



Traducción

Es muy fácil pasar por alto lo que no se está buscando: herramientas pragmático-cognitivas para el análisis de la influencia comunicativa

Esta contribución es una traducción autorizada de Oswald, S. 2014. "It Is Easy to Miss Something You Are Not Looking For. A Pragmatic Account of Covert Communicative Influence for (Critical) Discourse Analysis". In Hart, C. & Cap, P. (eds.), *Contemporary Studies in Critical Discourse Analysis*, London: Bloomsbury. 97-120. Los derechos son de Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing Plc.

Steve Oswald

Universidad de Friburgo
Suiza

steve.oswald@unifr.ch

Palabras clave: engaño - manipulación - argumentación - falacias - pragmática cognitiva - influencia discursiva

1. Introducción

El estudio de la influencia discursiva es posiblemente el factor unificador más llamativo en los estudios críticos del discurso (*Critical Discourse Studies*) desde sus inicios. Asumiendo el planteamiento de Habermas, de que "el lenguaje es (...) un medio de dominación y de fuerza social" y que "sirve para legitimar relaciones de poder organizado" (Habermas 1967: 259), varios investigadores enmarcados en el paradigma del análisis crítico del discurso han tratado de describir y explicar cómo el discurso puede convertirse en -o, en algunos casos, simplemente ser- un instrumento de ideología, poder y dominación. En otras palabras, el análisis crítico del discurso siempre ha explorado la manera en que el lenguaje puede ser usado para influenciar la mente y el comportamiento humano mediante la propagación de contenidos ideológicamente cargados y mensajes persuasivos y manipulativos de varios tipos. El movimiento de la Lingüística Crítica, originado en la Universidad de East Anglia en la década de 1970, representa uno de los intentos más tempranos de explorar la cuestión. A través del estudio del discurso

Citación: Oswald, S.(2015). Es muy fácil pasar por alto lo que no se está buscando: herramientas pragmático-cognitivas para el análisis de la influencia comunicativa. *Logos: Revista de Lingüística, Filosofía y Literatura* 25 (2), 196-215. DOI: 10.15443/RL2519
DOI: [dx.doi.org/10.15443/RL2519](https://doi.org/10.15443/RL2519)



público y de la manera en que se comunican representaciones particulares con determinadas estructuras lingüísticas, Tony Trew, Bob Hodge, Gunther Kress y Roger Fowler abrieron el camino, con su libro *Language and control* (1979), a lo que se perfiló luego como una dirección extremadamente prolífica de investigación en la interfaz entre lenguaje y sociedad.

Aunque en un principio se haya centrado en las implicaciones sociales del uso del lenguaje, en los últimos 30 años el paradigma crítico de los estudios del discurso ha ido gradualmente incorporando enfoques cognitivos en su análisis, sobre todo a través del estudio de la metáfora conceptual y de los procesos cognitivos responsables de la construcción de representaciones que generan nuevas creencias o creencias modificadas en base a la información comunicada (por ejemplo, Chilton, 1996, 2004; Hart, 2010; Charteris-Black, 2006a, 2006b; Musolff, 2004, 2006; van Dijk, 2008). La idea detrás de esta “revolución cognitiva”, en palabras de Chilton, consiste en explicar el tipo de construcciones mentales “que tienen lugar en la mente de los individuos que interactúan entre sí” (Chilton 2005: 24) cuando están procesando el discurso, particularmente, el discurso cargado con ideología. En otras palabras, la pregunta introducida por las investigaciones de orientación cognitiva en el análisis del discurso es la siguiente: ¿cuáles son los aspectos psicológicos y cognitivos del procesamiento del discurso que explican su éxito persuasivo?

El presente artículo propone una contribución al desarrollo de un enfoque cognitivo en los estudios críticos del discurso, ilustrando cómo usar las herramientas de la pragmática cognitiva y cómo aplicarlas para contestar la pregunta previamente formulada. El enfoque del análisis es la relación lenguaje-creencia que se produce en situaciones comunicativas en las que los hablantes tratan de influenciar a sus destinatarios (o audiencia). El primer paso de este estudio consistirá en definir la manipulación (o engaño)¹ como un tipo particular de influencia comunicativa y luego se tratará de caracterizarla como una explotación disimulada de los mecanismos cognitivos básicos que operan en la interpretación (ingenua) de todo discurso. A través de esta discusión, adoptaremos la noción de influencia desde un punto de vista ‘operacional’, como un tipo de constreñimiento interpretativo sobre la selección de información. El objetivo principal de este artículo es, por lo tanto, explicar cómo la manipulación dirige la interpretación del discurso con el fin de esconder su naturaleza engañadora y de manipular. La segunda etapa de la exposición teórica consistirá en extender el modelo con el propósito de reconocer tipos adicionales de influencia comunicativa, como la persuasión.

Con el objeto de presentar algunos aspectos generales sobre el estudio de la manipulación, en la segunda sección se discutirán algunos problemas descriptivos relacionados con su definición. En la tercera sección propondremos algunos argumentos para defender una perspectiva pragmática sobre los requerimientos explicativos del estudio de la comunicación manipulativa y detallaremos el modelo teórico, mostrando su relevancia para el análisis del discurso. La última sección extenderá el modelo hacia la argumentación, ejemplificándolo con el análisis de un fragmento del debate presidencial francés ocurrido en mayo de 2012, en el que debatieron Nicolas Sarkozy y François Hollande.

