

Materiality, Wittgenstein, and avocados. Sensorial inspections in commercial interactions

ARIEL VÁZQUEZ CARRANZA 

Universidad de Guadalajara

ariel.vazquez@academicos.udg.mx

Abstract: *The present investigation examines the interactional features of sensorial inspections of avocados in a Mexican fruit and vegetables shop. The study uses video recordings and multimodal conversation analysis to contribute to the view that regards sensoriality as an interactional achievement and as an intersubjective phenomenon of public and social nature. The study describes three points of the sequential inspection context and the gazing and touching configurations that are implemented. The analysis shows that sensorial inspections display knowledge and expertise; they are tools to achieve particular goals in the commercial encounter.*

KEYWORDS: MULTISENSORIALITY, MULTIMODALITY, INTERACTION, CONVERSATION ANALYSIS; VIDEO

RECEPTION: 15/12/22

ACCEPTANCE: 21/10/23

Materialidad, Wittgenstein, y aguacates. Inspección sensorial en la compraventa de fruta

ARIEL VÁZQUEZ CARRANZA 

Universidad de Guadalajara

ariel.vazquez@academicos.udg.mx

Resumen: Con datos tomados de videograbaciones, el estudio examina las características interaccionales de la inspección sensorial de aguacates, principalmente por parte de los clientes, durante su compraventa. Se utiliza el análisis conversacional multimodal para contribuir a la perspectiva que toma a la sensorialidad como un fenómeno intersubjetivo de naturaleza pública y social, y como un logro sistemático interaccional. Se describen tres momentos contextuales de la inspección sensorial, así como las configuraciones visuales y táctiles que se implementan. El análisis muestra que la inspección sensorial despliega el significado de conocimiento y expertise y es una herramienta para el logro de objetivos específicos en la compraventa.

PALABRAS CLAVE: MULTISENSORIALIDAD; MULTIMODALIDAD; INTERACCIÓN; ANÁLISIS CONVERSACIONAL; VIDEO

RECEPCIÓN: 15/12/22

ACEPTACIÓN: 21/10/23

Lo que hace falta son explicaciones específicas sobre las actividades donde los individuos perciben, sienten, y experimentan el mundo, donde los individuos hacen relevantes, para otros, las características sensoriales de estas experiencias y las comparten de manera intersubjetiva al producirlas y coordinarlas conjunta y colaborativamente, y al expresarlas, desplegarlas y atestiguarlas de forma pública.

TRADUCIDO DE LORENZA MONDADA (2019: 51)

“Darle nombre a una sensación” no significa nada a menos que yo ya sepa en qué tipo de juego del lenguaje se ha de usar el nombre.

TRADUCIDO DE LUDWIG WITTGENSTEIN (1968: 291)

INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos más palpables de los estudios sobre el uso de la lengua en contexto es el de examinar analítica y sistemáticamente el comportamiento lingüístico e interpersonal comunicativo que existe en la cotidianidad de los seres humanos. Este tipo de estudios se dedica a exhibir de manera descriptiva la complejidad de los fenómenos interaccionales; complejidad que se encuentra, por lo general, oculta debido a la familiaridad y “simplicidad” de los mismos (Wittgenstein, ([1953] 1963: 129). El presente trabajo tiene el objetivo de analizar un suceso interaccional por demás cotidiano: la revisión o inspección de fruta, particularmente de aguacates, durante su compraventa.¹

¹ Le agradezco a los dictaminadores de *Signos Lingüísticos* por sus comentarios y observaciones que sin lugar a dudas mejoraron el presente artículo de investigación. También agradezco los comentarios que recibí durante la presentación de este trabajo en el 6to Congreso Internacional sobre Análisis Conversacional (ICCA), que se llevó a cabo en Brisbane, Australia, en el 2023. Por último, le agradezco a Verónica del Carmen Villafaña Rojas por las sugerencias recibidas en el primer borrador del manuscrito y a Iván Vázquez Carranza por las ilustraciones de las figuras 13 y 14.

Por ejemplo, en el extracto (1), tomado de una interacción de compraventa, se puede observar en las figuras 1 y 2 los momentos en los que el cliente inspecciona los aguacates que está comprando. En la figura 1, el cliente se inclina para observar los aguacates y en la figura 2, el cliente los inspecciona de manera táctil (véanse las convenciones de transcripción en el apéndice).

(1) V02.16-55-Aguacates

- 1 Cl: Buenos días joven
- 2 Ve: Buenos días
- 3 (2)
- 4 Cl: Aguacate tiene
- 5 Ve: Sí cuántos aguacates quiere
- 6 Cl: A cómo está
- 7 Ve: El kilo treinta y cinco
- 8 (3)
- 9 Cl: A ver dame unos do::s
- 10 Ve: ((toma los aguacates de una caja))
- 11 Cl: Pero que sean para ahorita joven por fa
- 12 Ve: Sí.
- 13 Ve: ((limpia la báscula y pone los aguacates sobre ella))
- 14 Ve: diez y nueve
- 15 Cl: ((mira los aguacates)) más chiquitos (no hay)



Fig. 1

16 Ve: no. solamente así de ese tamaño

17 Cl: Ya estarán?=-

#fig. 2 a

18 Ve: =Ya.

#fig. 2 b



#Fig. 2a

#Fig. 2b

El análisis que presento hace un tratamiento transversal del fenómeno en cuestión, se toma un enfoque metodológico interaccional desde la multimodalidad (Goodwin, 2000, 2018; Mondada, 2014a, 2016, 2021). Como explico más adelante, este enfoque metodológico se centra en describir a detalle los diferentes elementos que intervienen en la creación de significados en la interacción, lo cual lo hace idóneo para la descripción meticulosa del fenómeno en cuestión. En este estudio también se utilizan planteamientos de la segunda filosofía de Wittgenstein ([1953] 1963) con la finalidad de contribuir a los fundamentos filosóficos del enfoque metodológico interaccional que se utiliza (véase Peräkylä y Silverman, 1991; Vázquez Carranza, 2023). El presente trabajo busca de igual manera contribuir al estudio de las interacciones de compraventa, las cuales han sido investigadas tomando en cuenta diferentes aspectos: el estructural (Flores Farfán, 1984; Gutiérrez-Rivas y Steffanell, 2012; Vázquez Carranza, 2017a), los elementos de cortesía (Antonopoulou, 2001), las características pragmático-discursivos (Félix-Brasdefer, 2015) y aquellos sobre variación pragmática (Félix-Brasdefer y Placencia, 2019), entre otros.

En la siguiente sección expongo la perspectiva interaccional a la que se adscribe esta investigación; es decir, describo las nociones teórico-metodológicas del estudio, particularmente me centro en la visión analítico-conversacional multimodal que se ha generado recientemente para el estudio de la materialidad y la sensorialidad de la acción social. De igual manera, también explico

las afinidades que existen entre esta perspectiva metodológica y la filosofía del lenguaje, concretamente las afinidades que existen con la segunda filosofía de Wittgenstein y su postura ante la sensorialidad de la realidad.

LA PERSPECTIVA ANALÍTICO-CONVERSACIONAL MULTIMODAL

En los años sesenta y setenta del siglo pasado hubo una efervescencia de corrientes sociolingüísticas que incentivaron la generación de paradigmas enfocados en el estudio de la lengua en uso (para una revisión reciente de estas corrientes y paradigmas véase Cortés Rodríguez, 2021). Derivado de la etnometodología (Garfinkel, 1967; Garfinkel y Sacks, 1970), el análisis conversacional (AC) es uno de los paradigmas metodológicos que surgieron durante esta efervescencia de enfoques de investigación.

El análisis conversacional se centra en investigar sistemáticamente la organización, estructura y la trayectoria de las acciones sociales que realizan los seres humanos en el habla interaccional (Sacks, 1992; Schegloff, 2007; Vázquez Carranza, 2019). Por ejemplo, el análisis conversacional toma como unidad mínima de análisis secuencial al par adyacente, el cual consiste en dos turnos producidos por diferentes hablantes, uno después del otro, y que guardan una relación tipológica; es decir, la primera parte del par requiere de una acción particular como segunda parte. La segunda parte del par puede ocurrir inmediatamente o más adelante. Ambos turnos son considerados acciones sociales. Es importante aclarar que como *acción social* se entiende a la conducta humana realizada por un individuo con el mutuo entendimiento de otro u otros individuos (Garfinkel, 1967; Schütz, 1962). En el análisis conversacional, las acciones sociales se investigan como fenómenos situados, es decir, como fenómenos que ocurren en contextos particulares.

El análisis conversacional concibe a las acciones sociales como productos sistemáticos del mutuo entendimiento o de la intersubjetividad de los interactuantes, como productos regulados por patrones de comportamiento que son reconocibles, en primera instancia, por los mismos interactuantes, y en una segunda por el o la analista conversacional (Enfield y Sidnell, 2017; Vázquez Carranza, 2019). Para su estudio, el análisis conversacional utiliza grabaciones de interacciones producidas de manera espontánea o natural, las cuales son

transcritas minuciosamente (Jefferson, 2004; Mondada, 2018b) con el fin de plasmar el momento del desenvolvimiento de las acciones sociales producidas verbal o corporalmente en el transcurso de la interacción.

