

INTRODUCCIÓN

Catalina Fuentes Rodríguez
(*Universidad de Sevilla*)

Ester Brenes Peña
(*Universidad de Córdoba*)

La investigación que presentamos en este volumen se incardina dentro de los presupuestos básicos que nos mueve a las editoras en la investigación: la conciencia de que la comunicación es, en un elevado porcentaje de casos, totalmente persuasiva. El hablante busca que el oyente confirme sus conclusiones, o, al menos, acepte sus presupuestos. Las modalidades discursivas en las que esta persuasión se expresa atraviesan todos los tipos textuales, desde la conversación interpersonal al discurso público (político, publicitario, digital, empresarial, etc.); de ahí que este trabajo incluya muchas de ellas.

Todos estos discursos contienen una dimensión argumentativa, por lo que es necesario adoptar un punto de vista pragmático para poder explicarlos. Desde los fundamentos de la retórica clásica a la teoría de la Argumentación de la Lengua de Anscombe-Ducrot (1983) o la dialéctica de Van Eemeren y su equipo (1984), los trabajos lingüísticos que se han acercado a estas manifestaciones discursivas necesitan de una dimensión socio-ideológica y contextual que permita su expresión. Muchos de los participantes en este volumen siguen un modelo de Lingüística pragmática (Fuentes Rodríguez 2017[2000]).

Más novedoso puede resultar el abordar estas formas expresivas desde la macrosintaxis. Esta corriente de investigación sobre el discurso pretende estudiar las manifestaciones formales en la estructura discursiva, más allá de la oración. Muchas de ellas están orientadas a explicar esta dimensión persuasiva. Este objetivo, la determinación de la macrosintaxis de los discursos persuasivos, supone un avance en relación con algunos de los temas principales de la investigación pragmatolingüística actual.

A través del análisis de diferentes tipos discursivos, queremos comprobar cómo la sintaxis puede integrar todos los elementos persuasivos, cómo se categorizan y entran en el sistema de la lengua. En este enfoque estudiamos cómo las comunicaciones realizadas en un contexto (los enunciados y los textos) transmiten una información sobre el punto de partida del hablante y lo que pretende del oyente. En nuestro enfoque tenemos que establecer la inscripción teórica de esta posición del hablante. A través de estos elementos, podremos diseñar una macrosintaxis de este tipo de discurso que nos permita abstraer a partir de ahí los paradigmas, el sistema macrosintáctico y/o el sistema macroestructural que visualiza esta designación desde el propio hablante.

El **objetivo principal** del volumen, describir la macrosintaxis de la argumentación, nos lleva a identificar y analizar los diferentes elementos de los que se sirve el hablante para poder expresar la persuasión. Utilizando la metodología de la Lingüística pragmática, delimitaremos los paradigmas de operadores argumentativos, categoría macrosintáctica específica, y describiremos su comportamiento sintáctico y las funciones argumentativas que expresan. Lo extendemos a otras estructuras libres y a construcciones semifijadas, así como a los complementos periféricos. Cubrimos, con ello, las diferentes manifestaciones de la dimensión argumentativa de los textos en un estudio teórico-práctico sobre un amplio espectro de corpus. También veremos su relación con los aspectos fónicos o contextual.

Por esta doble inscripción, macrosintáctica y pragmática, encontramos a lo largo del volumen estudios más centrados en las formas expresivas, operadores discursivos, construcciones sintácticas en diferente grado de fijación, así como aspectos más generales, ligados a la macroestructura informativa de los discursos, o al aspecto tipológico. En otros estudios, el tipo textual, ya sea el discurso político, judicial o publicitario, determinan la selección de los mecanismos elegidos y orienta su interpretación.

Las redes sociales también encuentran su sitio en este trabajo, ya que su relevancia como medio de comunicación social va unida a su capacidad de influencia en los receptores. Son medios colectivos de comunicación, que imponen opinión y crean tendencia. Parecen alejados de los presupuestos retóricos, en apariencia, pero son el caldo de cultivo de falacias, desinformación y populismo.

Como podemos ver, la argumentación implica el efecto en el otro, la consecución de un objetivo, la orientación del pensamiento del receptor o del grupo. Nosotros, como investigadores, estudiamos las estrategias que configura el hablante para conseguirlo y cómo estas se expresan a través de formas y estructuras ya codificadas en el sistema de la lengua. Es un enfoque de la lingüística desde una perspectiva totalmente estratégica y receptiva, desde el plano de la interacción producción-recepción y efecto social. En este juego o negociación, tiene un papel muy relevante el propio código de la lengua. Y nosotros queremos llamar la atención sobre cómo las formas y estructuras guardan memoria de este uso repetido y socialmente admitido, quedando como instrucciones macroestructurales, pragmáticas, de empleo. Este es el fundamento de la mirada macrosintáctica y su novedad metodológica.