2. Definir y analizar la manipulación

Definir el concepto de “engaño” es una tarea difícil. Investigadores de tradiciones y disciplinas tan variadas como la filosofía, la psicología, la lingüística, el análisis del discurso, la sociología y las ciencias de la comunicación han discutido sus propiedades y han tratado de caracterizar sus condiciones necesarias y suficientes (ver Oswald 2010, capítulos 1 y 2). Parte del esfuerzo realizado para describir el fenómeno consistió en una discusión de ciertos parámetros, como el interés del locutor, el carácter disimulado, la verdad, la desigualdad social (o relaciones de poder) y la noción de intención.² Para definir el engaño comunicativo, en este artículo utilizaré tres propiedades recurrentes: su carácter disimulado, su dimensión intencional y su instrumentalidad para cumplir con ciertos objetivos. Por lo tanto, adopto la siguiente definición *descriptiva* del engaño comunicativo, o manipulación:

(1) Un enunciado es considerado manipulativo si un locutor o hablante lo usa intencionalmente para alcanzar un objetivo perlocutivo de manera encubierta.

Esta definición, que retoma la idea de Puzynina (1992), a la cual también refieren, por ejemplo, Galasiński (2000) y Blass (2005), subraya las tres propiedades definitorias previamente mencionadas. Considero que la manipulación es un fenómeno interesante y significativo desde un punto de vista perlocutivo porque, al igual que otros investigadores, considero el engaño como un medio destinado a alcanzar un objetivo. Esta caracterización recalca la idea de que el engaño comunicativo es un tipo de uso del lenguaje, lo que permite señalar que un locutor que engaña está *haciendo* (o 'performando', para utilizar un neologismo pragmático) algo en particular en el proceso comunicativo. Veremos en breve que la contribución explicativa de un modelo pragmático cognitivo depende precisamente de la elaboración de esta misma idea (sección 3).

Dado que las intenciones son objetos privados (o *externally inscrutable*, para retomar la expresión de Papafragou, 2006) y que cualquier fenómeno definido en términos de intencionalidad inevitablemente corre el riesgo de ser identificado como una categoría del locutor y, por lo tanto, de ser pasado por alto por no ser un objeto observable, podríamos considerar que la intención manipulativa parece encontrarse fuera del marco de fenómenos explicables por una teoría pragmática. Para ser más directos, podríamos preguntar cómo se supone que una teoría centrada en el reconocimiento de intenciones pueda explicar un fenómeno cuyo éxito requiere precisamente el no-reconocimiento de una intención. Existen dos maneras de contestar esta pregunta: la primera invita a considerar que la manipulación en realidad no es un fenómeno comunicativo y a concluir que la pragmática poco tiene que decir al respecto, dado que no integra el conjunto de fenómenos que la disciplina puede explicar. Me rehúso a considerar que este sea el caso, ya que la comunicación manipulativa es, al fin y al cabo, siempre comunicación: por un lado, se intercambian contenidos y significados durante episodios de engaño comunicativo, aunque sean no-cooperativos en cierta medida (lo cual deberá ser caracterizado como lo veremos a continuación); y por otro, el oyente comprende ciertos contenidos en base al estímulo comunicativo del locutor. La segunda opción implica una distinción entre los tipos de intencionalidad involucrados en este fenómeno. En casos de comunicación cooperativa estándar, el contenido que un locutor comunica conlleva dos intenciones: (i) la intención de que el destinatario reconozca los contenidos que el locutor quiere compartir, y (ii) la intención de que el destinatario reconozca que el locutor desea compartir estos contenidos con él.³ En intercambios comunicativos engañosos, el locutor desea compartir un contenido y en efecto manifiesta esto con claridad, pero en un acto de manipulación el locutor no desea que el locutor reconozca una intención en particular, a través de la cual está tratando de alcanzar un objetivo perlocutivo encubierto. Una vez que distinguimos estos dos niveles de intención en función de su estatus comunicativo (es decir, si se desea que el receptor reconozca el contenido como intencional o no), resulta posible considerar la manipulación como un fenómeno comunicativo, ya que independientemente de nuestra perspectiva, forma parte de un intercambio comunicativo, aunque sea solamente un producto derivado o una suerte de componente adicional. El hecho de reconocer que, a pesar de todo, la comunicación manipulativa sigue siendo comunicación nos permitirá proceder con su análisis, como lo veremos en breve.

Sin embargo, reflexionar sobre la naturaleza intencional de la manipulación no garantiza directamente la posibilidad de investigar los mecanismos de manipulación, sino que nos permite investigar sus propiedades y las maneras de detectarla. En otras palabras, la investigación relacionada con los puntos tratados en esta sección nos proporciona respuestas a las preguntas siguientes: ¿qué es la manipulación?, ¿cuáles son sus propiedades?, ¿es posible usar nuestro conocimiento del fenómeno para identificar la manipulación en el discurso de un locutor? Aunque mucho se pueda discutir sobre estas preguntas, este artículo tiene como objetivo contestar otras preguntas. Por lo tanto, a continuación discutiremos otros aspectos de la comunicación manipulativa, sin duda más compatibles con preocupaciones propias al análisis del discurso. Específicamente, sugeriré que la pragmática cognitiva tiene ventajas significativas para contestar preguntas relacionadas con el funcionamiento discursivo de la manipulación

(véase también Oswald 2010, 2011, Maillat & Oswald 2009, 2011).

3. La pragmática de la manipulación

3.1. Aportes de una perspectiva pragmática cognitiva

El objetivo de toda explicación (lingüística o discursiva) de la manipulación es identificar por qué y cómo ocurre el fenómeno que se observa. Esto idealmente se materializa en un modelo predictivo basado sobre relaciones causales que permiten comprender el fenómeno en su "habitat natural". La posición que defiende aquí es naturalista, y en cierta medida mecanicista. Mientras la identificación de las condiciones necesarias y suficientes de la manipulación conlleva limitaciones obvias si deseamos explicar su funcionamiento, el intento de explicar su éxito constituye posiblemente una dirección de estudio más fructífera. Pero antes de poder alcanzar este objetivo, primero es preciso elaborar una definición operacional de la manipulación para subrayar los procesos cognitivos que operan en su seno, y que deben ser explicados.