La lengua en sí no es el objeto de estudio del análisis conversacional: el enfoque lingüístico del AC está basado en una concepción de lengua que visualiza a esta como uno de los recursos o herramientas utilizadas por los seres humanos para la creación interpersonal de trayectorias de secuencias de acción (Clift, 2005; Vázquez Carranza, 2017b). Si bien los estudios analítico-conversacionales se centran a menudo y particularmente en lo verbal, desde sus inicios las y los analistas conversacionales mostraron interés en la gama de recursos interaccionales que están a la disposición de los interactuantes (Goodwin, 1981; Heath, 1982), esto es, en la multimodalidad de la interacción.

Por lo tanto, el llamado *análisis conversacional multimodal* es el enfoque que además de tomar en cuenta aspectos de la producción lingüística de los turnos de habla (como el léxico, la sintaxis, la entonación, etc.) se centra en los recursos corporales de los interactuantes como los gestos, las miradas, las posturas y los movimientos corporales. Neville (2015) le llama *the embodied turn* (“el giro a la corporalidad”) a la corriente de estudios sobre la interacción social enfocados en la corporalidad. De acuerdo a esta visión, los elementos corporales, al igual que los verbales, son elementos generados de manera ordenada y situacional por los interactuantes para establecer, negociar y reparar o corregir el mutuo entendimiento en la interacción (Goodwin, 2018; Mondada, 2014a, 2014b, 2016). En sí, esta perspectiva de análisis de la comunicación interpersonal acentúa el hecho de que para tener un mejor entendimiento de la intersubjetividad (la cual está presente en la interacción social humana) es necesaria una visión holística de los fenómenos interaccionales. En otras palabras, la lengua y la corporalidad no deberían separarse ni aislarse para su análisis.

Materialidad y sensorialidad

Como pionero de la corriente multimodal en el análisis conversacional, Goodwin (2000) menciona que al teorizar sobre la acción social se deben tomar en cuenta tanto los detalles del uso de la lengua como el papel que juegan las formas en las que están constituidas las estructuras sociales, culturales, materiales, y secuenciales del entorno en donde la acción social ocurre. En años

recientes, dentro de los estudios multimodales han surgido investigaciones que expanden el estudio de la multimodalidad, trayendo a la mesa de análisis el hecho de que, en la interacción social, además de intervenir la lengua y la corporalidad de los interactuantes, también intervienen su mundo material y su percepción sensorial del mismo. Desde la antropología se puede caracterizar a este enfoque como uno de tipo ecológico (Ingold, 2000), ya que la acción social es tratada como un fenómeno que forma parte de una “ecología” local en donde están situadas la corporalidad de los interactuantes, su sensorialidad, materialidad y en general todo lo que rodea la temporalidad y el contexto de la interacción.

Nevile *et al.* (2014) presentan lo que puede considerarse como las pautas teórico-metodológicas para la investigación de la materialidad en la interacción. Los autores definen a los objetos como elementos del mundo físico, los cuales podemos experimentar de manera sensorial; esto es, los podemos ver, escuchar y tocar. De acuerdo a los autores, y de manera general en las ciencias sociales, la *materialidad* se ha estudiado tomando a los objetos como entidades de uso y consumo, i. e. como mercancías (Douglas y Isherwood, 1996; Gregson y Crewe, 2003), o bien, como aparatos o herramientas, i.e. como elementos socioculturales que los individuos o grupos sociales experimentan de acuerdo a determinados cambios históricos o tendencias temporales (Attfield, 2000), o como objetos estéticos con un valor simbólico (Sennet, 2008).

Nevile *et al.* (2014) proponen un paradigma donde los objetos son tomados como elementos de nuestra realidad que muestran cómo, en contextos y momentos determinados, las personas actúan de manera social y significativa a fin de construir e interpretar tanto sus propias actividades como los mismos objetos en sí. El paradigma parte del hecho de que los objetos forman parte de la materialidad de las acciones sociales interaccionales, ya que en la interacción los objetos pueden ser identificados, evaluados, imaginados, creados, entendidos, descritos, compartidos y utilizados para realizar tareas, etc. Para el logro de esta descripción de la materialidad en la interacción social se utiliza el método y las herramientas del análisis conversacional multimodal, descrito antes. De este modo se puede precisar la manera en que los objetos son movilizados por los interactuantes de formas particulares (contextuales), de maneras relevantes y siempre ajustadas a una temporalidad durante el desarrollo de las acciones sociales en la interacción (Goodwin, 2000; Mondada, 2019). Con esta lógica, se ha investigado a los objetos como recursos utilizados

para la organización secuencial de la interacción (Day y Wagner, 2014; Mondada, 2006), o como elementos indispensables para la realización de actividades específicas en contextos de multiactividad (Goodwin, 1994; Mondada, 2011).

Recientemente, Mondada (2019: 47) hace un llamado formal a expandir el estudio de la *multimodalidad*, particularmente hacia la exploración de la sensorialidad material: “considerar no solamente los recursos corporales utilizados para interactuar sino también las prácticas que se utilizan para *percibir* el mundo de manera intersubjetiva”. El punto de partida de Mondada es que la materialidad no solo sirve de instrumento para la realización de acciones sociales, sino que también tiene que ver con la experiencia y acceso sensorial que tienen los interactuantes de su mundo material; es decir, la materialidad además de ser utilitaria también es percibida por los sentidos y en la interacción social quedan registradas las percepciones y el acceso sensorial que se tiene de esta, lo cual juega un papel crucial para el logro de la intersubjetividad y de la acción social. Con la atención en la materialidad y sensorialidad, en el análisis conversacional multimodal se busca responder de manera general: ¿cuál es el papel de la sensorialidad material en el logro de actividades en la interacción social? o ¿cuál es la relevancia del acceso y manifestación sensorial de la materialidad en la interacción social?

En la presente investigación se da una respuesta a estas preguntas con respecto al contexto de investigación en cuestión, es decir, en inspecciones sensoriales en contextos de compraventa de fruta. De igual manera se presenta una argumentación afín a algunos aspectos de la filosofía del lenguaje. Para este fin, en el siguiente y último apartado introductorio explico las similitudes conceptuales entre el análisis conversacional y la segunda filosofía de Wittgenstein con respecto a la interacción y la sensorialidad.

LA PERSPECTIVA INTERACCIONAL Y WITTGENSTEIN

En las primeras décadas del siglo xx, Ludwig Wittgenstein protagonizó el llamado “giro lingüístico” (o *linguistic turn*) en la investigación filosófica. Su visión sobre el lenguaje ha influenciado no solamente a estudios que tienen que ver con el lenguaje como tal, sino también a estudios relacionados con otros temas de las ciencias sociales (Trigg, 1990). De manera general, Wittgenstein

se dedicó a entender la naturaleza de los problemas filosóficos y a encontrar los métodos apropiados para estudiarlos (Carmona, 2015; McGinn, 1997). Principalmente, para él la falta de entendimiento de los problemas filosóficos se debía a la concepción que se tiene del *lenguaje*. En su obra, Wittgenstein formula dos ontologías del lenguaje contrastantes entre sí. En su primera filosofía, él define al lenguaje de manera tradicional; en concreto, define al lenguaje como algo lógico que limita nuestros pensamientos y que sirve solamente para describir la realidad y nombrar o denotar objetos en ella (Wittgenstein, [1921] 2001). En su segunda filosofía hay un cambio importante con respecto a esta concepción, ya que Wittgenstein hace una crítica contundente de ella y la considera ahora como una concepción primitiva.

En esta autocrítica, Wittgenstein ([1953] 1963) presenta el planteamiento de que el lenguaje no solamente tiene una función descriptiva, sino que tiene una gran diversidad de funciones a las que denomina *juegos del lenguaje*. El filósofo argumenta que el problema de la filosofía del lenguaje es que se piensa que el significado de las palabras está determinado por los objetos a los que éstas se refieren, cuando en realidad el significado de las palabras es determinado por el uso que se les da. En resumen, las palabras y las oraciones obtienen sus significados de los juegos del lenguaje en donde se encuentran o para lo que se utilizan. El significado del lenguaje está en su función o su uso. Dentro de la lingüística, esta segunda concepción del lenguaje encontró eco, por ejemplo, en el integracionismo lingüístico (Wolf y Harris, 1998), en la pragmática angloamericana (Levinson, 1983) y en la europeo-continental (Verschueren, 1999); también en la sociolingüística (Figuerola, 1994) donde incluso, de acuerdo con Pateman (1987), influyó las críticas que se le hicieron a la lingüística de Chomsky, donde se toma al lenguaje como una entidad individual y no social.

En cuanto a las afinidades entre el análisis conversacional y la segunda filosofía de Wittgenstein, Vázquez Carranza (2023) refiere que, si bien ambos paradigmas difieren en propósitos, ambos comparten una ontología del lenguaje similar: el lenguaje se define como un recurso para la realización de acciones sociales o juegos del lenguaje; el lenguaje es un fenómeno social, espacial y con temporalidad. Ambos enfoques ven al mutuo entendimiento o intersubjetividad como comportamiento colaborativo; precisan que el significado lingüístico es algo que se genera *in situ*, en la acción que los interactuantes realizan con el lenguaje mismo.

