vea recompensada no sólo por incremento del beneficio por acción/ sino también por una política de de de/ de dividendos crecientees/ ¿eh?/ para en de esta manera ponerse un poco más en línea con el sector/ es como sabéis, Endesaaa tiene un *pay out* bastante bajo, comparado con el resto/ Iberdrola está en un *pay out* de un cuarenta y cinco por ciento/ Unión Fenosa está en un *pay out* de un cuarenta y ocho por ciento/ y Fenosa hasta el momento, sólo tenía un *pay out* de un quince por ciento/ lo que nos han asegurado, es que de aquí a dos años/ van a ir incrementando ese *pay out*, hasta ponerse en línea con el resto de compañías del sector/ y por otra parteee/ ese crecimiento del *pay out*, irá absolutamente en línea, con el crecimiento de los beneficios de la compañía/ por otra parte nos han comentado también/ que se pretende unificar /eh todos los activos productivos/ no sólo de laaa empresa matriz/ sino de las, participadas/ en una compañía aparte/ de modo que se pueda diferencias perfectamente/ entre producción y distribución/ en cuanto a inversiones/ la compañía nos asegura/ que es eeeh/ es su interés/ eh incrementaar/ su participación en el negocio gasístico/ deee/ fundamental/ eeeh/ influencia, y aah/ de fuuu/ de gran crecimiento, en los próximos años/ no sólo en España/ sino también con inversiones mixtas/ principalmente en los eh/ grandes países sudamericanos/ en cuanto a los resultados estamos in/ estamos esperando un incremento, del beneficio neto/ eh de alrededor del cuarenta y tres por ciento/ debido básicamente a que todas las inversiones/ eeeh/ que tenían, que que/ que se tenían que hacer/ de cara a esta expansión internacional/ ya fueron hechas el año pasado/ con lo cual no hay más, inversión extraordinaria que realizar/ y se empiezan a recoger ya los frutos de las, participaciones extranjeraas/ eeeh/ el mercado según tenemos entendido/ el el/ el consenso de mercado para los resultados, que se esperan para este tercer trimestre/ son buenos, pero no tan buenos como ha dejado traslucir el propio director financiero/ nosotros estamos revisando al alza nuestras estimaciones/ y hemos pasado de un treinta y siete por ciento/ que teníamos estimado/ a un cuarenta y dos por ciento.

(SONIDO TELEFÓNICO)

RAFA: HSCC, dígame

GALLEGO: ¡Eh rapaz!/ ¿qué pasa?/ ¿cómo va esta mañana?

RAFA: Antonio, tío, macho que estamos en mitad del *morning meeting*/ te llamo ahora mismo

GALLEGO: Bueno/ pero llámame, eh/ llámame

(ESTE PEQUEÑO DIÁLOGO SE REALIZA PARALELO A LA INTERVENCIÓN DEL ANALISTA EN EL *MORNING MEETING*).

RAFA: Sí/ holaa/ sí/ está Alfonso/ por favor

MUJER: Sí/ de quién

RAFA: Sí/ de Rafael/ estupendo/ gracias

ALFONSO: ¡Hola Rafa!/ ¿qué pasa?

RAFA: Hola/ Alfonso/ tío/ qué tal /cómo estás, esta mañana

ALFONSO: Bien

RAFA: Sí/ oye qué tal el fin de semana/ bien ¿no?/ estupendo

ALFONSO: Bien

RAFA: Estupendo/ oye tío/ pues/ viene hoy el tema caliente eh/ o sea/ hay mogollón de historias/ te cuento un poquito por encima/ vale

ALFONSO: Vale vale/ venga/ a ver/ ¿qué hay?

RAFA: Pues mira/ en los periódicos francamente, no viene absolutamente nada/ bueno sabes que hoy tenemos subasta deee Banco de España/ yyy/ vamos tenemos bastante claro, que un cuarto de punto/ como mínimo/ van a cortar/ ¿eh?/ porque ya viste el el dato de inflación de ayer fue la coña/ y, desde luego/ vamos si no cortan ahora un cuarto de puntoooo/ en la próxima subasta, fijo tienen que meter medio/ así que el ambiente ya por ahí va muy bien/ el bono está tirando/ y el ambientillo, pues es bastante/ bastante bueno ¿no?/y además ya viste que Nueva York terminó subiendo un poquito, con lo cual/ los pocos miedos que pudiera haber/ pues se han quitado, ¿no?/ yy/ bueno pues/ aparte de eso/ lo que hemos estado comentando, así que merezca la pena/ es eh/ una visita que hemos hecho aaa/ Endesa eh /sabes que los resultados del primer trimestre están al, puuunto de caer/ y nuestros chicos que son muy hábiles/ se han ido a hablar con el Director Financiero/ y nos han contado, algo fundamental/ van a subir la política de di/ o sea, van a aumentar el el *pay out*, de dividendo/ unn/ pero a lo bestia/ o sea, lo que no han hecho nunca/ acuérdate que, Endesa jamás/ jamás ha pagado/ mm/ un dividendo que merezca la pena/ estaban en un *deal* de un dos/ bueno pues, esta gente pretende subir el dividendo/ al mismo nivel, que cualquier otra eléctrica/ decir/ no sólo/ van a, seguir/ teniendo su incremento de beneficio por acción/ pues eh/ en su línea/ ¿eh?/ ya sabes que suelen pasarse del veinte por ciento, claramente/ sino que además/ para fidelizar un poquito antes de la colocación/ van a subir el dividendo, una burrada/ o sea/ el dividendo lo van a subir, un cincuenta coma cuarenta y tres

ALFONSO: ¡Pero qué me dices!/ ¡no me jodas!/ pero eso/ ¿lo tenéis claro?