De la definición dada en (1), mantendremos la idea del carácter encubierto, disimulado, de la manipulación, ya que este representa una propiedad esencial que se puede integrar fácilmente al tipo de modelo presentado aquí. Cuando alguien esconde algo, los que están en su proximidad no tienen acceso a lo que se escondió. Ahora, si consideramos los procesos cognitivos que tienen lugar en la mente de un individuo manipulado, podemos emitir la hipótesis de que siempre existe un conjunto de información que le hubiera permitido darse cuenta de que el discurso del locutor es problemático. Cuando la manipulación es exitosa, podemos por lo tanto considerar que existe, en principio, información crítica que el destinatario no movilizó. Este conjunto de información crítica contiene aspectos susceptibles de ser usados para cuestionar el mensaje o los motivos e intenciones del locutor. Por ende, podemos decir que el conjunto de información que un locutor manipulativo desea esconder es el que lo revelaría – i.e., el que llevaría al destinatario a representar:

- (i) inconsistencias internas al mensaje, como inconsistencias lógicas o pragmáticas;
 - (ii) inconsistencias entre el contenido del mensaje y los valores y las creencias del destinatario; el concientizar estas inconsistencias causaría potencialmente un procesamiento crítico adicional acerca de los motivos detrás de la presencia de estas inconsistencias;
 - (iii) información crítica que el destinatario no ha procesado previamente y que podría usar para invalidar o, por lo menos, cuestionar el contenido del mensaje; y
 - (iv) razones de dudar la benevolencia y la competencia del locutor.
- Resumiendo, cualquier información crítica que le da la posibilidad al destinatario de cuestionar el mensaje del locutor o su voluntad de ser cooperativo es una amenaza potencial al éxito de la manipulación⁴.

Resulta entonces razonable considerar que una parte importante del proceso de manipulación reside en impedir el acceso a esta información crítica. Sin embargo, para aumentar sus posibilidades de éxito, los manipuladores necesitan asegurarse de que el mensaje que comunican sea aceptado por el destinatario como un mensaje que comunica información fiable, relevante y verdadera – los seres humanos no son crédulos al punto de creer cualquier cosa, y por lo tanto el contenido de un mensaje manipulativo debe permanecer en los límites de lo plausible. Resulta difícil caracterizar precisamente la noción de aceptabilidad ya que puede denotar varias cosas, desde lo verdadero hasta lo moralmente aceptable, pasando por lo conveniente. Para disponer de una categoría homogénea, diremos aquí que una representación es aceptable para un individuo cuando este la integra a su entorno cognitivo (el *cognitive environment*, según Sperber & Wilson (1995: 38-46), el cual se define como el conjunto de hipótesis que son manifiestas para un individuo, es decir las que considera como verdaderas o probablemente verdaderas en un momento dado). El parámetro en cuestión aquí, que sirve para determinar si

una representación integra el entorno cognitivo de un hablante, es el de la fuerza epistémica de la información: mientras más fuerte la información desde el punto de vista epistémico, más altas las probabilidades de que integre el entorno cognitivo del hablante. El análisis crítico del discurso, a través del estudio de estrategias de legitimación y argumentación (véase por ejemplo van Leeuwen & Wodak, 1999; Iețcu-Fairclough, 2007; Richardson, 2004), ha identificado varias estrategias de este tipo. Lo que podemos añadir desde una perspectiva cognitiva es la idea de que estas estrategias discursivas tienen como propósito asegurarse de que las representaciones que vehiculan sean percibidas como extremadamente probables o verdaderas: en otras palabras, las estrategias de legitimación tratan de aumentar la fuerza epistémica de ciertas representaciones de manera de aumentar las probabilidades de que estas formen parte del entorno cognitivo del destinatario.

Para saber cómo funciona la influencia discursiva desde la perspectiva cognitiva que adoptamos aquí identificaremos los parámetros responsables de la inclusión de una representación en el entorno cognitivo de un individuo. Dos parámetros sobresalen en esta tarea: la accesibilidad de la información por una parte y su fuerza epistémica por otra. Ahora, si relacionamos estos dos parámetros con el tema del engaño en la comunicación, es posible elaborar una definición que estipula cómo opera la manipulación, desde el punto de vista del procesamiento cognitivo. Los individuos que han sido manipulados con éxito son los que (i) no lograron acceder a informaciones críticas o que han considerado dichas informaciones epistémicamente débiles y (ii) los que han sido llevados fácilmente a representar el contenido del mensaje y además a considerarlo epistémicamente fuerte. En base a esto, podemos formular una definición operativa de la comunicación manipulativa que caracteriza lo que la manipulación hace, en términos de los fenómenos cognitivos que operan en su seno:

(2) Una tentativa de comunicación manipulativa es exitosa si el destinatario interpreta y da su consentimiento (o adhiere) al contenido del mensaje al mismo tiempo que está incapacitado para identificar que dicho contenido debería ser descartado/rechazado (por ser inconsistente, incompatible con sus creencias, objetivos, intereses, representaciones del mundo, etc.)

El discurso engañoso, por lo tanto, supone un doble proceso cognitivo: por un lado, lleva al destinatario a inferir fácilmente ciertos contenidos cuyo carácter problemático quedan en la sombra; y por otro, trata de disminuir las probabilidades de que el destinatario identifique que el contenido del mensaje (incluida la intención manipulativa con la que se formuló) y su aceptación son instrumentales para la satisfacción de un objetivo perlocutivo encubierto que el locutor desea alcanzar.