El contexto de relación es igualmente determinante. En este sentido, encontrarán diferentes situaciones, países, sistemas políticos, condiciones socioculturales, que tendrán que tenerse en cuenta para poder interpretar el uso persuasivo de las formas elegidas. Así se enriquece el estudio y el lector puede hacerse una idea global de la metodología, de la relevancia del estudio de la argumentación y los efectos sociales que conlleva.

Este trabajo está relacionado con un proyecto de investigación: “Macrosintaxis del discurso persuasivo: construcciones y operadores (MACPER)” (P18-FR-2619), proyecto Paidi Frontera financiado por la Junta de Andalucía, desarrollado de 01/01/2020- 31/01/2023. Ha estado co-dirigido por la dra. Fuentes Rodríguez (us) y la dra. Brenes Peña (uco), y en él han participado investigadores de la Universidad de Sevilla (dra. González Sanz, dra. Padilla Herrada, dr. Moreno Benítez y don José García Pérez), la Universidad de Córdoba (dr. Pérez Béjar, dr. Perea Siller) y la universidad francesa de Lorraine (dr. Meléndez Quero). En el volumen otros investigadores, procedentes de diversos países (Portugal, Italia, Francia, Austria, Bélgica, España o China), abordan la persuasión en discursos judiciales, políticos, institucionales, mediáticos, digitales, o se detienen en el análisis de las expresiones que manifiestan esta dimensión argumentativa relacionando macrosintaxis y pragmática, forma y contexto integrados.

ORGANIZACIÓN DE LA OBRA

Hemos organizado los trabajos del volumen en grandes ámbitos de discurso persuasivo. El primero de ellos es el político e institucional, en el que los estudios de retórica han tenido mayor tradición. Se integran aquí los trabajos de Duarte, Marques, Prestigiacomo, Sanfillippo (discurso político), González Sanz, Sinatra y Grana (institucional).

El trabajo de I. M. Duarte se centra en los debates electorales (“Marcadores discursivos y argumentación en debates electorales (Portugal, enero de 2022)”), ámbito imprescindible que tener en cuenta ya que el ejercicio de la democracia conlleva necesariamente la confrontación de ideas y, con ello, el debate ideológico. Como declara la autora, “Las estrategias discursivas de los locutores están fuertemente dependientes del contexto concreto en el que se genera el debate y de la relación entre los interlocutores, y los valores semánticos y pragmáticos de los marcadores utilizados contribuyen a la fuerza persuasiva de los discursos”.

Se centra en las elecciones legislativas portuguesas de 2022 y en los discursos de los candidatos analiza los marcadores empleados para introducir los argumentos y persuadir, incluyendo las formas relativas a la modalidad, sobre todo en la manifestación del compromiso del político con la verdad de lo dicho, un elemento fundamental para conseguir el objetivo perseguido: convencer al electorado.

Continúa un trabajo de M. A. Marques, también en el ámbito portugués: “*Sabe, senhor ministro? Usos argumentativos del verbo saber en el parlamento portugués*”. Se detiene en una estructura apelativa frecuente en los discursos parlamentarios y en ella se pregunta por “quién es el destinatario de la forma alocutiva, los contextos que favorecen su aparición, las características semántico-pragmático-discursivas que se activan en cada contexto de uso y, finalmente, su función en la construcción de la argumentación”. El análisis revela el potencial persuasivo de esta forma, empleada en la relación con el adversario, siempre en contextos de disenso y potenciando la argumentación. Concluye que constituye una manifestación de poder en situaciones de asimetría comunicativa.

C. Prestigiacomo, por su parte, se traslada a épocas del pasado, en los debates de la República española, con su trabajo “Estrategias persuasivas en el debate sobre la abolición de la “nauseabunda”

prostitución reglamentada". Trata la autora sobre un tema polémico, de gran actualidad hoy, que fue planteado en 1932 en las Cortes Constituyentes por Clara Campoamor. El análisis de estos discursos argumentativos revela a la autora la construcción correcta de los mismos (argumentación "feliz"), aunque en ello interviene la identidad de los participantes y sus presupuestos ideológicos. Se utilizan mecanismos recurrentes hoy: la argumentación de autoridad, los datos estadísticos y las fuentes documentadas. Se resalta la necesidad y urgencia sanitaria, y la de restituir la dignidad a la mujer, lo que se plasma en el uso de la modalidad deóntica y el empleo del exordio como recurso argumentativo.