RAFA: Absolutamente claro, tío/ o sea, confirmado por el Director Financiero eh/ sea/ y esto no te extrañes, que además/ como ya no tienen los gastos extraordinarios del año pasado/ mm la cuenta de resultados, según me comentan estos chicos, va a ser de coña/ eeh/ ¿te acuerdas que te envíe el informe, que teníamos estimado un incremento del treinta y dos por ciento?

ALFONSO: Sí/ sí

RAFA: Pues, de treinta y dos por ciento nada, tío/ se van hasta el cuarenta y tres

ALFONSO: ¡Joder!/ entonces habrá que comprar, ¿no?

RAFA:(()) te lo estoy diciendo, tío/ o sea más claro imposible/ o sea, hay que pillar a manos llenas/ y además, no tardando mucho porque/ ya te digo/ que el mercado, hoy va a estar cachondo, ¿eh?

ALFONSO: Bueno/ oye /pues tengo que ver, qué liquidez me queda/ porque, joder en el sector estoy un tanto cargao

RAFA: Pues chico, lo tienes facilísimo/ o sea/ eeh/ lo que tenemos que hacer, es es después del tirón que ha pegado Iberdrola/ las soltamos aquí arriba/ y nos empezamos a cargar de Endesa/ antes que esto se corra

ALFONSO: Vale tío/ pues eeh/ puf/ yo que sé/ qué hago/ me metoo/ me/ ¿tú qué harías?/ ¿comprarías diez mil, por lo menos?

RAFA: Mira, diez mil me parece una mariconada/ o sea luego te vas a tirar de los pelos/ yo que tú empezaría a pillar, antes de que esto tire/ cómprate/ mínimo mínimo mínimo mínimo/ treinta mil/ y luego ya veremos, ¿sabes?/ si si sigue tirando/ y vemos que esto

tiene una reacción fuerte, joder/ podemos incluso descargar/ pero por lo menos, treinta mil tienes que pillar

ALFONSO: Vale

RAFA: Oye/ pues hablamos de esto cuando, abra el mercado/ y te digo precios

ALFONSO: Venga

RAFA: Hala/ hasta luego.

(NUEVO INTERCAMBIO)

RAFA: Sí/ ¿está Alfonso?, por favor

MUJER: Sí/ ¿de parte?

RAFA: Sí/ de Rafael / gracias

ALFONSO: ¡Dime Rafa!

RAFA: Oye tío/¿estás viendo la pantalla?

ALFONSO: Sí sí, estoy viendo

RAFA: Bueno/ estás viendo/ la pasta que están poniendo por allá abajo, ¿no?

ALFONSO: Sí sí sí sí

RAFA: Están poniendo pero un dineral, tío/ o sea esto se está empezando a correr/ no podemos perder ni un minuto ¿eh?/ sea yo/ no sé/ o sea depende de la liquidez que tengas/ pero yo desde luego/ de entrada a la apertura me llevaría la mitad, y luego ya veremos qué pasa/ tenemos que ir/ tenemos que ir un poquito agresivos, macho porque se lo llevan ¿eh?/ se lo están/ vamos, se lo van a llevar a puñados/ ya viste lo que hicieron ayer con Telefónica, y esto va a ser lo mismo// descarado// ¿qué te parece?

ALFONSO: Hombre, sí/ pero, ¿tú estás seguro, que esos resultados son así como me cuentas?

RAFA: Tío, que te lo estoy diciendo macho, que el Derek es/ unnn/ una bomba, joder/ que este tío no se le escapa/ que está clarísimo, además que no tienes más que ver la presión que están metiendo/ si hay trescientos mil de cara ya macho/ o sea hay que meterse/ hay que meterse

ALFONSO: Mira, tío/ que me estás liando, que me estás poniendo cachondo/ y luego podemos tener un follón/ que esta tarde, sale el dato americano

RAFA: Pero joder, qué dato americano/ ni qué dato americano, tío/ pero tú sabes las previsiones que tenemos nosotros para el IPI/ joder, pero si son de un cero dos/ si es que encima, Nueva York va a pegar un petardazo, esta tarde, coño/ o sea/ no me seas mariquita, joder/ pillá, que si no luego te vas a arrepentir

ALFONSO: Bueno venga, está bien/ cómprame treinta mil, como puedas

RAFA: Venga / hala/ hasta luego/ luego te llamo.

(CONVERSACIÓN RAFA-RAMÓN)

HOMBRE: Sí

RAFA: Hola/ oye ¿está Ramón?

HOMBRE: Sí

RAFA: Dile que se ponga rápido//¡Ramón!