Por razones metodológicas, es preciso aclarar la distinción hecha previamente entre describir lo que es la manipulación y explicar cómo funciona. Contestar la pregunta ¿qué es? requiere que el analista estudie la manipulación desde la perspectiva del locutor. Sin embargo, como ya lo hemos mencionado, los límites de esta perspectiva aparecen rápidamente, ya que nunca podemos estar cien por ciento seguros de las intenciones de un locutor. Al contrario, adquirir conocimientos sobre el funcionamiento de la manipulación nos permitiría acercarnos mejor al fenómeno; al momento de contestar la pregunta ¿cómo funciona?, tendremos que cambiar de perspectiva para adoptar la *del destinatario*. El discurso manipulativo es exitoso únicamente si el destinatario lo procesa de manera que su carácter manipulativo permanezca oculto. La respuesta a la pregunta ¿cómo se explica el éxito de la manipulación? por lo tanto emergerá a través del análisis de la manera en que el procesamiento de la información comunicada puede estar constreñida para alcanzar los objetivos del engaño.

Para resumir, el estudio de la comunicación manipulativa que se presenta aquí forma parte de una línea de investigación cuyo objetivo es averiguar cuál es la relación entre lenguaje y creencias. Esto es típicamente un objeto de investigación psicológica y por ende requiere un marco teórico que pueda combinar aportes lingüísticos y psicológicos. Por lo tanto, necesitamos un modelo del procesamiento de la información que suministre criterios que determinen bajo qué condiciones el carácter sobresaliente de la información se puede controlar (consideramos que la información de acceso fácil y epistémicamente fuerte sobresale con respecto a las que es difícilmente accesible

y epistémicamente débil), asumiendo que esta propiedad afecta positivamente la selección e inclusión de la información en el entorno cognitivo de un individuo. La teoría de la relevancia proporciona herramientas idóneas con respecto a estos requisitos.

3.2. La teoría de la relevancia

Inicialmente definida por Charles Morris como el estudio de ‘la relación entre signos e intérpretes’ (Morris 1938:6) y, generalmente, como la disciplina que se ocupa de los “aspectos bióticos de la semiosis, es decir, de todos los fenómenos psicológicos, biológicos y sociales que ocurren en el funcionamiento de los signos” (1938:108, traducción propia), la investigación pragmática hoy en día ha explorado las distintas direcciones que Morris anticipó – y más aún. La consecuencia de esta variedad es la actual inclusión de distintas orientaciones en el campo pragmático del estudio del uso del lenguaje (pragmática cognitiva, socio-pragmática, filosofía del lenguaje, pragmática antropológica, etc.). El avance más reciente en la disciplina es probablemente el que se inspira a partir de las ciencias cognitivas y que apunta a explicar la arquitectura cognitiva de la comunicación humana, desde un punto de vista teórico, pero también, aún más recientemente, desde el punto de vista experimental (véase por ejemplo Noveck & Sperber, 2004).

La teoría de la relevancia (Sperber & Wilson 1986, 1995, Wilson & Sperber 2012, de aquí en adelante TR) representa una de las alternativas más elaboradas en el campo, razón por la cual intentaré mostrar cómo el modelo del procesamiento de la información que ofrece puede suministrar un marco valioso para el desarrollo de un modelo de la influencia discursiva. Es preciso además notar que aunque el análisis crítico del discurso haya integrado en el pasado componentes pragmáticos en sus modelos, por ejemplo, tomando prestados algunos conceptos con fines analíticos, no existe ningún modelo propiamente pragmático que asesore e ilustre cómo cuestiones de sentido y significado (y su tratamiento en términos pragmáticos cognitivos) pueden teóricamente, metodológica y epistemológicamente ser incorporadas a la agenda del análisis crítico del discurso.⁶

Como teoría general de la cognición humana, la TR investiga los mecanismos cognitivos que operan en la comunicación, con el objetivo de explicar cómo los seres humanos logran comprenderse mutuamente a través del uso de estímulos verbales. En esta teoría, el proceso de comprensión se concibe como la tarea principal de un módulo mental específico, el módulo de la comprensión, dedicado exclusivamente al procesamiento de material verbal, y cuyo *output* es una representación del significado contextual de un enunciado – que es el que se le atribuye de hecho al locutor (el famoso *significado del hablante* del que habla Grice). La TR define el proceso de comprensión como un mecanismo de *input-procesamiento-output*. El *input* consiste en una representación mínima del enunciado que se deriva del material lingüístico que el locutor eligió para expresarla: esta representación resulta de un análisis gramatical, de procesos de desambiguación, de resolución de referencia y de recuperación de entradas conceptuales. Este *input* luego se combina con hipótesis contextuales explícitas y/o implícitas. La representación a la cual se llega después de esta etapa inferencial es el *output* del proceso – es decir, la interpretación – y se considera que corresponde al significado del locutor. La tarea del módulo de la comprensión es por lo tanto procesar el enunciado *input* de manera de identificar el sentido intencional contextual, que se identifica como el significado más relevante en las circunstancias.

La característica más notable de la TR, al menos para nosotros, es probablemente el hecho de que claramente identifique constreñimientos sobre la selección de la información en procesos interpretativos: la selección de la información respeta consideraciones de relevancia, y la relevancia se define técnicamente de acuerdo con dos condiciones comparativas:

(3) Condiciones comparativas de relevancia:

Condición comparativa 1: una hipótesis es relevante en un contexto si sus efectos contextuales en este contexto son numerosos.

Condición comparativa 2: una hipótesis es relevante en un contexto si el esfuerzo que requiere para ser procesada en este contexto es pequeño (según Sperber & Wilson 1995: 125).