Un tema igualmente candente ocupa el trabajo de V. Sanfilippo, la eutanasia, ahora en textos actuales ("La descortesía como estrategia argumentativa en el debate parlamentario sobre la ley de regulación de la eutanasia"). El debate sobre este tema afecta a los propios principios y presupuestos cognitivos de la sociedad. Los recursos investigados en este trabajo se centran en la descortesía, como estrategia para deslegitimar al adversario, que emplean los partidos de la oposición. Estos hacen ver lo negativo de la ley propuesta, acusan a los contrincantes de usar la mentira, las falacias, revelan sus contradicciones y les imputan hechos que denigran su imagen; todo ello empleando la intensificación en sus diversas manifestaciones, entre ellas la repetición constante.

El discurso institucional es el objetivo de M. González Sanz en el estudio "Mecanismos argumentativos en discursos institucionales en ámbito universitario: una perspectiva de género". La autora se centra en el discurso académico, concretamente en el universitario. Tras un estudio anterior sobre los discursos de rectoras españolas, se detiene ahora en el realizado por hombres que ocupan el cargo, lo que le permite realizar un contraste en torno al género. Teniendo en cuenta la ritualización del discurso institucional, sus objetivos y premisas, encuentra un discurso en el que predomina lo formal, el recurso al argumento de autoridad, así como otros de tipo emocional, para persuadir al público. Asimismo, tienen que trasladar la imagen corporativa de la Universidad y a veces recurren a ciertos rasgos estilísticos, como personificaciones. Utilizan la coloquialidad para acercar la institución a sus receptores. En cuanto a la diferencia de género, parece que las mujeres destacan en este uso de la colo-

qualidad, en transmitir, como en otros discursos profesionales, una imagen colaborativa (liderazgo transformacional), así como en el uso de un lenguaje más técnico, para reforzar su imagen identitaria en este ámbito en el que hasta ahora tenían poca presencia.

El género ocupa también el capítulo siguiente, en un texto que revisa los mensajes institucionales sobre el tema que elabora la Real Academia de la lengua española. C. Sinatra, en *“El Informe de la Real Academia Española sobre el uso del lenguaje inclusivo y cuestiones conexas”* (2020): estrategias discursivas y objetivos persuasivos”, busca los elementos persuasivos incluidos en el informe. Al tratar un tema que está en el centro de la polémica, con detractores en el ámbito político, mediático, e incluso científico, y dado su alcance social, la discusión sobre el “masculino genérico” intenta ser persuasiva, intercalando, de manera discontinua, argumentaciones y discusiones, diálogos con los usuarios, para explicar la posición de la Academia. Todo ello busca persuadir más que imponer y, por supuesto, une a la información (estamos ante el género informe) los argumentos de su posición. Este estudio, como algunos de los que preceden, nos muestra la frecuencia constante de la dimensión argumentativa en todo tipo de discursos, no solo aquellos tradicionalmente considerados polémicos.

Cierra este apartado el texto de R. Grana sobre “La sintaxis argumentativa de la transgresión”. En este caso los documentos analizados pertenecen al ámbito judicial, a expedientes del s. xvii de Córdoba del Tucumán, Argentina. Estos afectan a artesanos y otros oficios que se ven involucrados en “delitos contra el honor, la moral y las buenas costumbres entre los cuales se consideran adulterios, injurias, incestos, atropellos, etc.”, según la normativa vigente en ese siglo. La autora recurre a la sintaxis (hipotaxis/parataxis) para mostrar cómo esta tiene una dimensión argumentativa, al trasladar la posición del propio hablante, su juicio sobre la relevancia de los argumentos. Concluye que “La hipotaxis refuerza la unión escalonada entre las partes que conecta: se trata de un procedimiento jerarquizador que olvida las conexiones horizontales y pone en marcha un mecanismo de coerción que se ejerce sobre el alocutario: la hipotaxis obliga a detectar uniones, a graduar la información”, y más adelante, que procedimientos como negarse a hablar u omitir la acusación de incesto “tienen un efecto protector de la sociedad:

la sintaxis argumentativa (y la argumentación en su totalidad) es una estrategia de legitimación de un poder que se construye en el discurso y convive en lo social”.

El segundo apartado incluye aquellos trabajos que se ocupan del entorno mediático, ya sean los medios tradicionales de comunicación (prensa, radio, televisión), o bien los digitales que van tomando el relevo en importancia. Los medios, como agentes comunicativos colectivos y transmisión global, tienen un gran poder persuasivo y una gran responsabilidad por su efecto social. De ahí que el estudio de la argumentación empleada sea necesario, no solo científicamente sino también socialmente.

