

CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ  
(coord.)

# ARGUMENTACIÓN Y DISCURSOS



ARCO/LIBROS, S. L.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
-------------------	---

### I EL DISCURSO INSTITUCIONAL

1. ESPERANZA R. ALCAIDE LARA: <i>Guías de buenas prácticas y prácticas discursivas “no tan buenas”: los topoi sedimentados en el discurso institucional.....</i>	17
2. CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ: <i>“Quédate en casa”: discurso institucional y persuasión.....</i>	43
3. DAMIÁN MORENO BENÍTEZ: <i>Actualización en el discurso institucional femenino: el caso de la reina Letizia.....</i>	79
4. CARLA PRESTIGIACOMO: <i>Forjando “líderes”. Estrategias persuasivas en los discursos de Pilar Primo de Rivera.....</i>	109

### II EL DISCURSO CINEMATOGRAFICO

5. JOSÉ MANUEL LÓPEZ MARTÍN: <i>La manipulación arquetípica de la mujer fatal en el cine negro americano.....</i>	131
6. VÍCTOR PÉREZ BÉJAR, JOSÉ GARCÍA PÉREZ y ALMUDENA MATA NÚÑEZ: <i>El discurso del villano: Alicia Sierra en La casa de papel.....</i>	149

### III EL CIBERDISCURSO. YOUTUBE

7. MARÍA SOLEDAD PADILLA HERRADA: <i>La publicidad encubierta en el discurso de las influencers.....</i>	185
--	-----

IV  
RECURSOS ARGUMENTATIVOS

8. FRANCISCO JAVIER PEREA SILLER: <i>La sinceridad como estrategia en el discurso político. Análisis fonopragmático y factores de variación</i> .....	205
9. CRISTIAN SANTIBÁÑEZ: <i>Inferencia a la mejor metáfora: explicando el poder argumentativo de la metáfora conceptual</i> .....	230

## INTRODUCCIÓN

Argumentar es una actividad locutiva omnipresente en el mundo cotidiano, aunque muchas veces el hablante no es consciente de su empleo en el discurso diario. Su estudio ha estado durante mucho tiempo limitado a los discursos retóricos, políticos, institucionales, jurídicos y mediáticos.

Ya Anscombe y Ducrot en 1983 quisieron dejar constancia de cómo tenemos en el propio sistema lingüístico numerosos mecanismos expresivos para conseguir que nuestro receptor acepte nuestras ideas. Por tanto, el estudio de la argumentación no puede ser algo más, un añadido, sino algo transversal, una dimensión, como Roulet (1991) propuso. No hay textos argumentativos vs. narrativos, descriptivos, etc., sino que la argumentación puede aparecer en cada tipo textual; actuar, pues, transversalmente (Fuentes Rodríguez, 2017 [2000]).

En la dialéctica propia de entrevistas, debates y otras actividades políticas, la argumentación es un instrumento necesario. Pero también recurrimos a ella para relacionarnos con nuestros jefes, con nuestros familiares, con nuestra pareja, con las personas que nos atienden en la administración o en los servicios públicos. Necesitamos argumentar para rechazar una propuesta de cambio de línea telefónica, para solicitar un préstamo o para pedir ayuda de cualquier tipo.

Dado que la retórica data de antiguo, sería esperable que nuestra formación en argumentación fuera muy elevada. Sin embargo, ha desaparecido del currículum oficial hasta el punto de que hoy un alumno la necesita para defender sus trabajos de fin de estudios o máster, para exponer su opinión en clase, y no tiene instrumentos para hacerlo. Las técnicas argumentativas parecen olvidadas y el estudiante no sabe a qué recurrir. Necesitamos formación en este campo. Esto se extiende a muchas otras zonas de nuestra actividad social. De hecho, hoy proliferan los cursos sobre “cómo hablar en público”, necesarios para ejecutivos, líderes, pero también comunicadores, vendedores, etc. Por otro lado, el campo de la dialéctica, necesario para situaciones de enfrentamiento, es un

claro ejemplo de su necesidad. Van Eemeren y su equipo trabajan en este campo y nos muestran su necesidad constante (cfr. Van Eemeren-Grootendorst, 2004). La mediación social es otra zona de interés en el que los conocimientos sobre cómo persuadir en la interacción con otros tienen un valor incalculable.

Los autores de este trabajo son expertos en argumentación, desde diversos campos. Pertenecen a equipos de investigación que, desde Palermeo, Santiago de Chile o Sevilla, se acercan de manera teórica y práctica al estudio de esta dimensión discursiva para mostrar, desde los casos prácticos, cómo esta realidad tiene muchas caras y matices, y cómo podemos aprender mucho de ellas.

El profesor Santibáñez en Chile ha trabajado sobre la metáfora. La profesora Prestigiacomo se ha dedicado, fundamentalmente, al estudio de la prensa, tanto en articulistas actuales como en revistas del pasado, para mostrar los recursos argumentativos empleados en una época de la historia de España. Los miembros del grupo de investigación en Argumentación (APL) se han acercado durante años al estudio de corpus y de prácticas discursivas en el campo político (Fuentes Rodríguez, ed. 2016) y mediático (Fuentes Rodríguez, ed. 2013a y b). Han mostrado cómo, para convencer al otro, el hablante utiliza multitud de recursos (léxicos, sintácticos, fonéticos), siempre desde un encuadre contextual. El tipo de discurso elegido, la situación sociohistórica, política, el tipo de receptor esperable o la ideología dominante juegan un papel fundamental.

Han conseguido identificar estrategias empleadas en el debate parlamentario, en el cuerpo a cuerpo electoral, donde el enfrentamiento entre “nosotros” y “ellos” es común a todos los partidos, las estrategias de deslegitimación del contrario no entienden de siglas, y el insulto y la descalificación hacen del *argumento ad hominem* la estrella del espectáculo.