La segunda condición estipula que los contenidos que más probablemente serán seleccionados como relevantes en el proceso de comprensión son los que no requieren esfuerzos significativos para ser representados (i.e., los que son fácilmente accesibles en términos de esfuerzo de procesamiento) y la primera condición identifica como relevantes las hipótesis que rinden efectos contextuales significativos (i.e., los que son útiles para el sistema cognitivo porque se consideran como fiables y epistémicamente fuertes). Las hipótesis que mejor satisfacen la relación entre esfuerzo y efecto son las que nuestro sistema cognitivo considera más relevantes.⁷

Esta teoría del significado intenta explicar cómo un destinatario infiere interpretaciones relevantes. Esto de ninguna manera significa que el proceso sea infalible, dado que la derivación del significado es un proceso heurístico – y por definición falible. Resulta que las condiciones comparativas de relevancia suelen ser respetadas en la comunicación estándar, pero esto no sugiere que garantizan una extracción sistemática del significado efectivamente intencionado por el locutor: existen los malentendidos, y la TR los explica postulando, en aquellos casos, un desajuste entre las hipótesis contextuales intencionadas por el locutor y las que el destinatario de hecho movilizó. La fuerza de la TR reside en su clara formulación de los parámetros que determinan la inclusión de toda hipótesis en el entorno cognitivo de un destinatario que procesa el enunciado de un locutor.

En la siguiente sección describo cómo se puede usar este marco teórico para explicar cómo y por qué funciona la manipulación.

3.3. *La manipulación y el constreñimiento cognitivo de la relevancia*

La definición (2) caracteriza la manipulación como un doble constreñimiento que simultáneamente trata de ocultar o alejar los contenidos críticos y de hacer sobresalir la información ‘favorable’.⁸ Como ya lo mencionamos, la manipulación se aprovecha de la falibilidad de nuestros mecanismos de procesamiento de la información. Específicamente, implementa constreñimientos cognitivos para asegurar que cierta información sea procesada en lugar de otros conjuntos de información, cuya movilización sería necesaria para derrotar el intento de engañar. Los aspectos cognitivos de este mecanismo han sido detallados por Maillat y Oswald (2009, 2011) a través del modelo pragmático del Constreñimiento de Selección Contextual (*Context Selection Constraint*, CSC), en el que la manipulación se concibe como un doble constreñimiento que actúa sobre las dimensiones informativas de accesibilidad y fuerza epistémica. Más precisamente, se puede decir que la manipulación es una estrategia por la cual la información crítica se vuelve menos accesible y/o epistémicamente más débil, mientras la información ‘favorable’ es más accesible y se percibe como epistémicamente más fiable. Por lo tanto, las mismas operaciones cognitivas constriñen la relevancia percibida de la información, mediante una maximización o una minimización de su fuerza epistémica y de su accesibilidad. La ventaja de este modelo se encuentra en su simplicidad, ya que postula un único principio, el de (ir)relevancia contextual, para explicar cómo ciertos conjuntos de información pueden pasarse por alto (hasta el punto de ni siquiera ser representados) o, al contrario, ser representados en primer plano. Para resumir, la manipulación, en este modelo, puede concebirse como un constreñimiento cognitivo sobre la atención informacional: de hecho concentra la atención de su víctima sobre conjuntos de información que en principio no la van a derrotar, y al mismo tiempo aleja la atención de la víctima de las informaciones que podrían derrotarla. El modelo, en consecuencia, asume que podemos ser engañados porque nos resulta muy fácil pasar por alto lo que no estamos buscando.

3.4. *Un marco teórico cognitivo para el análisis del discurso*

El modelo pragmático cognitivo de la manipulación presentado en este capítulo no fue diseñado para cubrir todos los aspectos de la comunicación manipulativa – de hecho poco puede enseñarnos acerca de los aspectos sociales e institucionales de la manipulación. Su enfoque se limita más bien a los aspectos lingüísticos y pragmáticos operacionales del procesamiento de la información que están involucrados en el éxito de la manipulación. El interés del modelo

con respecto al estudio crítico del discurso reside entonces en el hecho de que permite evaluar la relación entre material lingüístico (junto al contexto informacional en el que ocurre) y las inferencias que permite, además de sus efectos perlocutivos. Lo que quiero subrayar son los puentes que se pueden establecer entre un modelo como éste y los estudios más tradicionales que pertenecen al marco de los estudios críticos del discurso. En particular, definiendo la idea de que muchas estrategias discursivas que ya han sido discutidas en la literatura pueden ser reinterpretadas en el modelo expuesto aquí.

Es razonable, por lo tanto, asumir que muchas estrategias discursivas descritas en el estudio de la comunicación manipulativa, persuasiva e ideológica se prestan para este tipo de reinterpretación. De hecho, algunos trabajos relativos al estudio de la argumentación ya intentaron construir este tipo de puente. Maillat y Oswald (2009, 2011), Oswald (2010, 2011), y Oswald y Hart (2013) explican cómo ciertas falacias funcionan del punto de vista cognitivo. Maillat (2013) aplica el modelo al estudio de la falacia *ad populum*; Oswald y Lewiński (2014) y Lewiński y Oswald (2013) explican el funcionamiento de la falacia del hombre de paja; Oswald y Hart (2013) se interesan en los argumentos que hacen intervenir la voz de una fuente de información, y Oswald (en prensa) adopta un enfoque más amplio en una reflexión pragmático-cognitiva acerca de la eficacia retórica de los argumentos en general. El ejemplo que discutiremos en la última sección de este artículo se sitúa en esta perspectiva, ya que se trata del análisis de un ejemplo complejo de discurso político falaz.