El análisis conversacional de alguna manera amplía y complementa la noción de Wittgenstein sobre el contexto como algo interaccional y emergente con los conceptos de par adyacente (Sacks, 1992), gramática sensible a su posicionamiento (Schegloff, 1996) y adscripción de la acción (Levinson, 2013). Vázquez Carranza (2023) también propone que si bien ambos métodos son enfoques inductivos y enfocados en el comportamiento generado por el uso del lenguaje y que para ambos las reglas del uso del lenguaje se despliegan colaborativamente y en el mutuo entendimiento de las personas, ambos difieren en su noción de reglas: para Wittgenstein las reglas son impuestas a los hablantes por la sociedad, mientras que para el análisis conversacional las reglas son simplemente elementos prácticos para el logro de actividades o acciones sociales.

Datos sensoriales y Wittgenstein

La segunda filosofía de Wittgenstein expone una ontología esencialmente “social” del lenguaje. Por ejemplo, Wittgenstein desarrolla ideas en contra de la existencia de un lenguaje privado (Wittgenstein, ([1953] 1963: §§ 244-271; Kripke, 1982). El filósofo nos hace pensar que sería absurda la existencia de un lenguaje que pudiera ser exclusivamente entendido solo por su creador, ya que el significado del lenguaje se genera y se practica de manera social, por lo tanto: ¿qué sentido tendría ponerle significados a un lenguaje privado si nunca se pondrían en uso? El significado es social.

Wittgenstein (1968) hace una extrapolación del argumento de lo “privado” al terreno de la percepción de la realidad o de la sensorialidad (Rhees, 1984). Al respecto, Wittgenstein ataca de manera particular algunas nociones de la teoría de los sentidos (*sense-data*), la cual sostiene, entre otras cosas, a) que las experiencias sensoriales se componen de información adquirida o experimentada directamente por nuestros sentidos antes de que ocurra cualquier otro proceso mental (como evaluar, afirmar, inferir, etc.) y b) que esta información es de carácter privado, es decir, que para tener acceso a ella se tiene que hacer una introspección que solo puede ser realizada por el experimentador (Hatfield, 2021; Pereira Gandarillas, 2013).

Dicho de otra manera, la teoría de los sentidos sostiene que la sensorialidad que tenemos de la realidad se basa en información sensorial y esta información consiste en experiencias de naturaleza privada. Zapardiel Arteaga (2007) hace

una síntesis y análisis de la crítica que Wittgenstein presenta sobre estas dos nociones en particular. De acuerdo al autor, Wittgenstein arguye que, si bien percibimos la realidad por los sentidos en forma de datos o información sensorial, tenemos que recurrir a la experiencia colectiva (que precede a nuestra propia experimentación) para así darle significado y nombrar una sensación en particular. Con respecto a la segunda noción, Zapardiel Arteaga nos dice que para Wittgenstein los objetos de experiencia sensorial (la información sensorial) no tienen una naturaleza netamente privada, ya que su aprendizaje y comunicación (la cognición de la sensorialidad) están sujetos al uso del lenguaje cuya naturaleza es pública y social. Wittgenstein asegura que “solo tú puedes saber qué color ves’. Pero si es verdad que solo tú puedes saber, no podrás ni siquiera enseñar este conocimiento ni podrás expresarlo” (Wittgenstein, 1968: 314).

En estas primeras secciones del trabajo he descrito el contexto teórico-metodológico en el cual se enmarca este estudio. En las siguientes secciones prosigo de lleno con el análisis del fenómeno en cuestión.

CARACTERÍSTICAS DEL CORPUS Y DEL AGUACATE

Como se dijo brevemente en la introducción, el fenómeno que se investiga en el presente trabajo es la inspección táctil de fruta que realizan particularmente los clientes durante la interacción de compra-venta. Los datos que se utilizan para analizar este fenómeno se toman de un corpus que se compone de 25 horas de videograbaciones realizadas en una verdulería de la ciudad de Toluca durante el año 2016. Los vendedores son cuatro hombres de entre 22 y 31 años de edad. Los vendedores son hablantes del otomí; sin embargo, todas las interacciones que tienen con sus clientes las realizan en español. Los clientes del establecimiento son, por lo general, vecinos del lugar.

El corpus se recolectó en un periodo de tres semanas; se utilizó una cámara Canon Legria HF R306. La cámara se mantuvo fija todo el tiempo y por lo reducido del espacio no se utilizó trípode, la cámara se colocó sobre los estantes de fruta. Afuera del establecimiento, la clientela fue informada verbalmente sobre la realización de la grabación y se colocó un letrero a un costado de la entrada avisando de la actividad de investigación. Ningún cliente manifestó inconformidad en participar.

Vázquez Carranza (2017a) realizó un análisis estructural y secuencial de las interacciones de compraventa de este corpus. De acuerdo a este estudio, estas interacciones se conforman generalmente por las etapas descritas en la tabla 1.

TABLA 1. ESTRUCTURA GENERAL DE LA INTERACCIÓN DE COMPRVENTA EN UNA VERDULERÍA
(VÁZQUEZ CARRANZA, 2017A: 717)

Etapas	Ejemplo
Apertura	01 Cl: Buenos días
	02 Ve: Buenos días
	03 Cl: ((toma una papaya))
	04 Cl: a cómo la papaya,
	05 Ve: quince pesos el kilo
Pedido y surtido del producto	06 Cl: ((examina la papaya y se la da al Ve))
	07 Cl: [me da esta= si estará buena?
	08 Ve: (((recibe la papaya))
	09 Cl: No estará pasada?
	10 Ve: ((examina la papaya))
	11 Ve: No. está buena
	12 Cl: ((asiente ligeramente)) ah bueno
	13 Cl: la naranja a cómo?
	14 Ve: a cinco pesos el kilo
	15 Cl: °no nada más (eso)
	16 Ve: ((pesa la papaya y pone en bolsa))
Intercambio comercial	17 Ve: Serían veinticuatro de la papaya por favor
	18 Cl: ((saca el dinero, lo cuenta))
	19 Ve: ((el Ve le da la bolsa al Cl,
	20 intercambian dinero y bolsa))
Cierre	21 Ve: Gracias
	22 Cl: (Si)((sale del establecimiento))

En cuanto a la estructura secuencial, el autor menciona que la interacción de compraventa consiste de dos pares adyacentes base (Schegloff, 2007; Vázquez Carranza, 2017a), el de la compra y el de la venta. El par adyacente de la compra se conforma de la acción de pedir y dar el producto (p. ej., líneas 07

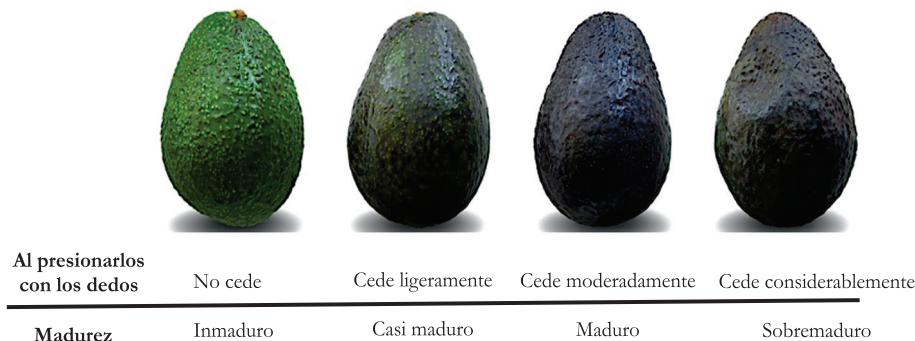
y 20 respectivamente de la tabla 1); por su parte, el par adyacente de la venta se compone de pedir y dar el dinero (p. ej., líneas 17 y 20 respectivamente de la tabla 1). Las inspecciones sensoriales que se identificaron para este estudio ocurren dentro del pedido y surtido del producto y como parte del par adyacente de la compra. Más adelante se describirá a detalle su contexto secuencial.

TABLA 2. DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE INSPECCIONES SENSORIALES IDENTIFICADAS EN EL CORPUS DE ACUERDO AL PRODUCTO

Producto	Aguacate	Guayaba	Mandarina	Mango	Papaya	Plátano	Pera	Jitomate	Toronja	TOTAL
No. de inspecciones	12	1	1	4	4	6	1	1	1	31

Como muestra la tabla 2, en el corpus se identificaron 31 inspecciones sensoriales de diferentes productos, la mayoría de las inspecciones, en concreto 12, fueron realizadas a aguacates. Para investigar la inspección sensorial como actividad metódica, sistemática y corporal en este contexto interaccional, este estudio se enfoca solamente en las inspecciones de aguacates; esto porque además de ser el producto más inspeccionado sensorialmente es un producto que para identificar su estado, se requiere tanto información visual como táctil.

FIG. 3. ESPECTRO DE LOS ESTADOS DE MADUREZ DEL AGUACATE HASS.