RAMÓN: ¿Qué pasa, tío?

RAFA: Oye/ queee cachondeíto en Endesa, ¿no?

RAMÓN: Ya ves tío/ se lo van a llevar/ pero vamos/ en carreta, se lo están llevando

RAFA: Bueno, pero/ tampoco será para tanto/ hay dinero pero vamos, tampoco creo yo/ que se vaya a acabar la emisión, ¿no?

RAMÓN: Que no tío/ que te digo yo, se lo están llevando/ yo no sé qué coño pasa

RAFA: ¿Que no sabes qué coño pasa?/ a mí me vas a decir tú, que no te has enterado de los resultados que vas, que van a presentar

RAMÓN: Hombre algo he oído, de ahí, ¿no?/ algo he oído, de eso/ sí sí

RAFA: Oye Ramón/ vamos a ver, tú tendrías papel de eso

RAMÓN: ¡Yo pape[l]!/ ni un título, tío/ pero si me llevan pidiendo una semana/ cómo voy a tener yo papel de eso

RAFA: Venga Ramón/ no me jodas, que yo sé que tienes buenos contactos, anda/ búscame un paquetito

RAMÓN: Pero un paquetito/ un paquetito de cuántos

RAFA: Pues un paquetito, joder/ yo que sé/ tú sabes lo que es un paquetito

RAMÓN: Rafa no me jodas, que está esto a punto de abrir/ cuántas coño/ cuántas quieres, tío

RAFA: Pues quierooo/ yo que sé/ vetemé que/ de momento vetemé comprando, treinta mil

RAMÓN: Perooo/ a cómo te las pago/ aaa/ te las meto ahí a la apertura/ a seis mil ochocientas

RAFA: Tú estás loco Ramón/ pero cómo voy a pagar yo seis mil ochocientas

RAMÓN: Pero tío, que es que luego si no, me las vas/ me las vas a quitar, de las manos, a siete mil

RAFA: Que no me jodas, Ramón/ ponte y vete despacito/ que esto es el primer *boom*/ y luego se apaga

RAMÓN: Bueno tío, pero/ eh entonces dime qué hago/ que esto/ que esto, abre

RAFA: Bu/ ponme quince mil a la apertura/ como sea, y luego me llamas

RAMÓN: Venga/ hala/ hasta luego

RAFA: Hasta luego.

(RAFA-RAMÓN)

RAFA: Ramón, por favor

RAMÓN: ¡Qué pasa tío!

RAFA: Oye/ ¿cuántas te has llevado a la apertura?

RAMÓN: Pues, me he podido llevar nada más que ocho mil quinientas, eh/ ya has visto que está eso como una moto/ y ya se nos han puesto a pagar, seis mil ochocientas cincuenta/ ya te dije que eso estaba desmadrado

RAFA: Pero si está desmadrado/ pero, ahí lo que hay es un montón de locos, pillando a lo que les echen

RAMÓN: Hombre sí/ pero es que los locos/ ya sabes lo que/ eh que es que al final te lo calientan/ y te lo calientan/ así que tú me dirás/ me quedo ahí donde estoy/ o qué hacemos

RAFA: Espera espera a ver cómo, está eso/ yyy/ cuéntame/ quién está vendiendo, y quién está comprando

RAMÓN: Espera ve// mira estáaan/ están los locos estos, los de Merry Linch/ están comprando ahí como locos/ se acaban de llevaaar/ ahí/ bu/ yo que sé/ la mitad de la apertura, ha sido pa ellos ¿eh?/ y están po/ y luego ha entrado ya los de Argentaria/ los otros, los otros, los otros, y han puesto ahí un dinera

RAFA: Un dineral, pero bueno/ pero quién coño está vendiendo, tío

RAMÓN: Está el Santander/ que ha vendido ahí

RAFA: Que ha vendido ahí/ unnn/ un puñado gordo/ también/ vale Ramón/ que lo estoy viendo ahora mismo

RAMÓN: Bueno sí/ han vendido pero/ es que los tíos están muy echados para arriba/ yo no creo que esa gente tenga

RAFA: Vale estupendo, pues mira/ quédate con el resto hasta las quince mil/ quédate al mismo precio que estábamos a la apertura/ yyy poquito, a poco/ y de todas maneras/ si tienes algún vendedor, en paquete, me lo comentas/ ¡vale!

RAMÓN: Venga

RAFA: Hasta luego.

(CONVERSACIÓN RAFA-ALFONSO)

RAFA: Sí / Alfonso, por favor

MUJER: Sí /de quién

RAFA: Sí/ de Rafa //¡Alfonso!

ALFONSO: ¿Qué hay/ qué pasa?