Además de las falacias argumentativas, muchas otras estrategias discursivas pueden similarmente ser cognitivamente reinterpretadas. De hecho, cualquier estrategia discursiva destinada a alejar la atención del destinatario de la naturaleza problemática del mensaje y al mismo tiempo a hacer sobresalir ciertas representaciones es en principio interpretable en el modelo expuesto aquí. En otras palabras, cualquier estrategia destinada a constreñir el significado que un destinatario pueda derivar del mensaje de un locutor a fin de que entretenga contenidos problemáticos puede concebirse como el resultado de una estrategia de debilitamiento o de refuerzo de la relevancia de la información, entre las cuales es posible encontrar:

- Pasivización y nominalización: Fowler *et al.* (1979) describen estas transformaciones sintáctico-semánticas como estrategias destinadas a ocultar informaciones críticas, y por lo tanto se pueden concebir en nuestro modelo como estrategias de debilitamiento. En el caso de la pasivización, podemos concebir la supresión de la responsabilidad del agente en la estructura semántica de la proposición como el resultado de un constreñimiento cognitivo destinado a reducir la accesibilidad al rol agentivo en la representación del evento. En cuanto a la nominalización, la pérdida de información que resulta de la transformación del predicado en sustantivo también puede verse como el resultado de una estrategia destinada a reducir la accesibilidad de esta información sin perder nada en términos de corrección sintáctica e interpretabilidad semántica.

- Similarmente, la abundante literatura sobre estrategias de auto-representación positiva y alter-representación negativa (véase van Dijk, 1994; Wodak & van Dijk, 2006; KhosraviNik, 2008, 2010) es otra área de los estudios críticos del discurso que se puede explorar con herramientas pragmático-cognitivas. La representación negativa del 'otro' y la auto-representación positiva funciona cuando logran ocultar su ilegitimidad, es decir cuando logran ser percibidas como contenidos epistémicamente fuertes, mientras las razones críticas de ponerlos en duda permanecen ausentes.

- Algunos componentes del significado como las presuposiciones o las implicancias, por ejemplo, también figuran entre los fenómenos pragmáticos que los analistas del discurso consideran como susceptibles de jugar un papel estratégico en el discurso, y también pueden ser cognitivamente reinterpretados: las implicancias pueden hacer sobresalir ciertos contenidos a través de un juego sobre constreñimientos contextuales y las presuposiciones pueden llevar el destinatario a dar por sentada – o ni siquiera representar – información que debería ser cuestionada o puesta en duda (véase Saussure 2012 o Polyzou 2013, por ejemplo). Desde el punto de vista cognitivo, esto puede asimilarse a una debilitación de la relevancia percibida de la información.

• La metáfora es otro fenómeno cognitivo y discursivo que se puede explotar para alcanzar objetivos persuasivos y manipulativos (para estudios ilustrativos véase Chilton, 2005; Charteris-Black, 2006a, 2006b; Hart, 2010). Las metáforas extensas en particular pueden ser explotadas argumentativamente porque suministran estructuras discursivas ideales para cumplir este tipo de función (Oswald & Rihs 2014).

Ejemplos como estos se pueden multiplicar mientras tengan que ver con el significado y su representación, lo que ilustra cómo el modelo presentado en este artículo puede enriquecer modelos existentes mediante un asentamiento cognitivo en un marco teórico plausible desde el punto de vista psicológico. En lo que sigue voy a tratar de ilustrar este modelo con el análisis de un ejemplo concreto de discurso político. Veremos en qué sentido una concepción de la influencia en términos de estreñimiento cognitivo del procesamiento de la información puede ser útil, con el objetivo de ofrecer una contribución original y alternativa a los modelos existentes de la influencia discursiva.

4. El análisis de la manipulación y de la argumentación falaz

4.1. Falaz ≠ manipulativo

Antes de continuar, debo hacer un par de aclaraciones para evitar malentendidos potenciales en cuanto al tipo de fenómenos que este modelo puede capturar, y que no deben limitarse a la comunicación manipulativa. Aunque en principio haya sido diseñado para capturar la manipulación, el modelo pragmático cognitivo conocido como el CSC se puede extender para abarcar fenómenos adicionales de influencia discursiva.

En las secciones 2 y 3 explicité dos definiciones distintas pero complementarias de la manipulación: la definición (1) es descriptiva y define la manipulación desde un punto de vista fenomenológico, mientras que la definición (2) proporciona una caracterización operacional de la manipulación que especifica cuándo la manipulación es exitosa en términos de procesamiento de la información. Sin embargo, es preciso observar que (2) denota un intento de manipulación únicamente cuando al mismo tiempo el discurso que se considera satisface la definición (1). Esto significa que un enunciado puede calificarse de manipulativo solamente bajo la condición que (2) especifica cómo (1) se obtiene en un discurso dado.

La utilidad analítica de (2) no se limita a casos de manipulación. Si observamos en un discurso que los estreñimientos cognitivos especificados en (2) ocurren sin que la definición (1) sea satisfecha, el discurso que se analiza no puede considerarse manipulativo; sin embargo, no significa que lo que esté ocurriendo desde un punto de vista del procesamiento del discurso sea irrelevante para el analista. La argumentación falaz puede ser manipulativa o no serlo: esto depende de los estados mentales del locutor – es decir, si argumenta con la intención de engañar. En el caso de que no desee engañar a su destinatario (por ejemplo en el caso en que el locutor cometa un error de razonamiento), aún podemos analizar su contribución en términos de los parámetros especificados en (2). Esto significa que, independientemente del carácter manipulativo de una falacia en cierto contexto, la posibilidad de conducir este tipo de análisis queda intacta. Efectos de debilitamiento y de refuerzo en el procesamiento cognitivo del destinatario pueden ocurrir en la ausencia de intenciones manipulativas, es decir, en la ausencia de toda *estrategia* manipulativa.