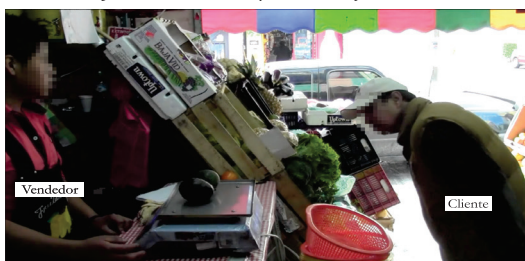
El estado de madurez del aguacate se identifica mediante dos características en particular: su color y firmeza. En la figura 3 se muestra el espectro de los estados de madurez del aguacate Hass que es el tipo de aguacate vendido en la verdulería en cuestión. Entre más firme o duro esté el aguacate, más tiempo le tomará llegar a su madurez óptima para ser consumido; y, por el contrario, entre más blando o aguado se sienta el aguacate, más habrá pasado su tiempo de madurez óptima. Un aguacate se considera maduro cuando tiene un color oscuro y al presionarlo con los dedos ligeramente la piel del aguacate se hunde o cede un poco. Sin duda el color es un factor importante para determinar su madurez, sin embargo, la firmeza es fundamental, ya que el color puede indicar que el aguacate está maduro, pero es necesario examinarlo de manera táctil para confirmarlo. Por lo general, la elección de un aguacate para su compra está determinada por el tiempo para cuando se tiene planeado su consumo y su estado de madurez. Los siguientes apartados del trabajo consisten en la presentación del análisis de la práctica sensorial en cuestión. La inspección de los datos se realiza tomando en cuenta la perspectiva del análisis conversacional multimodal descrita en la segunda sección del artículo. En el último apartado del trabajo, y a manera de cierre, se discuten los resultados del análisis y su relación con los sustentos teórico-metodológicos del estudio.

MOMENTOS SECUENCIALES DE LA INSPECCIÓN SENSORIAL

Si bien todas las inspecciones sensoriales que se identificaron ocurren dentro de la etapa del pedido y surtido del producto (véase la tabla 1), en general existen dos contextos distintos en donde tienen lugar. Uno es cuando el cliente va a la verdulería a comprar específicamente aguacate; es decir, el aguacate es el único producto que se pide y compra. El segundo contexto es cuando el aguacate es solo uno de los productos que se piden; en este caso, el pedido del aguacate ocurre antes que el de otros productos, o bien, ocurre junto con el pedido de otros productos que se solicitan o incluso puede ocurrir hasta el final de esta etapa. De manera particular, la secuencia interaccional en donde ocurren las inspecciones sensoriales de los aguacates se compone de tres momentos específicos, los cuales son: petición, presentación, e inspección. Estos momentos están ejemplificados en la tabla 3 a continuación.

TABLA 3. MOMENTOS SECUENCIALES DE LA INSPECCIÓN SENSORIAL

Momento	Ejemplo	
Petición del aguacate	...	
	04 Cl: Aguacate tiene?	
	05 Ve: Sí cuántos aguacates quiere,	
	06 Cl: A cómo está.	
	07 Ve: El kilo treinta y cinco	
	08 (3)	
	09 Cl: A ver dame unos do::s	
	10 Ve: ((toma los aguacates de una caja))	
	11 Cl: Pero que sean para ahorita joven por fa	
	12 Ve: Sí.	
	Presentación del aguacate	13 Ve: ((limpia la báscula y pone los aguacates sobre ella))
		14 Ve: diez y nueve
Inspección sensorial del aguacate	15 Cl: ((mira los aguacates)) más chiquitos(no hay)	



#Fig. 1

16	Ve: no. solamente así de ese tamaño
17	Cl: Ya estarán? = #fig. 2 a
18	Ve: =Ya. #fig. 2 b



#Fig. 2a

#Fig. 2a

El primer momento es la petición o solicitud del aguacate por parte del cliente. Como lo muestra el extracto de la tabla 4, la petición del producto, la cual ocurre en las líneas 09 y 11, fue contingente a que se cumplieran dos condiciones: que hubiera en existencia el producto, líneas 04 y 05, y que el vendedor aceptara comprar el producto al precio en el que se vende, líneas 06 y 07. El segundo momento ocurre cuando el vendedor le presenta el producto al cliente; en este caso el vendedor saca los aguacates de atrás del mostrador y los coloca sobre la báscula, ante el cliente. Enseguida el cliente realiza una inspección sensorial del producto, lo ve y lo toca con la mano. En esta secuencia de eventos, el cliente y el vendedor, de manera gradual, van construyendo interaccionalmente un foco mutuo y un espacio común de carácter intersubjetivo, interpersonal y comunicativo. Mondada (2008) denomina a estos espacios como espacios interaccionales (*interactional spaces*). En las secciones siguientes se describe con detalle cada uno de los momentos secuenciales de la inspección sensorial de los aguacates.

PETICIÓN Y PRESENTACIÓN DEL AGUACATE

Los momentos de la petición y presentación del producto, en este caso de los aguacates, constituyen el preámbulo de la inspección sensorial que el cliente le hace al producto. Los antecedentes secuenciales de la solicitud del producto pueden ser presecuencias donde el cliente pregunta por la existencia y el precio del producto en cuestión, como lo muestra el ejemplo de la tabla 4 y el extracto (2). El cliente también puede realizar la solicitud directamente sin este tipo de presecuencias en particular.

En general, en la petición del producto, el cliente indica las características del pedido; por ejemplo, la cantidad, tamaño y qué tan maduro quiere el aguacate. En los ejemplos del corpus, solo cuatro de las peticiones indican el estado de maduración requerido; particularmente los clientes solicitan que los aguacates estén ya listos para comerse. Hasta el momento de la petición del producto, se puede decir que el aspecto físico de los aguacates no es necesariamente relevante en la interacción; sin embargo, esto cambia a partir de la presentación del producto por parte del vendedor como se mostrará más adelante. Ante el pedido del cliente, el vendedor se dirige al lugar donde tiene almacenados los aguacates detrás del mostrador para abastecer el producto y presentárselo

al cliente; es decir, el primero que inspecciona el producto es el vendedor. Por ejemplo, en el siguiente extracto encontramos una inspección sensorial realizada por el vendedor después de que el cliente realiza el pedido.

(2) V03.3-06-Aguacate

[Cl: Cliente, Ve: Vendedor]

- 01 Cl: Buenos días.
- 02 Ve: Buenos días joven
- 03 Cl: Aguacate tiene,
- 04 Ve: Sí.
- 05 Cl: Me das uno por fa
- 06 Ve: ((se voltea a tomar el aguacate)) #fig. 4 a, b, c

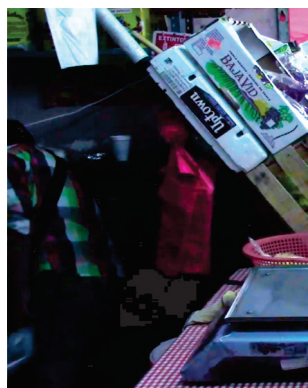


Fig. 4a

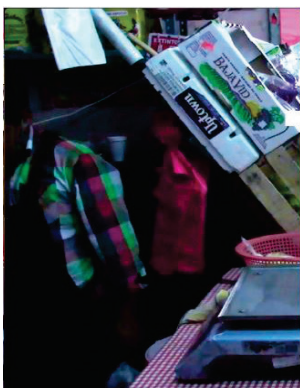
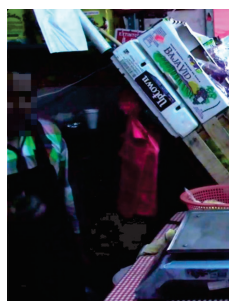


Fig. 4b

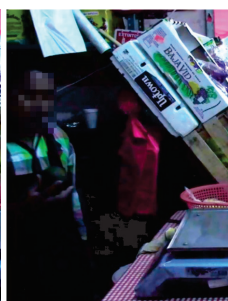


Fig. 4c

- 07 Ve: [para hoy ira joven
[#fig. 5 a, b, c, d]]



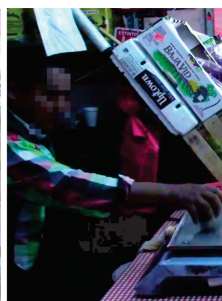
#Fig. 5a



#ffig. 5b



#Fig. 5c



#Fig. 5d

- 08 Ve: (((teclea en la báscula))
 09 Cl: [Sí.
 10 Ve: Nueve pesos.
 11 Cl: ((saca el dinero [estira la mano para pagar]))

En la secuencia de la fig. 4 se observa al vendedor tomando el aguacate (fig. 4 a) y dirigiéndose de nueva cuenta al mostrador donde se encuentra la báscula (figs. 4 b y 4 c) y del otro lado el cliente. Por la posición de la cámara no se puede observar la configuración de la mano del vendedor en el momento exacto de tomar el aguacate de atrás del mostrador; es decir, el momento cuando selecciona el aguacate. Dada la inmediatez del tiempo que transcurre desde que el vendedor va por el aguacate (línea 06) y la secuencia de la fig. 4, se puede asumir que el vendedor tenía los aguacates preseleccionados por estados de madurez lo cual es una práctica común. Desde la fig. 4c se identifica al vendedor sosteniendo el aguacate con todos los dedos de la mano y con la palma volteada hacia arriba. Estos movimientos son la antesala de lo que ocurre enseguida que es la presentación del producto ante el cliente.

En las figs. 5 a, b, c, se observa al vendedor lanzando ligeramente el aguacate al aire (fig. 5 b) y atrapándolo (fig. 5 c) para después ponerlo sobre la báscula. El vendedor realiza esta secuencia de movimientos (fig. 5 a, b, c y d) a la par que hace una evaluación del aguacate indicando, mediante una elipsis, que el producto está maduro o listo para consumirse ese día: “para hoy ira, joven” (línea 07). Ambas acciones en conjunto constituyen parte del proceso y resultado de la inspección sensorial del vendedor. El vendedor exhibe con el lance y atrape del aguacate que su evaluación del producto está sustentada en una inspección sensorial; en otras palabras, el vendedor hace pública su selección e inspección sensorial del producto. Este formato de inspección por parte del vendedor se puede etiquetar como una inspección sensorial profesional (véase Goodwin 1994; Mondada 2021). Ya el aguacate en la báscula, el vendedor lo pesa y anuncia el precio, línea 08, con lo cual concluye la presentación del producto. El cliente por su parte, enseguida, acepta el aguacate que se le presenta y muestra su disposición a pagar por él, líneas 10 y 12 respectivamente. Cabe mencionar que la interacción de este extracto es la única donde el cliente no inspecciona, por lo menos, de manera táctil el aguacate.