Comenzamos el apartado con el trabajo de A. Bañón y E. Mhanna, dedicado al periodismo de opinión: “Combinación de estrategias complementarias en el periodismo de opinión. La legitimación como núcleo en el discurso sobre las personas refugiadas”. De nuevo, el tema tratado es en sí polémico y actual, sugiere posiciones encontradas entre los diferentes países, en el discurso oficial frente al interpersonal. Este trabajo se basa en el corpus DIPURE/Opinión en el que se trabaja con textos periodísticos en torno al tema de las personas refugiadas y el proceso migratorio entre 2015 y 2017 tras el conflicto sirio. Analizan las estrategias empleadas en los medios en torno a la legitimación y estudian aquellas otras que se combinan alrededor de ellas. Concluyen observando un hecho llamativo, la falta de presencia de núcleo legitimador + “dos estrategias potencialmente complementarias: la naturalización y la descriminalización”. Todo ello condiciona la interpretación de los lectores.

V. Cavazzino, por su parte, reflexiona sobre cómo se trata el concepto de familia en la sociedad actual y cómo aparece en el periodismo (“Álbumes de familias. Propuesta y aplicación del marco pragmático lingüístico al análisis de los discursos periodísticos”). Su trabajo es metodológico. Confronta modelos de análisis, el textual y el argumentativo, potenciando la modularidad del modelo discursivo. Analiza el recurso a la polifonía (autoridad polifónica) como medio para legitimar las propuestas presentadas, presentándolas como fiables. Se recurre al análisis macrosintáctico integrando las macroestructuras argumentativa, enunciativa e informativa en una propuesta que revela su rentabilidad para analizar los discursos presentados.

En “La argumentación en las columnas de opinión acerca de la COVID-19: ¿A favor o en contra de la vacuna?”, S. Longobardi identifica las estrategias y recursos argumentativos empleados en las columnas de opinión para defender dos puntos de vista opuestos en relación con un mismo tema: la vacunación contra el virus SARS-CoV-2. La autora constata cómo aquellas columnas que se declaran a favor de esta vacuna emplean estrategias dirigidas a conseguir la adhesión y afiliación de los lectores, entre las que destaca el uso estratégico del *storytelling*, la ironía y las interrogaciones retóricas; mientras que las columnas que buscan el rechazo del receptor hacia la vacuna se caracterizan por utilizar un tono más agresivo concretado en ataques descorteses y el empleo de la emoción.

El capítulo de G. Mapelli (“Mecanismos persuasivos en las redes sociales. Las cadenas hoteleras en Instagram”), profundiza en el análisis multimodal de uno de los nuevos formatos digitales que, pese a su relevancia en la sociedad actual, no ha sido atendido hasta el momento. En concreto, la autora se centra en el estudio de 150 publicaciones realizadas en la red social Instagram por parte de tres cadenas hoteleras con un claro fin promocional y, en definitiva, persuasivo. El análisis pone de relieve las similitudes existentes entre todas ellas, justificadas por su coincidencia en la meta perseguida. En todas ellas se emplean vídeos e imágenes que apelan al disfrute del receptor, y se opta por el empleo de mensajes breves cuya fuerza argumentativa queda reforzada gracias al empleo de etiquetas y emojis. Destaca el empleo de léxico valorativo asociado con emociones positivas y la sostenibilidad ecológica y se busca la implicación del receptor gracias al empleo de recursos lingüísticos afiliativos como las fórmulas de tratamiento, oraciones interrogativas o imperativos.

Cierra este bloque el capítulo de C. Meléndez Quero en el que se aborda el análisis macrosintáctico de aquellas construcciones que, con fines persuasivos, aluden a la suerte en los nuevos medios digitales: “Macrosintaxis y pragmática del discurso de la persuasión: sobre el uso de *suerte* en las fuentes digitales”. Tomando como material empírico el corpus de discursos digitales MEsA, el autor identifica dichas construcciones y establece una comparación con aquellas que se construyen con otros sustantivos como *pena*, *fortuna*, *lástima* o *milagro*, estableciendo las similitudes y diferencias existentes en-

tre ellas. Además, analiza las estrategias argumentativas en las que se emplean las construcciones que aluden a la suerte, demostrando cómo su empleo puede vincularse a fines tan diversos como el refuerzo argumentativo, la antiorientación, las operaciones de autoimagen o la descortesía encubierta, entre otros.