RAFA: Oye queeee bueno/ ya has visto la apertura tío/ está como una moto, la verdad eh/ estáa bueno/ ya te dije/ yo creo que esto se está empezando a correr el tema, de los resultados, macho/ y está/ ha entrado Merry Linch a llevarseee/ de todo/ yo te lo he querido hacer despacito/ por si acaso/ porque también está el Santander vendiendo/ y no vaya a ser que tengan más papel del que pueda parecer, ¿sabes?/ entonces, te he pillado ocho mil quinientas a la apertura/ y a seis ochocientas/ y he dejado que se tiraran, pa`l/ se tirarán pa`l monte/ y yo me he quedado hasta con/ hasta completarte quince mil/ ¿eh?/ me he quedado ahí, en el precio de la apertura/ y chico, yo creo que lo mejor que podemos hacer, es ir despacito ¿no?/ o sea/ vamos/ ya tenemos/ estamos cubiertos/ nos hemos hecho ya casiii/ un tercio de la orden/ vamos despacito/ y a ver qué pasa/ porque luegooo/ luego tienen que saliiir/ los datos americanos/ y cómo se dé la vuelta Nueva York/ aquí la liamos parda, ¿sabes?

ALFONSO: Hombre, pues bien/ venga pues, chico yo qué sé/ tú eres el que lo estás viendo más directo/ tú mismo/ hazme lo queeee// no sé/ házmelo como tú veas/ pero dame un buen precio, vale

RAFA: Venga, tío/ no te preocupes/ yo te/ yo te mantengo informado

ALFONSO: Venga

RAFA: Hasta luego.

(CONVERSACIÓN RAFA-RAMÓN)

RAMÓN: Hola, está Rafa

RAFA: Dime Ramón, ¿qué pasa?

RAMÓN: Oyee, Rafita/ esto se lo están llevandooo/ pero a puñados ¿eh?/ eeh/ está el Merry Linch ya absolutamente desmadrado/ el Santander se ha quitado de la oferta/ y me da la impresión por lo que estoy viendo por ahí/ que hay muchísimo dinero ¿eh?/ yo si quieres/ mira tengo aquí unnnna/ un cliente/ que que me puede ofrecer/ eeh/ veinte mil

RAFA: Sí Ramón/ pero veinte mil a qué precio/ no vayamos a liarla

RAMÓN: No joder Rafa, yo te las pongo a la oferta/ mejor no te lo puedo hacer/ yo te las pongo ahí aaaa/ ocho cincuenta/ yyy/ te lo dejo un ratito ¿eh?/ porque nooo/ pero nnnn/ es que no no puedo hacer otra cosa

RAFA: Ramón, no será una metida/ no vaya a ser que luego nos salga papel
RAMÓN: Rafa, ¡cojones!/ que no, tío/ que que que llévatelas/ que que que/ que esto es una buena historia
RAFA: Espera un momento //¿Ramón?
RAMÓN: Sí
RAFA: Oye/ me lo puedes dejar firme dos minutos, en los que hablo con este tío/ ¡venga!/ dos minutos, na más/ ¡vale!
RAMÓN: Vale
RAFA: Venga, hasta ahora.

(CONVERSACIÓN RAFA-ALFONSO)

RAFA: Alfonso
ALFONSO: Sí
RAFA: Oye/ mira tío, esto está muy cachondo ¿eh?/ yyy/ parece que cada vez está más claro/ hay un dineral/ me están ofreciendo ahora mismo, un paquete de veinte, a ocho cincuenta/ ¿te interesa?
ALFONSO: Chico, no sé/ ¿tú lo ves claro?
RAFA: Mira clarísimo/ o sea/ está clarísimo/ se las van a llevar a puñados/ ¿eh?/ yo desde luego las cerraría, sobre la marcha
ALFONSO: Pues venga, ciérralas
RAFA: Vale, hasta ahora
ALFONSO: Hasta ahora.

(CONVERSACIÓN RAFA-RAMÓN)

RAFA: Ramón, por favor
RAMÓN: Dime
RAFA: Ramón/ tienes/ ¿tienes eso firme?
RAMÓN: Sí sí, está firme todavía
RAFA: Pues venga/¡mías! ¿eh?/ venga, hasta luego
RAMÓN: Hasta luego.

(CONVERSACIÓN RAFA-ALFONSO)