En cuanto a las presentaciones del producto ante el cliente, se identificaron dos tipos de presentaciones de los aguacates por parte del vendedor. Una de

ellas es cuando el vendedor pone en la báscula los aguacates como lo muestra la tabla 4 y el extracto (2). El segundo tipo es cuando el vendedor le da en mano los aguacates al cliente, como se muestra en el extracto (3).

(3) V011.07-12 Aguacates

- 01 Cl: dos aguacates
 02 Ve: ((toma una hoja y pluma y se dispone a escribir))
 03 °veintisiete y dos.° y dos aguacates
 04 ((toma una bolsa de plástico y mete en ella unas naranjas y una papaya))
 05 Cl: uno para hoy y otro para ()
 06 Ve: (6) ((sale del cuadro de la cámara))
 07 Ve: ((regresa a cuadro)) a ver si así. #fig. 6 a, b, c



#Fig. 6a

#Fig. 6b

#Fig. 6c

Aquí se puede observar en las líneas 01 y 05 del extracto que el pedido de la clienta contiene especificaciones con respecto a la cantidad y madurez de los aguacates. En este caso, el vendedor, en lugar de ponerlos en la báscula y pesarlos, primero le pregunta a la clienta si está de acuerdo con los aguacates que seleccionó para ella (línea 07), el vendedor extiende la mano con los aguacates hacia la clienta (fig. 6 a) y esta los toma (fig. 6 b y c).

Es importante mencionar que las peticiones y presentaciones del producto de la tabla 4 y las de los extractos (2) y (3) son diferentes. El pedido del producto en la tabla 4 y el del extracto (3) especifican la cantidad, el tamaño y la madurez de los aguacates que se piden, mientras que en la petición del extracto (2) se pide el producto sin especificación alguna. De manera similar, las presentaciones del producto en la tabla 4 y del extracto (3) no conllevan una muestra pública de la inspección sensorial de los aguacates por parte del vendedor o por lo menos no se registraron a cuadro, a diferencia de la presentación del aguacate en el extracto (2). En los ejemplos del corpus no se

identifica ninguna correlación entre el formato del pedido y el formato de la presentación del mismo ya que, por ejemplo, aunque el cliente haya especificado la madurez requerida del aguacate, el vendedor a la hora de presentarle el aguacate no necesariamente se lo da en la mano ni le solicita al cliente su confirmación, como en el extracto (3). Puede ser también que, aunque el cliente mencione en su solicitud especificaciones en cuanto a la madurez, el vendedor, al atender el pedido, ponga el aguacate sobre la báscula directamente sin antes dárselo al cliente.

INSPECCIÓN SENSORIAL DEL AGUACATE

Los sentidos que se utilizan en la inspección sensorial de los aguacates son la vista y el tacto. Como se mencionó anteriormente, la inspección se realiza con la finalidad de identificar el grado de madurez del producto. Por lo general, el cliente inspecciona el aguacate para comprar uno ya maduro. Este apartado se enfoca primero en analizar la inspección visual para después describir la inspección táctil.

Inspección visual

Considerando que en los ejemplos del corpus el cliente siempre mira primero directamente el aguacate antes de inspeccionarlo de manera táctil, se puede argumentar que la primera experiencia sensorial del cliente con el aguacate es visual. Por ejemplo, el extracto (4) inicia en el momento en que el vendedor pone en la báscula el aguacate, el cual fue solicitado por la cliente con anterioridad. La cliente inmediatamente mira el aguacate en la báscula (fig. 7 a) y se acerca para tomarlo e inspeccionarlo táctilmente (fig. 7 b y c).

Las inspecciones visuales pueden ser más elaboradas en cuanto al despliegue corporal del cliente. Por ejemplo, en el extracto (1) (reproducida una parte como extracto (5), abajo) podemos ver que después de que el vendedor pone los aguacates sobre la báscula, el cliente dirige su mirada hacia ellos (fig. 8) y pregunta si el vendedor cuenta con aguacates más pequeños a la vez que se

inclina para ver los más de cerca (fig. 9) para después inspeccionarlos táctilmente (fig. 10).

(4) V019.05-10 aguacates

01 Ve: ((pone el aguacate sobre la báscula) #fig. 7 a, b, c



#Fig. 7a

#Fig. 7b

#Fig. 7c

02 Cl: ((pone el aguacate en la báscula))

03 No. otro más aguadito

(5) V02.16-55-Aguacates

01 Ve: ((limpia la báscula y pone los aguacates sobre ella))

02 Ve: diez y nueve #fig. 8



#Fig. 8

03 Cl: [más chiquitos (no hay)]

04 [#fig. 9



#Fig. 9

05 Ve: no. solamente así de ese tamaño

[#fig. 10



#Fig. 10

Cl: [Ya estarán? ((dirige su mano a inspeccionar los aguacates))

Estos ejemplos muestran que la inspección visual no es suficiente para determinar la madurez del aguacate. Un ejemplo más claro en ese sentido es el que encontramos en el extracto (6).

Después de que le presentan el aguacate, la cliente dirige su mirada hacia el aguacate (fig. 11 b) e inclina la cabeza manteniendo la mirada en el aguacate (fig. 11 c). El vendedor pesa el aguacate y le anuncia el precio a la cliente, concluyendo así la presentación del producto. La cliente responde a este anuncio frunciendo el ceño en señal de sorpresa y evalúa el aguacate (línea 05). Después de un espacio de tiempo de 12 segundos, en la línea 07 la cliente pide confirmación, de parte del vendedor, de que el aguacate no esté duro.

La solicitud de confirmación de la cliente sugiere que el aguacate que se le presentó no tiene el estado de madurez que necesita; es decir, que el vendedor no le está dando el producto que la cliente quiere comprar. Ante esto, el vendedor reitera que el aguacate no está como lo sugiere la cliente y se lo ofrece para que la cliente lo inspeccione táctilmente (fig. 12).

(6) V07.12-48 Aguacate duro

01 Ve: ((coloca el aguacate sobre la báscula, #fig. 11 a)) fig. 11 b, c



#Fig. 11a



#Fig. 11b



#Fig. 11c

02 Ve: ((lo pesa en la báscula, después lo toma))

03 Once.

04 Cl: ((frunce el ceño))

05 °pues ya qué° () están muy grandotes.

06 (12)

07 Cl: y no están duro↓

08 (2)

09 Ve: no, mire.

10 #fig. 12



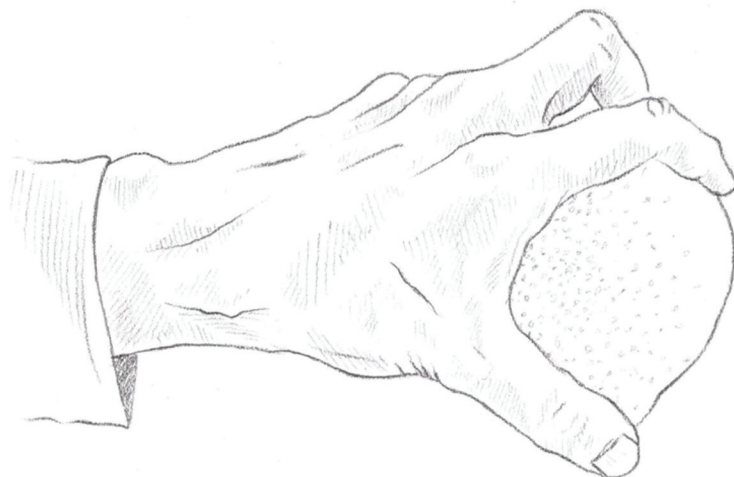
#Fig. 12

Inspección táctil

En general, la inspección táctil consiste en ejercer presión sobre la piel del aguacate para determinar qué tan duro o blando está y así determinar su madurez; es decir, se hace un diagnóstico táctil (*diagnostic touch*, Mondada 2021). En el corpus se identificaron dos configuraciones de la mano al realizar la inspección táctil del aguacate: una donde el cliente sostiene el aguacate en el aire con la palma de la mano hacia arriba, como en la figura 13; y a la otra cuando el aguacate permanece en la báscula, es decir, el cliente no lo levanta, el cliente realiza el tacto con la palma de la mano hacia abajo, como muestra la figura 14.

Fig. 13. PALMA HACIA ARRIBA EN EL AIRE



Fig. 14. PALMA HACIA ABAJO SOBRE BÁSCULA

La configuración de la palma hacia arriba ocurre cuando el cliente toma el aguacate directamente de la báscula, o bien, el vendedor se lo da en la mano. En la figura 15 se muestra un ejemplo de la secuencia de movimientos de esta configuración de inspección. La figura corresponde a los momentos siguientes de la interacción presentada en el extracto (4), en donde la cliente rechaza el aguacate que se le presentó por lo que el vendedor le presenta otro aguacate; esta vez se lo da en la mano. Como se observa en la figura la cliente toma el aguacate cubriéndolo con toda la mano, palma hacia abajo, lo sostiene en el aire (fig. 15 a) y con un giro de muñeca lo voltea hacia arriba, lo manipula con los dedos, por ejemplo, lo puede rotar un poco (fig. 15 b, c, d). En esta posición la cliente ejerce una ligera presión empujando la piel del aguacate hacia adentro. Al concluir, la cliente pone el aguacate en la báscula (fig. 15 e).