El tercer y último apartado lo integran seis trabajos centrados en el análisis de mecanismos y estrategias argumentativas empleadas en distintos tipos de discurso. Abre este bloque el capítulo elaborado por A. Briz, “Para el análisis de conversaciones de conflicto de pareja”, en el que se describen pormenorizadamente los movimientos y recursos lingüísticos caracterizadores del conflicto comunicativo producido en el seno de una conversación coloquial. El autor comienza estableciendo los rasgos diferenciadores del conflicto, que queda definido como un desacuerdo continuado que genera un efecto emocional negativo en los interlocutores, para pasar, a continuación, a analizar los papeles discursivos encarnados por los interlocutores participantes (perseguidor/a y evitador/a), así como las estrategias y elementos verbales presentes en él, indicando si estos actúan como potenciadores o mitigadores del conflicto.

El capítulo de M. Hummel, “*¡Por las buenas o por las malas!* Construcción gramatical y persuasión discursiva”, presenta un análisis detallado del proceso de gramaticalización sufrido por la locución adverbial *por las buenas o por las malas*, que puede calificarse actualmente como un operador discursivo de gran potencial persuasivo. Además, profundiza en la descripción macrosintáctica de este operador, que esconde una amenaza potencial bajo la apariencia de creación de un contexto de aparente alternativa.

En el tercero de los capítulos que integra este bloque, P. Fasino analiza una construcción que incide en la dimensión argumentativa: “*Por si...*: de cláusula subordinante a estructura procedimental del discurso”. En él se describe el proceso de fijación, las propiedades formales y los valores discursivos aportados por la estructura *por si* + [cláusula], que sobresale por su riqueza. El valor básico de esta construcción radica en la justificación de la predicación a la que se refiere mediante la suposición de un hecho. Lo interesante es que, a partir de él, y dependiendo del enunciado en el que se inserte, puede ser empleada como un recurso atenuador que mitiga la potencial ofensa presente en actos de habla directivos, como un elemento in-

tensificador del efecto descortés causado e incluso como un recurso potenciador de la reafirmación de lo dicho. Tal como concluye la autora, se trata de una estructura cuya fuerza argumentativa se combina con las funciones de la atenuación, intensificación, focalización o modalización.

Uno de los temas más cadentes de la investigación actual, la enseñanza de los marcadores discursivos en español L2, se aborda en el capítulo elaborado por V. Di Nunno: “La enseñanza de los marcadores de discurso en la clase de ELE: análisis de los mecanismos de transferencia pragmalingüística en el aprendizaje de lenguas afines”. Según explica la autora, los marcadores del discurso son unidades esenciales para la consecución de una competencia comunicativa adecuada que les permita a los discentes poder elaborar discursos argumentativos eficaces dotados de coherencia y cohesión. Sin embargo, a las dificultades que entraña la enseñanza de estas unidades, se añaden las posibles transferencias pragmáticas que realizan los estudiantes que poseen una lengua materna afín. Por ello, este capítulo presenta una investigación sobre la adquisición de los marcadores *entonces*, *digamos*, *por ejemplo* o *pues*, esenciales para la configuración de textos argumentativos, por parte de estudiantes italafónos de ELE. A partir de los resultados, se propone un modelo didáctico de enseñanza explícita de estas unidades que contribuya a facilitar su empleo correcto en el discurso.

El trabajo de Z. Ren profundiza en “El subjuntivo en construcciones concesivas factuales. Argumentación y contextos de empleo”. A través de un minucioso análisis, el autor demuestra cómo este modo verbal no solo se emplea para suspender la aserción y situar informativamente a lo dicho en un segundo plano, sino que, argumentativamente, puede emplearse con diversos fines: desde mostrar la inoperatividad del argumento en un contexto de confrontación a emplearse como medio de auto-refutación y solidaridad.

En el último capítulo, L. F. Acosta y N. Rossi-Gensane destacan también el valor argumentativo de “*Como* en la expresión introductora del discurso referido: estudio de un debate feminista”. Las autoras llevan a cabo un análisis macrosintáctico de dicha estructura, tomando como material empírico un debate de 90 minutos de duración celebrado en Medellín, Colombia, entre varias mujeres representantes de un movimiento feminista. En este contexto, las

estructura de *como* introductora de discurso referido ejerce un papel fundamental en la configuración argumentativa del texto, pues conserva el valor atenuativo propio de este adverbio e introduce principalmente microrrelatos que ilustran estereotipos e ideologías.

Todos estos trabajos suponen, como hemos dicho, un acercamiento novedoso al análisis de las estrategias y recursos argumentativos y nos permiten describir la sintaxis propia de esta dimensión macroestructural.