RAFA: Alfonso por favor// Alfonso/ bueno tío, me debes una copa ¿vale?/ te te acabo de cerrar el paquete a ocho cincuenta/ has visto lo qué está pasando/ ¿eh?
ALFONSO: ¿Cómo?
RAFA: ¿Qué no estás mirando la pantalla, tío?/ mira la pantalla
ALFONSO: ¡Hostia!
RAFA: ¡Eeh!, ¡hostia!/ cincuenta pelás por encima/ y no paran, socio/ venga, las tienes hechas
ALFONSO: Gracias
RAFA: Hasta luego.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCARAZ VARO, Enrique y María, MARTÍNEZ LINARES (1997): *Diccionario de lingüística moderna*, Barcelona, Ariel.
- ALCOBA, Santiago (coord.) (1999): *La oralización*, Barcelona, Ariel (Practicum).
- ALMELA PÉREZ, Ramón. (1999): *Procedimientos de formación de palabras en español*, Barcelona, Ariel.
- ALVAR, Manuel (dir.) (2000): *Introducción a la lingüística española*, Barcelona, Ariel (Lingüística).
- ALVAR EZQUERRA, Manuel. (1993): *La formación de palabras en español*, Madrid, Arco/Libros.
- ÁLVAREZ, Míriam (1999): *Tipos de escrito II: exposición y argumentación*, Madrid, Arco/Libros (Cuadernos de Lengua Española).
- ARFUCH, Leonor (1995): *La entrevista, una invención dialógica*, Barcelona, Paidós, (Papeles de Comunicación, 8).
- ASCOMBRE, Jean Claude y Oswaldo, DUCROT (1994): *La argumentación en la lengua*, Madrid, Gredos.
- AUSTIN, John (1961): "Emisiones realizativas", en Luis Valdés (ed.), *La Búsqueda del significado*, Madrid, Tecnos, pp. 415-430.
- Bañón, Antonio Miguel (1993): *El vocativo en español. Propuesta para su análisis lingüístico*, Barcelona, Octaedro.
- (1997): *La interrupción conversacional. Propuestas para su análisis pragmalingüístico*, *Analecta Malacitana*, Anejo XII, Málaga, Universidad de Málaga.
- BARROS, Pedro (1996): "La interacción conversacional: actitud y lenguaje", en *Estudios de Filología Hispánica I (Estudios lingüísticos y literarios)*, Universidad de Granada, pp. 95-166.
- BEAUGRANDE, Robert-Alain de y Wolfgang Ulrich, DRESSLER (1997): *Introducción a la lingüística del texto*, Barcelona, Ariel.
- BERNARD, Y. y J.C., COLLI (1979): *Diccionario económico y financiero*, Madrid Asociación para el Progreso de la Dirección.
- BLUM-KULKA, Shoshana (2000): "El género en el discurso", en Teun A. Van Dijk (comp.) *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa, pp. 67-100.
- BRAJNOVIC, Luka (1970): *El lenguaje de las ciencias*, Pamplona, Salvat.

BRIZ, Antonio (1994): “La atenuación en la conversación coloquial. Una categoría pragmática”, en L. Cortés (ed.), Almería, pp. 103-122.

–(1996): *El español coloquial: Situación y uso*, Madrid, Arco/Libros.

–(1997): “Los intensificadores en la conversación coloquial”, en A. BRIZ, J.R. GÓMEZ MOLINA y M. J. MARTÍNEZ ALCALDE (eds.), *Pragmática y gramática del español hablado. El español coloquial*, Zaragoza, Pórtico, pp. 13-36.

–(1997): “Coherencia y cohesión en la conversación coloquial”, en IGLESIAS BANGO, Manuel (ed.), *Gramma–Temas 2*, León, Centro de estudios metodológicos interdisciplinarios, Colección Contextos, Universidad de León. pp. 9-43.

–(1998): *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmagramática*, Barcelona, Ariel (Lingüística).

–(2000): *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel (Practicum).

BUSTOS, José Jesús de (1995): “De la oralidad a la escritura”, en CORTÉS, L. (ed.) *El español coloquial. Actas del I Simposio sobre Análisis del Discurso Oral*, (Almería, 1995), Universidad de Almería, pp. 9-28.

CALONGE, Julio (1996): “El lenguaje científico y técnico”, en *La lengua española hoy*. Manuel SECO (COORD.), Madrid, Fundación Juan March, pp.153-186.

CALSAMIGLIA BLANCAFORT, Helena y Amparo, TUSÓN VALLS (2000): *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel (Lingüística).

CANO RICO, J. R. (1994): *Manual de la inversión en Bolsa*, Madrid, Inversor Ediciones.

–(1997): *Enciclopedia básica del inversor financiero y bursátil I, II, III, IV*, Madrid, Tecnos.

CANTERA ORTIZ DE URBINA, Jesús y Pedro, GOMIS BLANCO (1993): “Extranjerismo, préstamo y calco en la traducción”, en *Actas de las II Jornadas de lenguas para fines específicos*, Alcalá, Universidad de Alcalá, pp. 15-17.

CARBONELL BASSET, Delfín (2000): *Gran diccionario del argot. El soez*, Barcelona, Larousse.

CASARES, Julio (1950): *Introducción a la lexicografía moderna*, Madrid, C.S.I.C.

CASCÓN MARTÍN, Eugenio (2000): *Español coloquial*, Madrid, Edinumen.

CASTELLOTE HERRERO, Eulalia (1993): “Lengua y trabajo: jergas de oficios” en *Actas de las II Jornadas de Lenguas para Fines Específicos*, Alcalá de Henares, Universidad de Alcalá de Henares, pp. 77-84.

CEREZO ARRIAZA, Manuel (1994): *Texto, contexto y situación*, Barcelona, Octaedro.

CORTÉS, Luis (1992): “Algunas precisiones en torno al término coloquial”, en Luis CORTÉS RODRÍGUEZ, *Estudios de español hablado. (Aspectos teóricos y sintáctico-cuantitativos)*, Universidad de Almería, Almería.

–(1994): *Tendencias actuales en el estudio del español hablado*, Almería, Universidad de Almería.

–(1995) (ed.): “El español coloquial”, *Actas del I Simposio sobre Análisis del Discurso Oral*, Almería, Universidad de Almería.

COSERIU, Eugenio (1967): *Teoría del Lenguaje y Lingüística General*, Madrid, Gredos.

–(1992): *Competencia lingüística. Elementos de la teoría del hablar*, Madrid, Gredos.