Precisamente esta “espectacularización de la política” (Gallardo-Enguix, 2016) así como el populismo dominante en esta era de la “posverdad” (Charaudeau, 2009), han unido los dos grandes campos de lo público: lo político y los medios de masas. La mediatización es un hecho fundamental de la política actual, pero también se extiende mucho más allá. El mundo de Internet y las redes sociales han abierto la puerta al espectáculo constante, a la sobreexposición pública y a la confusión privado-público, que unos aprenden a utilizar para manejarla como un medio persuasivo más, cuando no de manipulación.

El tipo de relación interactiva que se pretende crear con el interlocutor determina el tono de cercanía y distancia, y también el rol que va a elegir el hablante. Llegamos, así, a un tema fundamental en el análisis

de la argumentación discursiva. En la interacción, la imagen social empleada (y la identidad individual y grupal) así como el juego de cortesía y descortesía emergen como un elemento connatural a la práctica argumentativa. Ser cortés o descortés puede ser una estrategia rentable para conseguir el objetivo comunicativo. Para esto el hablante decide qué rol quiere y debe tomar, cómo se ajusta a lo exigido en el contexto y el tipo discursivo, y si quiere mostrar su identidad personal de manera natural o bien utilizar una identidad estratégica, creada para ese encuentro interactivo.

Todos estos factores interactúan cada vez que nos comunicamos. Si hablar exige todo este cálculo mental, comunicar de manera estratégica (y aquí entra la argumentación) exige un esfuerzo añadido. Para mostrar la complejidad de esta tarea y su aplicación en campos discursivos diferentes ofrecemos una selección de trabajos que, creemos, abrirán al estudiante y al especialista a nuevas realidades y sugerirán nuevas propuestas investigadoras.

Los autores de esta obra se acercan al discurso institucional (en diferentes épocas de nuestra historia), al cine, a las redes sociales y se detienen en el estudio de mecanismos como los fonopragmáticos en la expresión de la sinceridad y el empleo de la metáfora conceptual, básicos para conseguir el efecto persuasivo deseado. Su especialización en cada uno de estos campos de investigación garantiza la profundidad de la obra.

## LA OBRA

El volumen comienza con los trabajos dedicados al discurso institucional por ser el más olvidado en los estudios sobre argumentación. La persuasión es connatural a él, como lo es en cualquier otro discurso argumentativo. Convencer en ellos no es suficiente, es necesario también conseguir “la adhesión de los espíritus” (Perelman, 1970). Esta adhesión emotiva es necesaria para las organizaciones públicas y particulares, como vamos a comprobar. Generalmente, además, los actores institucionales suelen tener una dimensión política, por lo que los estudios habitualmente se han dirigido a este último campo. Nosotros nos abrimos a todo tipo de instituciones.

Esperanza Alcaide Lara se centra en el discurso de instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Focaliza su análisis en las prácticas discursivas de estos organismos, sobre todo en la génesis o sedimentación de nuevos *topoi*, reglas o conocimientos compartidos que utilizan para

crear una imagen persuasiva de su organización pero que luego sirven como legitimadores de nuevas conclusiones. Dominar los *topoi* es fundamental para conseguir el éxito en cualquier argumentación. Ya desde la filosofía griega se trabajaba sobre ellos (Aristóteles) y se destacaba su función como garante del proceso argumentativo (Toulmin, Anscombe-Ducrot). Sin embargo, puede darse el caso, como se analiza en el trabajo, de utilizar ciertos *topoi* para proyectar una imagen positiva de que se está luchando por resolver ciertos problemas, pero a la larga pueden instalarse en la mente colectiva contenidos que, *per se*, son discriminadores y, por ello, se pretendían erradicar. La institución pretende mostrar que se está protegiendo al débil, pero su presentación de este puede resultar negativa y contraproducente. La reflexión sobre estas prácticas discursivas resulta de gran valor para tomar conciencia de la relevancia que puede tener un mal uso de las estrategias y su trascendencia en el plano social.

La imagen que proyectamos en la interacción resulta de gran importancia en el estudio de los discursos, y, por supuesto, en cómo se emplea la argumentación para conseguir un objetivo positivo. Esto no se limita a la relación interpersonal, sino también a lo institucional. Los organismos tienen como principal objetivo en sus discursos públicos mostrar una imagen de fuerza, unidad y cercanía a los receptores. El trabajo de Catalina Fuentes Rodríguez analiza discursos institucionales emitidos durante el estado de alarma provocado por la pandemia de la COVID-19. En ese momento en que la palabra era el único contacto con el otro, con el público, el gobierno tenía una misión muy importante que cumplir para conseguir que la población siguiera las instrucciones. El trabajo analiza las estrategias y mecanismos que utilizaron los miembros del gobierno para conseguir persuadir, convencer y solucionar una situación difícil. El poder del discurso era necesario y se mostró en toda su extensión en este momento. Los políticos, el presidente del Gobierno sobre todo, pasaron a un registro institucional, como requería la situación, y para ello hicieron uso de los recursos argumentativos como soporte.

La Casa Real es otra institución de gran importancia en nuestro país. D. Moreno Benítez se acerca al discurso de la Reina Letizia y se pregunta cuál es el equilibrio entre mostrar la imagen de la institución y la de miembro de la Casa Real. El objetivo pretendido en los discursos de la reina Letizia es triple: mejorar la imagen de la Jefatura del Estado, de la Corona y, sobre todo, del propio papel de la reina. El autor analiza las estrategias empleadas en sus diferentes intervenciones. Analiza mecanismos de intensificación, emoción, polifonía o cortesía. Posteriormente, lo contrasta con el discurso del rey y de otras representantes institucionales