Estas consideraciones tienen por lo menos dos consecuencias importantes para el análisis cognitivo del discurso, en particular si retomamos la distinción entre identificar la manipulación en un discurso dado y explicar cómo funciona. En primer lugar, el estudio de la influencia discursiva según estas líneas le permitirá al analista explicar cómo un destinatario puede llegar a ser persuadido por un discurso sin necesariamente tener que resolver la cuestión espinosa del carácter potencialmente manipulativo de dicho discurso.⁹ En segundo lugar, como lo mencionamos previamente, esto nos permite encarar la cuestión compleja de las estrategias de influencia discursiva en un mismo marco teórico. En consecuencia, no debemos considerar que

las falacias sean todas necesariamente manipulativas, aunque puedan ser analizadas con las mismas herramientas que las que fueron diseñadas para analizar la comunicación manipulativa.

4.2. *El análisis de un debate argumentativo desde una perspectiva pragmático cognitiva*

El corpus que analizo en lo que sigue proviene del debate que tuvo lugar después de la primera ronda de la elección presidencial el 2 de mayo del 2012, entre François Hollande y Nicolas Sarkozy. El fragmento seleccionado trata del balance del primer mandato de Sarkozy como presidente. Como es de esperarse en las circunstancias, Sarkozy subraya los puntos positivos de su mandato y Hollande lo acusa de no querer reconocer sus fracasos. He aquí el intercambio:¹⁰

- (4) Hollande: Ud. siempre está satisfecho con su persona, y esto es extraordinario. Pase lo que pase, Ud. está satisfecho. El pueblo francés no lo está, pero Ud. sí. Por lo tanto debo añadir, ya que Ud. lo menciona, en cuanto al crecimiento económico, que estamos...
Sarkozy: ¿Ud. está mintiendo sin ninguna vergüenza, y yo debería aceptarlo?
Hollande: Por ahora no dije nada que podría justificar esta expresión.
Sarkozy: Es una mentira.
Hollande: ¿Cuál mentira?
Sarkozy: Es una mentira.
Hollande: ¿Cuál? ¿Cuál? ¿Cuál?
Sarkozy: Ud. está mintiendo cuando dice que yo siempre estoy satisfecho conmigo y que no reconozco mis responsabilidades. Es una mentira.
Hollande: Entonces Ud. está muy insatisfecho con Ud. mismo, debo haber cometido un error. Debo haber cometido un error y por lo tanto le ruego me disculpe: Ud. está muy insatisfecho con su persona.
Sarkozy: Esto no es un concurso de chistecitos.
Hollande: No, no es un chistecito. No puedo permitir que Ud. me trate de mentiroso aquí.

4.2.1. *Reconstrucción argumentativa*

Un análisis argumentativo de esta secuencia requiere una reconstrucción mínima del intercambio argumentativo que nos permita identificar sus movimientos argumentativos clave; esta reconstrucción nos lleva a la paráfrasis siguiente:

- (5) Hollande: Ud. siempre está contento consigo mismo.
(6) Sarkozy: Ud. está mintiendo sin vergüenza.
(7) Hollande: No estoy mintiendo porque no dije nada que justifique esta expresión.
(8) Sarkozy: Ud. está mintiendo cuando dice que siempre estoy satisfecho con mi persona y que no asumo mis responsabilidades.
(9) Hollande: Debo haber cometido un error; Ud. está muy insatisfecho con su persona.
(10) Sarkozy: Esto no es un concurso de chistecitos.
(11) Hollande: No puedo dejarlo que me llame mentiroso aquí.

Esta secuencia se puede dividir en 4 movimientos, acorde a las funciones argumentativamente significativas de cada intervención. Un primer movimiento consiste en el ataque por Sarkozy (6) de la tesis de Hollande (5), en la que expresa que Sarkozy siempre está contento con él mismo. Inmediatamente después del ataque, Hollande trata de contra-argumentar (7) para refutar (6). El segundo movimiento empieza con (8), cuando Sarkozy reformula su contra-argumento. Lo hace especificando la naturaleza de su objeción, introduciendo una conjunción, lo que convierte su respuesta en un contra-argumento complejo. Estos dos movimientos son interesantes en sí (por ejemplo, se podría considerar que (8) reúne algunas condiciones para un argumento de tipo "hombre de paja" en el caso en que resulte que Hollande no acusó Sarkozy de no reconocer sus responsabilidades), pero nuestra discusión se va a concentrar sobre el resto del intercambio, que es particularmente útil para ilustrar el marco teórico detallado en las secciones previas.

El tercer movimiento argumentativo tiene que ver con la aparente aceptación, por parte de Hollande en (9), de parte de la reformulación de Sarkozy en (8); Hollande además especifica su pensamiento reconociendo que ha cometido un error. Desde un punto de vista literal, el enunciado de Hollande es equivalente a una resolución de la diferencia de opinión, ya que aparentemente concede que su tesis (5) debería ser descartada. Sin embargo, el enunciado es

irónico, lo que indica que Hollande de hecho sigue concentrado en su estrategia argumentativa. Procede con ella diciendo que Sarkozy debe estar muy insatisfecho con él mismo, y esto se puede interpretar como un ataque personal dirigido hacia la credibilidad de su oponente: resulta difícil que un presidente que reconoce estar muy insatisfecho con su balance aparezca como un candidato confiable para un mandato adicional. Esta es la razón por la cual podemos considerar que (9) juega un papel argumentativo importante en el intercambio.

En el movimiento final, Sarkozy intenta contra-atacar en (10), mediante el inicio de un sub-intercambio meta-lingüístico que pone en duda la seriedad de (9); esto simultáneamente cuenta como un intento de dañar la sinceridad de Hollande a través de una acusación de no seriedad (“chistecito”). Finalmente, en (11) Hollande refuta (10), pero solamente en apariencia: aunque la refutación parezca responder al enunciado que lo precede, en realidad está dirigida a la acusación de mentira que Sarkozy comunicó en (6) y (8).