COROMINAS, Joan (1973): *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, Madrid, Gredos

CRUZ CABANILLAS, I. de La (1996): “Recursos estilísticos de los textos informáticos”, en *Lenguas para Fines Específicos V*, Alcalá de Henares, Universidad de Alcalá de Henares.

CUERVO, L., J.A., RODRÍGUEZ SAIZ y otros (1995): *Manual del sistema financiero español*, Barcelona, Ariel (Economía).

DUPLAT, Claude (1989): *Cómo funciona la Bolsa*, Madrid, Paraninfo.

ESCANDELL, Victoria (1993): *Introducción a la Pragmática*, Barcelona, Anthropos.

–(1995): “Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas”, *Revista Española de Lingüística*, 25(1), pp.31-64.

ETXEBARRÍA, Maitena (1997): “El lenguaje jurídico y administrativo. Propuestas para su modernización y normalización”, *Revista Española de Lingüística*, 27(2), pp.341-380.

FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina (1987): *Enlaces extraoracionales*, Sevilla, Ediciones Alfar.

GARÍ, Joan (1995): *La conversación mural. Ensayo para una lectura del graffiti*, Madrid, Fundesco.

GARRIDO, Joaquín (1990a): “El acceso al contexto en la construcción del discurso”, en MARTÍN VIDE, Carlos (ed.), *Actas del V Congreso de Lenguajes Naturales y Lenguajes Formales*, Barcelona, Universidad de Barcelona, pp. 529-542.

–(1990b): “Semántica flexible: límites de una teoría semántica del español”, en *Actas del Congreso de la Sociedad Española de Lingüística XX Aniversario* (Tenerife), Madrid, Gredos, pp. 497-505.

–(1991): *Elementos de análisis lingüístico*, Madrid, Fundamentos.

–(1994): *Idioma e información. La lengua española de la comunicación*, Madrid, Síntesis.

–(1995): “Construcción lingüística de las ideas de nacionalismo y Europa en textos periodísticos”, en BENGOCHEA, Mercedes y SOLA BUIL, Ricardo (eds.), *Moral y escritura (1940-1990)*, Alcalá, Universidad de Alcalá, pp.179-192.

GILI GAYA, Samuel (1993): *Curso superior de sintaxis española*, Barcelona, Vox.

GÓMEZ CAPUZ, Juan (1998): *El préstamo lingüístico. Conceptos, problemas y métodos*, en Cuadernos de Filología, anejo XXIX Valencia, Universidad de Valencia,.

–(2000): “La creación léxica (II). Neologismos formales y neologismos externos al sistema”, en Antonio BRIZ y GRUPO VAL.ES.CO. *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel, pp. 143-166.

GÓMEZ DE ENTERRÍA, Josefa (1993): “Las lenguas especiales en la prensa diaria” en *Actas de las II Jornadas de Lenguas para Fines Específicos*, Alcalá, Universidad de Alcalá, pp. 345-351.

GONZÁLEZ PÉREZ, Rosario (1996): “Texto y contexto: la ironía como fenómeno del Discurso”, *Revista Española de Lingüística*, 26(1), pp.57-70.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, Pilar (1994): “Los anglicismos en la terminología bursátil del francés empresarial”, en *Lengua para Fines Específicos III. Investigación y enseñanza*, Alcalá, Universidad de Alcalá. pp. 431-491.

GRICE, Paul (1969): “Las intenciones y el significado del hablante”, en Luis VALDÉS (ed.) (1991): *La búsqueda del significado*, Madrid, Tecnos, pp. 511-530.

GUTIÉRREZ RODILLA, Bertha (1998): *La ciencia empieza en la palabra. Análisis e historia del lenguaje científico*, Barcelona, Península.

HAVERKATE, Henk (1994): *La cortesía verbal*, Madrid, Gredos.

–(): “Los actos de habla expresivos y comisivos”, en HAVERKATE, H. HENGEVELD K. y MULDER G. (eds.), *Diálogos Hispánicos*, núm. 12, *Aproximaciones pragmalingüísticas al español*, Amsterdam, Ropodi, pp.149-180.

HERNÁNDEZ ALONSO, César (1996): *Gramática funcional del español*, Gredos, Madrid.

HERRERO, Gemma (1995): “Las construcciones eco: exclamativas-eco en español”, en CORTÉS, L. (ed.), *El español coloquial*, Actas del I Simposio sobre Análisis del Discurso Oral, Almería, Universidad de Almería, pp.123-145.

JAKOBSON, Roman (1984) : *Ensayos de lingüística general*, Barcelona, Ariel.