La configuración de la inspección con la palma de la mano hacia abajo ocurre cuando el cliente no levanta el aguacate de la báscula, sino que realiza la inspección sobre ella. Un ejemplo de esta configuración está presente en la interacción del extracto (5) y en la figura 16 se observa la secuencia con más detalle. Una vez que el cliente realiza la inspección visual de los aguacates (véanse las figuras 8 y 9), el cliente levanta el brazo y lo dirige hacia la báscula (fig. 16 a); sin levantar el aguacate de su lado izquierdo lo toca principalmente con los dedos índice y pulgar y lo mueve ligeramente (fig. 16 b), enseguida

repite el mismo procedimiento con el aguacate de su lado derecho (fig. 16 c). Al terminar baja la mano y observa el dinero que trae en la mano con la que realizó la inspección. Se puede asumir que debido a que sostenía dinero en la mano inspectora no utilizó la mano completa para realizar la inspección.

FIG. 15. SECUENCIA DE INSPECCIÓN PALMA HACIA ARRIBA.



#Fig. 15a



#Fig. 15b



#Fig. 15c



#Fig. 15d



#Fig. 15e

FIG. 16. SECUENCIA DE INSPECCIÓN PALMA HACIA ABAJO



#Fig. 16a

#Fig. 16b



#Fig. 16c

#Fig. 16d

La figura 17 también muestra un ejemplo de la realización de la inspección visual y táctil de manera simultánea. Si bien, el cliente puede seguir mirando el aguacate mientras lo inspecciona de manera táctil, también puede ser que el cliente dirija su mirada hacia otros lados. Por ejemplo, en el extracto (7) la cliente, después de tomar el aguacate, mantiene su mirada en el aguacate y comienza a manipularlo, en seguida de manera simultánea la cliente voltea a ver al vendedor (fig. 17 b) y le hace una pregunta, línea 03. Enseguida, la cliente voltea a su izquierda para después regresar la mirada hacia el vendedor (fig. 17 c). La cliente manipula el aguacate durante todo este tiempo.

(7) V26.18-40 Aguacate

01 Cl: ((toma el aguacate)) #fig. 17 a

02 (.)

03 Cl: [Este ya está verde todavía
[#fig. 17 b

04 Ve: No, ya está bueno. #fig. 17 c, d



En cuanto al acompañamiento verbal de la inspección sensorial de otras acciones sociales de la interacción, se identificó en los datos que el cliente después de su inspección o durante ella, realiza un dictamen sobre la madurez del aguacate. Por ejemplo, en el extracto (7) podemos ver que la cliente realiza una solicitud de confirmación, la cual refleja una evaluación del aguacate con respecto a su madurez, línea 03. El vendedor en el momento siguiente no confirma la evaluación de la cliente, la contradice, línea 04. Los dictámenes no necesariamente son explícitos como el que hace la cliente en este caso, también pueden venir empaquetados en otras acciones, por ejemplo, en el extracto (4), arriba, la cliente rechaza el aguacate y pide “uno más aguadito” indicando con ello que el aguacate que le presentó el vendedor estaba un tanto duro. Algo similar ocurre en el extracto (5) cuando el cliente, al observar los aguacates, le pregunta al vendedor si no tiene otros aguacates más pequeños, solicitando así el cambio del producto e indicando con esto que los aguacates que le presentó el vendedor son demasiado grandes. En los ejemplos citados se pueden calificar los dictámenes como negativos ya que muestran que el producto presentado por el vendedor no cumple completamente con lo esperado por el cliente. Por otro lado, un dictamen positivo es aquel en donde el producto es aceptado por el cliente sin ningún tipo de resistencia; es decir, se indica que el producto presentado ante el cliente cumple con las especificaciones requeridas. Como ejemplo de este tipo de dictamen se puede observar el extracto (8), el cual inicia cuando el vendedor le presenta los aguacates a la cliente y los pesa en la báscula.

(8) V22.30.05 Aguacate

01 Ve: ((pesa dos aguacates en la báscula))

02 ve::intiuno

03 Cl: Sí, está bien.

[#fig. 18 a, b

04 [no están muy ()



#Fig. 18a

#Fig. 18b

05 Cl: Sí sí ya están buenos. Es que como los vi

06 verdes de la cascarita.

07 Ve: Sí están bueno

Después de mostrar su acuerdo con el precio que le da el vendedor, la cliente se acerca a la báscula e inspecciona los aguacates con la mano al unísono que produce la línea 04, la cual parece ser una evaluación negativa; sin embargo, al haber inspeccionado los aguacates táctilmente, la cliente da un dictamen positivo de los aguacates y da una explicación del porqué realizó la inspección táctil. También se puede tomar como dictamen positivo y de aceptación del producto el hecho de no producir ningún tipo de expresión verbal ante los aguacates como sucede en el extracto (2) analizado anteriormente.

En los ejemplos identificados en el corpus los clientes, a pesar de mostrar cierta resistencia al producto que les presentaba el vendedor, en todos los casos se realizó la compra del producto, la cual se llevaba a cabo de manera inmediata, o bien, después que el vendedor le surtiera los demás productos al cliente.

CIERRE: MATERIALIDAD, WITTGENSTEIN Y AGUACATES

En términos generales, este estudio ha analizado un evento interaccional en donde los individuos realizan la actividad de sentir y experimentar una parte de su mundo y realidad: la inspección sensorial de aguacates durante la compraventa en una verdulería. Atendiendo a un enfoque analítico-conversacional

multimodal, el análisis ha expuesto las acciones sociales que conforman y rodean a esta actividad interaccional.

Se identificó que la secuencialidad de la inspección sensorial en cuestión consiste en tres momentos específicos generados de manera intersubjetiva y enfocados en el producto a comprar y vender. Estos momentos son: la petición, la presentación, y la inspección del producto. La petición y presentación del aguacate son, en conjunto, el preámbulo a la inspección sensorial y ambas acciones conforman el par adyacente de la compra. En la petición, a través de presecuencias o de manera directa, se establecen las características esperadas del producto por parte del cliente. La presentación del aguacate ante el cliente, por parte del vendedor, es el momento interaccional en donde la sensorialidad del producto comienza a ser relevante en el encuentro. En la presentación del producto, el vendedor puede llevar a cabo una inspección sensorial de manera pública en beneficio del cliente; es decir, para mostrarle al cliente que le está presentado un buen aguacate.

A partir de que el vendedor pone a la vista del cliente el producto, el cliente se aproxima físicamente al aguacate. La inspección sensorial inicia de manera visual, el cliente mira directamente el aguacate, la inspección visual puede ser simple o elaborada. La inspección visual no es suficiente para poder determinar el estado de madurez del aguacate, es necesario para ello la inspección táctil del mismo, la cual ocurre enseguida de la visual.

La inspección táctil consiste en tocar el aguacate con la mano. Se identificaron dos configuraciones de la mano al tocar el aguacate: la palma de la mano hacia arriba y la palma de la mano hacia abajo. Al tocar los aguacates se ejerce presión con los dedos para, de esta manera, evaluar su madurez; es decir, realizar un diagnóstico táctil (Mondada 2021) . El cliente acompaña su inspección sensorial con un dictamen sobre la madurez del aguacate. El dictamen puede ser positivo o negativo. El primero se refiere a la acción de mostrar resistencia por medio de cuestionamientos y observaciones sobre el aguacate; por otro lado, el dictamen positivo es la acción de aceptar el producto sin ningún tipo de resistencia.

Las interacciones de compraventa son ejemplo de habla institucional; es decir, interacciones que ocurren en contextos ocupacionales que, comparadas con las interacciones cotidianas (p. ej. entre familiares y amigos), tienen limitaciones del tipo estructural y de lo que se espera o es permitido que ocurra dentro de su desarrollo (Drew y Heritage, 1992; Vázquez

Carranza, 2017a). En este sentido, el carácter institucional de la sensorialidad radica en que es una herramienta utilizada para el logro de objetivos propios de la interacción de compraventa: el cliente utiliza sus sentidos, vista y tacto, para inspeccionar y verificar que el producto que se le está presentando es el que cumple con sus requerimientos para su compra. En lo particular, en cuanto a la interaccionalidad y multimodalidad del evento, el contexto secuencial de la inspección sensorial es un momento donde progresivamente se establece un foco de atención mutuo y un espacio interaccional común (Mondada, 2008, 2018a) entre el vendedor y el cliente.

Mondada (2018a, 2021), por ejemplo, describe el espacio interaccional de la degustación de queso en tiendas gourmet en diferentes países europeos. De manera similar a lo que expone Mondada (2008, 2021), el presente estudio señala las características organizacionales de la multisensorialidad y multimodalidad en la interacción social; indica además cómo las actividades sensoriales están incrustadas en actividades más globales, como la compraventa; muestra cómo la sensorialidad se hace un acto público y un acto metódico, y ofrece evidencia de cómo se usa como herramienta interaccional para el logro de objetivos institucionales. De manera similar a lo que argumenta Mondada (2021: 254) en su estudio, podemos decir que las prácticas sensoriales, en este caso las táctiles, están circunscritas social, normativa e institucionalmente siendo que forman parte de la organización de las actividades realizadas *in situ* en la verdulería.

En concepciones wittgensteinianas se puede decir que las inspecciones sensoriales de los aguacates se realizan dentro de un juego del lenguaje; incluso, la inspección misma es un juego del lenguaje, es una acción que sirve para un fin práctico interaccional comunicativo con significado, siendo este la muestra pública de conocimiento y experiencia. El significado de la inspección sensorial se genera o se logra de manera contextual, *in situ*, y es producto de la intersubjetividad de los participantes, i.e. del vendedor y el cliente. En este mismo sentido, se puede decir que la sensorialidad (al igual que el lenguaje) es algo esencialmente social, ya que, como argumenta Wittgenstein para darle nombre y significado a lo que percibimos por medio de nuestros sentidos, tenemos que recurrir a la experiencia colectiva. En este caso, al sentir el resultado de la presión que se ejerce con los dedos sobre la piel del aguacate y al percibir el color del aguacate inspeccionado debemos de recurrir a experiencias previas de otros individuos para poder determinar

su madurez y dictaminarlo. Como dice Wittgenstein (1968: 291), la frase “darle nombre a una sensación” no significa nada a menos que yo ya sepa en qué tipo de juego del lenguaje se ha de usar ese nombre. Es decir, para Wittgenstein las experiencias, así como el lenguaje, se comunican y aprenden de manera pública y social. El presente análisis interaccional es un ejemplo de cómo este tipo de investigaciones pueden traer al terreno de lo práctico o empírico algunos elementos de la filosofía del segundo Wittgenstein (véase Lynch 1993; Peräkylä y Silverman, 1991; Vázquez Carranza 2023).

Lo que se observa en los ejemplos presentados es lo genérico del logro interaccional de las inspecciones sensoriales del aguacate. Se observa cómo la sensorialidad se puede entender e investigar como un fenómeno intersubjetivo, el cual es en sí un logro interaccional y se genera de manera metódica y sistemática. Para sustentar la noción de que la sensorialidad puede ser descrita como un logro interaccional, podemos presentar concretamente tres argumentos. El primero es lo expuesto en el párrafo anterior; es decir, conceptualizar la sensorialidad a la Wittgenstein: la sensorialidad es esencialmente social, ya que para nombrar o hablar sobre una sensación, tenemos que recurrir a la experiencia colectiva (p. ej., nombrar a un aguacate maduro). El segundo argumento tiene que ver con lo denominado *carácter público* de las prácticas sensoriales (Mondada, 2021), es decir, que la percepción sensorial en público conlleva el despliegue de conductas multimodales (p. ej., miradas, movimientos de partes del cuerpo, gestos, desplazamientos en el espacio físico de la interacción, etc.) que pueden ser observadas e identificadas por los copartícipes de la interacción.

Al ejecutor de dichas conductas se le puede pedir una explicación de las mismas, o bien, las prácticas sensoriales son relevantes para el desarrollo de la interacción. En otras palabras, en las prácticas sensoriales interviene el cuerpo del experimentador, lo cual implica comportamientos que pueden ser traídos a colación en el evento interaccional e incluso pueden ser el foco principal de la interacción (p. ej., la inspección táctil del aguacate en la secuencia sensorial descrita aquí).












El tercer argumento (que está relacionado con el anterior) es el hecho de que “las prácticas sensoriales están incrustadas en el curso de actividades interaccionales” (Mondada, 2021: 487) (p. ej., en la compraventa de aguacates).















En la interacción, las prácticas sensoriales pueden producirse como respuesta a una acción anterior y pueden causar acciones futuras, lo que las hace ser en sí acciones sociales generadas y tratadas dentro de la intersubjetividad de la interacción social.

Como se mencionó con anterioridad, la inspección táctil de los productos, en este caso de los aguacates, es un ejemplo de conocimiento y *expertise* (véase Mondada 2018a, 2021; Keisanen and Rauniomaa, 2019), ya sea por parte del vendedor o del cliente. Es una muestra de conocimiento teórico y práctico de los estados y características de la madurez del aguacate y además de experiencia de cómo manipular un aguacate con la mano para determinar de esta manera si el estado de madurez del aguacate es el que se requiere, en este caso por el cliente. Las asimetrías epistémicas son comunes en interacciones institucionales (p. ej. en las consultas médicas), se puede decir que es una de sus características. En tales circunstancias, el rol institucional del vendedor implica que él sepa sobre lo que vende; i.e., que sepa las características físicas del proceso de madurez del aguacate. El cliente, por su parte, no necesariamente se espera que tenga conocimiento especializado sobre lo que va a comprar. En la colección de ejemplos que se investigó, solamente en uno (el extracto 2) el cliente no inspecciona, por lo menos de manera táctil, el producto. En todos los demás casos el cliente despliega de manera multimodal su conocimiento y *expertise* sobre el tema mediante la inspección o diagnóstico táctil y visual. Investigaciones futuras sobre este respecto podrían localizar con mayor profundidad de análisis las características interaccionales y multimodales de los territorios epistémicos del vendedor y el cliente. De igual manera, futuras investigaciones pueden enfocarse en la descripción de la practica sensorial en cuestión en otros contextos; por ejemplo, en otros lugares del país y así contrastar lo encontrado en este análisis, el cual está limitado al contexto del corpus que se utilizó.

Esta investigación muestra, en términos generales, cómo la cotidianidad interactiva de los individuos es un producto esencialmente sistemático y metódico. El estudio atiende al llamado a buscar explicaciones sobre las actividades interpersonales en donde los individuos experimentan sensaciones que se hacen públicas en favor del mutuo entendimiento y del logro de objetivos interaccionales específicos.



BIBLIOGRAFÍA

- Antonopoulou, Eleni (2021), “Brief service encounters: Gender and Politeness”, en Arin Bayraktaroglu y Maria Sifianou (eds.), *Linguistic Politeness across Boundaries: The Case of Greek and Turkish*, Amsterdam/Filadelfia, John Benjamins, pp. 241-269. 
- Attfield, Judy (2000), *Wild things: The material culture of everyday life*, Oxford, Berg. 
- Carmona, Carla (2015), *Wittgenstein: La conciencia del límite*. Buenos Aires, EMSE EDAPP. 
- Clift, Rebecca (2005), “Discovering order”. en *Lingua* 115(11), pp. 1641-1665. 
- Cortés Rodríguez, Luis (2021), *Aproximación al dominio Análisis del discurso y su incidencia en la lengua española: Nombres, teorías, corrientes*, Vizcaya, Universidad de Almería.
- Day, D. y J. Wagner (2014), “Objects as tools for talk”, en Nevile, Maurice, Pentti Haddington, Trine Heinemann y Mirka Raunioma (eds.), *Interacting with objects: language, materiality and social activity*, Filadelfia/Amsterdam, John Benjamins Publishing, pp. 101-124. 
- Douglas, Mary y Isherwood, Baron C. (1996), *The world of goods: Towards an anthropology of consumption*, Londres, Routledge. 
- Drew Paul and Heritage, John (eds.) (1992), *Talk at Work: Interaction in Institutional Settings*, Cambridge, Cambridge University Press. 
- Enfield, Nick J. y Jack Sidnel (2017), *The Concept of Action*. Cambridge, Cambridge University Press. 
- Félix-Brasdefer, Julio Cesar (2015), *The Language of Service Encounters: A Pragmatic-Discursive Approach*, Cambridge, Cambridge University Press. 
- Félix-Brasdefer, Julio Cesar y Placencia, Maria Elena (eds.) (2019), *Pragmatic variation in service encounter interactions across the Spanish-speaking world*, London, Routledge. 
- Flores Farfán José Antonio (1984), “La interacción verbal de compra-venta en mercados otomíes”, *Cuadernos De La Casa Chata*, 103, pp. 1-203.
- Figuroa, Esther (1994), *Sociolinguistic metatheory*, Oxford, Pergamon.
- Garfinkel, Harold (1967), *Studies in ethnomethodology*, Cornwall, Prentice-Hall Inc. 
- Garfinkel, Harold y Harvey Sacks (1970), On formal structures of practical action, en John D. McKinney y Edward A. Tiryakian (eds.), *Theoretical sociology:*

- Perspectives and developments*, Nueva York, Appleton-Century-Crofts, pp. 338-266. 
- Goodwin, Charles (1981), *Conversational Organization: Interaction between Speakers and Hearers*, Londres, Academic Press. 
- Goodwin, Charles (1994), Professional vision. *American Anthropologist*, 96(3), pp. 606-633. 
- Goodwin, Charles (2000), “Action and embodiment within situated human interaction”, en *Journal of Pragmatics*, 32, pp. 1489-1522. 
- Goodwin, Charles (2018), *Co-Operative Action*, Cambridge, Cambridge University Press. 
- Gregson, Nicky, y Crewe, Louse (2003), *Second-hand cultures*. Nueva York, NY, Berg. 
- Gutiérrez-Rivas, Carolina y Steffanell, Alexander (2012), “Patrones de interacción verbal en el proceso de compra-venta de las vendedoras palenqueras y los clientes”, en *Encuentros*, 10(2), pp. 115-128. 
- Hatfield, Gary, “Sense Data”, en Edward N. Zalta (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. 
- Heath, Chistian C. (1982), “The display of reciprocity: An instance of a sequential relationship in speech and body movement”, en *Semiotica*, vol. 42, No. 2-4, 1982, pp. 147-168. 
- Ingold, Tim (2000), *The perception of the environment: Essays on Livelihood, Dwelling and Skill*, Abingdon, Routledge. 
- Jefferson, Gail (2004), “Glossary of transcript symbols with an introduction”, en Gene H. Lerner (ed.), *Conversation Analysis: Studies from the first generation*, Filadelfia, John Benjamins, pp. 15-31. 
- Keisanen, Tiina y Rauniomaa, Mirka (2019), “Classifying finds in foraging on the basis of (guided) sensory inspection”, *Gesprächsforschung*, pp. 518-544.
- Kripke, Saul, A. (1982), *Wittgenstein on rules and private language: an elementary exposition*, Cambridge, MA, Harvard University Press. 
- Levinson, Stephen C. (1983), *Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press. 
- Levinson, Stephen C. (2013), “Action formation and Ascription”, en Jack Sidnell y Tanya Stivers (eds.), *The handbook of conversation analysis*, Chichester, West Sussex, Wiley-Blackwell, pp.103-130.
- McGinn, Marie (1997), *Wittgenstein and the philosophical investigations*. Londres, Routledge. 