- LAKOFF, George y Mark, JOHNSON (1991): *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra.
- LEECH, Geoffrey (1997): *Semántica*, Madrid, Alianza Universidad.
- LERAT, Pierre (1997): *Las lenguas especializadas*, Barcelona, Ariel (Lingüística).
- LEWANDOWSKI, Theodor (1992): *Diccionario de lingüística*, Madrid, Cátedra.
- LORENZO, Emilio (1991): *Niveles y registros en el español actual*, Logroño, Gobierno de la Rioja.
- LOZANO, Irene (1995): *Lenguaje femenino, lenguaje masculino. ¿Condiciona nuestro sexo la forma de hablar?*, Madrid, Minerva Ediciones.
- LOZANO, Jorge, Cristina PEÑA-MARÍN y Gonzalo ABRIL (1999): *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, Madrid, Cátedra.
- M. B. H. (ed.) (1980): *Diccionario de Banca y Bolsa*, Madrid, Editorial Técnica Bellisco.
- MARTIN ZORRAQUINO, M^a Antonia (1994): “Gramática del discurso. Los llamados marcadores del discurso”, *Actas del Congreso de la Lengua Española* (Sevilla, 1992), Madrid, Instituto Cervantes, pp. 709-720.
- (1977): “Formación de palabras y lenguaje técnico”, *Revista Española de Lingüística*, 27(2), pp.317-340.
- MARTÍNEZ, Antonio (1996): *Estudios de Filología Hispánica I (Estudios Lingüísticos y Literarios)*, Granada, Universidad de Granada.
- MARTÍNEZ RUIZ, Raquel (2000): “La deixis”, en Antonio BRIZ y GRUPO VAL.ES.CO., *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel, pp. 243-262.
- MATTE BON, Francisco (2000): *Gramática comunicativa del español. De la lengua a la idea*, Tomos I y II, Madrid, Edelsa.
- MOESCHLER, Jacques y Anne, REBOUL (1999): *Diccionario enciclopédico de pragmática*, Madrid, Arrecife.
- MORENO FERNÁNDEZ, Francisco. (1998): *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*, Barcelona, Ariel.
- MORENO PACHECO, Miguel (1967): *Terminología económica*, Barcelona, Hueber.
- NARBONA, Antonio (1995): “Español coloquial y variación lingüística”, en CORTÉS, L. (ed.), *El español coloquial, Actas del I Simposio sobre Análisis del Discurso Oral*, Almería, Universidad de Almería, pp. 29-42.

NUÑEZ, Rafael y Enrique del TESO (1996): *Semántica y pragmática del texto común*, Madrid, Cátedra.

PADILLA GARCÍA, Xose A. (2000): “El orden de las palabras”, en Antonio BRIZ y GRUPO VAL.ES.CO. *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel, pp. 221-240.

PAYRATÓ, Lluís (1996): *Catalá col.loquial. Aspectes de l'ús corrent de la llengua catalana*, Universitat de València, Biblioteca de Lingüística Catalana.

–(1997): “Variación lingüística y modalidades de la lengua oral”, en A. BRIZ, J. R. GÓMEZ MOLINA, M. J. MARTÍNEZ ALCALDE Y GRUPO VAL.ES.CO. (eds.), pp.177-92

PERELMAN, Charles. y L., OLBRECHTS-TYTECA (1989): *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid, Gredos.

PÉREZ GONZÁLEZ, Lourdes (1995): “Idioma empresarial: de lo específico a lo concreto” en *Lenguas para fines específicos IV*, Alcalá, Universidad de Alcalá, pp.451-456.

PÉREZ RUIZ, Leonor y Magdalena, VIVANCOS (1994): “Algunas consideraciones acerca del vocabulario técnico. Anglicismos científicos”, en BARRUECOS, Sebastian, Esther HERNÁNDEZ y SIERRA LIMA (eds.), *Lenguas para Fines Específicos III*, Alcalá de Henares, Universidad de Alcalá de Henares, pp. 443-451.

PERONA, José (2000): “La cohesión textual y los enlaces extraoracionales”, en MANUEL ALVAR (director) *Introducción a la lingüística española*, Barcelona, Ariel (Lingüística)

PONS BORDERÍA, Salvador (2000): “Los conectores”, en Antonio BRIZ y GRUPO VAL.ES.CO. *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel, pp. 193-218.

PORTOLÉS, José (1994): “Pertinencia y gramática”, *Revista de Occidente*, Nº 154, pp. 55-66.

–(1995): “Del discurso oral a la gramática: la sistematización de los marcadores discursivos”, en Cortés, Luis (ed.) *El español coloquial*, Almería, Universidad de Almería, pp. 147-172.

–(2001): *Marcadores del discurso*, 2da. ed., Barcelona, Ariel Practicum.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1992): *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Espasa-Calpe, 21ª edic.

REYES, Graciela (1994): *La pragmática lingüística. El estudio del uso del lenguaje*, Barcelona, Montesinos.

RIBAS, Albert (1994): “El conocimiento como contexto significativo de los lenguajes de especialidad”, en BARRUECOS, Sebastián, Esther, HERNÁNDEZ y SIERRA LIMA (eds.), *Lenguas para Fines Específicos III. Investigación y Enseñanza*, Alcalá de Henares, Universidad de Alcalá de Henares, pp. 485-491.

RODRÍGUEZ ADRADOS, Francisco (1997): "Los orígenes del vocabulario científico", *Revista Española de Lingüística*, 27(2), pp. 299-339.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Pilar (1994): "Los anglicismos en la terminología bursátil del francés empresarial", en BARRUECOS, Sebastian, Esther HERNÁNDEZ y SIERRA LIMA (eds.), *Lenguas para Fines Específicos III. Investigación y Enseñanza*, Alcalá, Universidad de Alcalá, pp. 431-435.