- Mondada, Lorenza (2006), “Participants’ online analysis and multimodal practices: projecting the end of the turn and the closing of the sequence”, *Discourse Studies*, 8(1), pp. 117-129. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2008), “Emergent focus interactions in public places: A systematic analysis of the multimodal achievement of a common interactional space”, en *Journal of Pragmatics*, 41, Issue 10, pp. 1977-1997. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2011), “The organization of concurrent courses of action in surgical demonstrations”, En Jürgen Streeck, Charles Goodwin, Curtis LeBaron (eds.), *Embodied Interaction, Language and Body in the Material World*. Cambridge, Cambridge University Press, pp. 207-226.
- Mondada Lorenza (2014a), “The local constitution of multimodal resources for social interaction”, en *Journal of Pragmatics*, vol. 65, pp. 137-156. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2014b), “Pointing, talk, and the bodies: Reference and joint attention as embodied interactional achievements”, en Mandana Seyfeddinipur, Marianne Gullberg (eds.), *From Gesture in Conversation to Visible Action as Utterance: Essays in Honor of Adam Kendon*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins, pp. 95-124. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2016), “Multimodal resources and the organization of social interaction”, en Andrea Rocci y Louis de Saussure (eds.), *Verbal Communication*, Berlin, Boston, De Gruyter Mouton, pp. 329-350. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2018a), “The multimodal interactional organization of testing: Practices of testing cheese in gourmet shops”, en *Discourse Studies*, 20(6), pp. 743-769. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2018b), “Multiple Temporalities of Language and Body in Interaction: Challenges for Transcribing Multimodality”, en *Research on Language and Social Interaction*, 51(1), pp. 85-106. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2019), “Contemporary issues in conversation analysis: Embodiment and materiality, multimodality and multisensoriality in social interaction”, en *Journal of Pragmatics*, 145, pp. 47-62. [doi](#)
- Mondada, Lorenza (2021), *Sensing in social interaction: the taste for cheese in gourmet shops*. Cambridge: Cambridge University Press. [doi](#)
- Nevile, Maurice, Pentti Haddington, Trine Heinemann y Mirka Raunioma (2014), “On the interactional ecology of objects”, en Nevile, Maurice, Pentti Haddington, Trine Heinemann y Mirka Raunioma (eds.), *Interacting with objects: language, materiality and social activity*, Philadelphia/Amsterdam, John Benjamins Publishing, pp. 3-26.

- Nevile, Maurice (2015), “The Embodied Turn in Research on Language and Social Interaction”, en *Research on Language and Social Interaction*, 48(2), pp. 121-151. 
- Pateman, Trevor (1987), *Language in mind and language in society*, Oxford, Oxford University Press.
- Pereira Gandarillas, Francisco (2013), “Datos sensoriales, introspección y la realidad de las apariencias”, en *Praxis Filosófica*, 33, pp. 75-105. 
- Peräkylä, Anssi y Silverman, David (1991), “Owning experience: Describing the experience of other persons”, en *Text - Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, vol. 11, No. 3, pp. 441-480. 
- Rhees, Rush (1984), “The Language of Sense Data and Private Experience”, en *Philosophical Investigations*, 7(1), pp. 1-45. 
- Sacks, Harvey (1992), *Lectures on conversation*, vols. 1 y 2, Oxford, Basil Blackwell.
- Sennett, Richard (2008), *The craftsman*. New Haven y Londres, Yale University Press.
- Schegloff, Emanuel A. (1996), “Turn organization: One intersection of grammar and interaction”, en Elinor Ochs, Emanuel A. Schegloff y Sandra A. Thompson (eds.), *Interaction and grammar*, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 52-133. 
- Schegloff, Emanuel A. (2007), *Sequence organization: A primer in conversation analysis*, Cambridge, Cambridge University Press. 
- Schütz, Alfred (1962), *Collected Papers*, Vol. 1, The Hague, Martinus Nijhoff.
- Trigg, Roger (1990), “Wittgenstein and social science”, en *Royal Institute of Philosophy*, Suplemento 28, pp. 209-222. 
- Vázquez Carranza, Ariel (2017a), “‘If vegetables could talk...’: A structural and sequential analysis of buying and selling interactions in a Mexican fruit and vegetable shop”, en *Discourse Studies*, 19(6), pp. 711-731. 
- Vázquez Carranza, Ariel (2017b), “What is language for sociolinguists? The variationist, ethnographic, and conversation-analytic ontologies of language” en *Linguistik Online* 83(4), pp. 115-131. 
- Vázquez Carranza, Ariel (2019), *Análisis conversacional: Estudio de la acción social*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara. 
- Vázquez Carranza, Ariel (2023), “Conversation analysis and Wittgenstein”, en *Text & Talk*, 43(4), pp. 523-542. 
- Verschueren, Jef. (1999), *Understanding pragmatics*. Londres, Oxford University Press. 
- Wittgenstein, Ludwig ([1921] 2001), *Tractatus logico-philosophicus*. Londres, Routledge.

- Wittgenstein, Ludwig ([1953] 1963), *Philosophical investigations*, Oxford, Basil Blackwell & Mott, Ltd. 
- Wittgenstein, Ludwig (1968), “II: Notes for Lectures on ‘Private Experience’ and ‘Sense Data’”, en *The Philosophical Review*, vol. 77, no. 3, pp. 275-320. 
- Wolf, George y Roy Harris (1998), *Integrational linguistics: A first reader*, Oxford, Pergamon.
- Zapardiel Arteaga, J. E. (2007), “Sobre el problema de la experiencia privada en Wittgenstein”, en *El Genio Maligno: Revista de humanidades y ciencias sociales*, No. 1, pp. 145-155.

ANEXOS

CONVENCIONES DE TRANSCRIPCIÓN

(1)	Indica la duración de una pausa en segundos
(.2)	Indica la duración de una pausa en décimas de segundo
(.)	Indica un micropausa
[Indica el punto en el que el traslape de turnos o acciones inicia
=	Las líneas conectadas con dos signos de igual indican que la segunda línea sigue la primera sin algún silencio que se pueda identificar entre las dos, o que ocurren totalmente “pegadas” una con la otra
↑↓	Indica el subir o bajar de la entonación respectivamente
:	Indica que el sonido anterior está prolongado, entre más puntos haya más prolongado fue producido el sonido
,	Indica entonación continua, no necesariamente el final de frase
.	Indica el descenso o fin marcado de la entonación, no necesariamente final de frase u oración
Pal-	Indica que la palabra o enunciación está cortada
(cálculo)	Palabras entre paréntesis indican un cálculo aproximado a lo que se dice
()	Paréntesis vacíos indican que algo se dijo, pero no se alcanza a entender o de manera clara a escuchar
((palabra))	Palabras en paréntesis dobles contienen descripciones de eventos
°palabra°	Palabras entre signos de grados indican que el habla es suave o muy queda

palabra?	Signo de interrogación indica entonación de pregunta
...	Indican que hay una conversación omitida en la transcripción
#	Posición donde ocurre la imagen de la figura indicada

ARIEL VÁZQUEZ CARRANZA: Doctor en Sociolingüística por la Universidad de Essex y profesor investigador de la Universidad de Guadalajara. Ha sido docente en la Universidad de Essex, en la ENAH y en el CIESAS. Su investigación se enmarca particularmente dentro del paradigma del análisis conversacional (AC). Ha publicado artículos de investigación sobre el uso de partículas lingüísticas –los llamados marcadores del discurso– en conversaciones naturales en español mexicano. También ha publicado artículos sobre entrevistas noticiosas, encuentros comerciales, Wittgenstein, entre otros temas. Es autor del primer libro introductorio al análisis conversacional escrito en español titulado *Análisis conversacional: estudio de la acción social* (Universidad de Guadalajara, 2019) y recientemente coordinó el libro *Sociolingüística para la enseñanza de lenguas* (Universidad de Guadalajara, 2022). Es uno de los iniciadores y coordinadores del grupo de investigación interinstitucional “Estudios de lengua en la interacción social”.

D. R. © Ariel Vázquez Carranza, Ciudad de México, enero-junio, 2023