ROMERO, M^a Victoria (1993) *El español en los medios de comunicación*, Madrid, Arco/Libros.

RUIZ GURILLO, Leonor (2000): "La fraseología", en Antonio BRIZ y GRUPO VAL.ES.CO., *¿Cómo se comenta un texto coloquial?*, Barcelona, Ariel, pp.169-187.

SEARLE, John (1992): *Actos de habla*, Madrid, Cátedra.

–(1991): *La Búsqueda del Significado*, Madrid, Tecnos, pp. 449-476.

–(1975): "Una taxonomía de los actos ilocucionarios", en Luis VALDES (ed.)

SPERBER, Dan y Deirdre WILSON (1986): *La relevancia*, Madrid, Visor.

–(1986): "sobre la definición de relevancia" en Luis Valdés (ed.) (1991): *La Búsqueda del significado*, Madrid, Tecnos, pp. 415-430.

–(1990): "Retórica y Pertinencia", *Revista de Occidente*, N° 115, pp. 5-26.

STUBBS, Michael (1987): *Análisis del Discurso*, Madrid, Alianza Universidad.

SUÁREZ BLANCO, Germán (1989): *Léxico de la borrachera*, Cádiz, Servicio de publicaciones, Universidad de Cadiz.

TAMAMES, Ramón y Santiago GALLEGO, (1994): *Diccionario de economía y finanzas*, Madrid, Alianza Editorial.

TANNEN, Deborah (1990): *Tú no me entiendes. Por qué es tan difícil el diálogo hombre–mujer*, Madrid, Círculo de lectores.

–(1996): *Género y discurso*, Paidós, Barcelona.

TITOV, Vladimir (1991): "Estudio del estilo científico en español, bases metodológicas", en *Estudios Humanísticos. Filología*, 13, pp. 135-144.

TUBAU, Iván (1993): *Periodismo oral*, Barcelona, Paidós (Papeles de Comunicación 2).

TUSÓN VALLS, Amparo (1997): *Análisis de la conversación*, Barcelona, Ariel.

VALDÉS, Luis (ed) (1991): *La Búsqueda del significado*, Madrid, Tecnos.

VAN DIJK, Teun A. (1995): *Texto y Contexto (Semántica y Pragmática del Discurso)*, Madrid, Cátedra.

–(2000) (Comp.): *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa (Lingüística/Análisis del discurso).

VICENTE MATEU, Juan Antonio (1994): *La deixis, Egocentrismo y subjetividad en el lenguaje*, Murcia, Universidad de Murcia.

VIGARA TAUSTE, Ana María (1990): *La Función Fática del Lenguaje (con especial atención a la lengua hablada)*, Actas del Congreso de la Sociedad Española de Lingüística, XX Aniversario (Tenerife, 2–6 de abril de 1990), Madrid, Gredos, pp. 29–38.

–(1992): *Morfosintaxis del español coloquial. Esbozo estilístico*, Madrid, Gredos.

–(1994): *El chiste y la comunicación lúdica: lenguaje y praxis*, Madrid, Ediciones Libertarias.

–(1995): “Comodidad y recurrencia en la organización del discurso coloquial”, en Cortés, L. (ed.), *El español coloquial*, Almería, Universidad de Almería, pp. 173-208.

–(1996): “Español coloquial: expresión del sentido por aproximación”, en Th. KOTSCHI, Wulf OESTERREICHER y Klaus ZIMMERMANN (eds.), *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Madrid, Vervuert-Iberoamericana, pp. 15-44.

–(1998): “Lengua oral y comentario de textos coloquiales”, en CARRASCO Inés y Guadalupe FERNÁNDEZ ARIZA: *El comentario de textos, Analecta Malacitana*, Anejo XVII, Málaga, Universidad de Málaga, pp. 117-158.

–(): “Aspectos pragmático-discursivos del uso de expresiones fosilizadas en el español hablado”, en WOTJAK, Gerd (ed.), *Estudios de fraseología y fraseografía del español actual*, Madrid, Iberoamericana.

–(2000): “Las relaciones de poder en la conversación”, *Revista Argentina de Lingüística*, N° 16, pp. 133-169.

WEINRICH, Harald (1974): *Estructura y función de los tiempos en el lenguaje*, Madrid, Gredos.

WESCH, Andreas (1996): “Acerca del análisis de la lengua hablada”, en *Estudios de filología hispánica I (Estudios lingüísticos y literarios)*, Granada, Universidad de Granada, pp. 11-128.

WEST, Candace; Michelle, LAZAR y Cheris KRAMARAE (2000): “El género en el discurso”, en Teun A. Van Dijk (comp.) *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa, pp. 179-212.

WILSON, Deirdre y Dan, SPERBER (1986): “Sobre la definición de la relevancia”, en Luis Valdés (ed.) (1991): *La búsqueda del significado*, Madrid, Tecnos, pp. 583-598.

WWW.latinstocks.com/inversor/diccionario/diccionario.html

WWW.eurobanco.com/analisis/diccionario.jsp