La secuencia resulta compleja, pero se puede resumir de la manera siguiente:

1º movimiento: tesis de Hollande (5), contra-argumento de Sarkozy (6), refutación del contra-argumento por Hollande (7).

2º movimiento: reformulación de la tesis y especificación por Sarkozy (8).

3º movimiento: concesión aparente del contra-argumento por Hollande (y por lo tanto resolución aparente del conflicto), ataque indirecto sobre Sarkozy (9).

4º movimiento: intento, por parte de Sarkozy, de refutar el ataque indirecto (10), refutación aparente por Hollande del contra-ataque y contra-argumento final (11).

Como ya lo mencionamos previamente, el resto del análisis se concentrará sobre el 3º y el 4º movimiento.

4.2.2. La fiesta de la falacia

La importancia analítica de la contribución de Hollande debe buscarse en la calidad de sus movimientos argumentativos. Desde el punto de vista de su validez o aceptabilidad, (9) contiene algunas propiedades de tres distintas – y muy conocidas – falacias: el hombre de paja, el falso dilema y la falacia *ad hominem*.

La falacia del hombre de paja es una “falacia de discusión argumentativa en la cual un argumentador da una representación errónea de la posición o de los argumentos de su oponente de manera a que sean más fáciles de refutar, y luego ataca esta representación errónea como si fuera la que su adversario defendió” (Lewiński & Oswald (2013: 165), mi traducción). En (9), Hollande hace esto de manera abusiva cuando afirma que Sarkozy no está satisfecho con él mismo, y esto no es para nada equivalente a repetir lo que Sarkozy había declarado en (8) (“es una mentira decir que siempre estoy satisfecho conmigo mismo”). Para construir esta representación errónea, Hollande además se aprovecha de una simplificación abusiva de una alternativa que emerge de la formulación negativa de Sarkozy en (8): más precisamente, Hollande trata de forzar dos contenidos mutuamente excluyentes en una alternativa, implícitamente comunicando que si uno no está contento consigo mismo, por lo tanto debe estar muy insatisfecho consigo mismo. Esto es típico de la falacia conocida como el falso dilema, que consiste en reducir una alternativa a dos opciones mutuamente exclusivas que ocultan el hecho de que existe un conjunto de opciones posibles más amplio. Finalmente, debido al tono irónico de (9), Hollande además lanza un ataque personal hacia el *ethos* de Sarkozy, tratando de llevar la audiencia a inferir que la insatisfacción de Sarkozy con su propia acción en la presidencia de la nación es sintomática de su falta de confiabilidad y de competencia como presidente.¹¹ En un solo enunciado, la contribución de Hollande al intercambio argumentativo por lo tanto marca tres falacias distintas. A continuación examinamos la formulación lingüística

del enunciado y la importancia pragmática de estas tres falacias para mostrar cómo pueden operar constreñimientos interpretativos destinados a distraer la atención de la audiencia de una evaluación crítica de su carácter falaz.

Con su intervención (9), Hollande reacciona a la reformulación compleja de Sarkozy acerca de un contra-argumento previo. En (10), Sarkozy niega una conjunción, en este caso algo que podemos parafrasear con ‘no es verdad que siempre estoy satisfecho conmigo mismo y que no reconozco mis responsabilidades’. Una defensa razonable y posible, en el espíritu de la defensa previa en (7), consistiría en argumentar que no es un mentiroso y que lo que dijo es efectivamente verdad. Sin embargo, en (9) Hollande en cambio opta por formular una concesión bastante particular, ya que concede solamente algo que se asemeja al contenido de la primera mitad de la conjunción: Hollande solamente responde sobre el nivel de auto-satisfacción. Es decir, que en vez de seguir con la misma línea de argumentación, Hollande en apariencia opera una ruptura concediendo algo que Sarkozy presumiblemente ha previamente declarado, como una de resolver superficialmente la diferencia de opinión: sobre el plano literal, Hollande comunica que está de acuerdo con su oponente, dándole en apariencia la razón. Desde la perspectiva de la resolución de la argumentación, podríamos, por lo tanto decir que, a primera vista, Hollande abandona su tesis inicial. Sin embargo, esta aparente resolución sirve a un propósito argumentativo adicional, que es el de erigir el hombre de paja.

La negación de ‘no estar siempre contento’ puede ser semánticamente compatible con varias interpretaciones: dependiendo del contexto, podría significar ‘estar ocasionalmente contento’, ‘nunca estar contento’, ‘estar en un estado emocional en el que estar contento no es relevante’, ‘estar ocasionalmente descontento’, ‘estar siempre descontento’, etc. Lo que un locutor comunica cuando dice que no es verdad que siempre está contento consigo mismo – y sin embargo esta es la interpretación que Hollande le atribuye a Sarkozy. El error en la atribución de contenido tan característico de la falacia del hombre de paja en este caso se nutre de un falso dilema, dado que Hollande reduce abusivamente una alternativa compleja a dos opciones mutuamente exclusivas con (9). Además, (9) se focaliza exclusivamente sobre la primera mitad de la conjunción en (8), que también está bajo el régimen de la negación (“Ud. está mintiendo cuando dice que...”); una reacción razonable a (8) debería sin embargo también tener en cuenta la segunda mitad de la conjunción.

Un ejemplo canónico de la falacia del hombre de paja consiste en intencionalmente alterar la representación de las palabras de una persona de manera de refutarlas más fácilmente. Hollande, en lo que a primera vista podría parecer sorprendente, no hace esto, dado que concede lo que presenta como el contra-argumento de Sarkozy y enseguida admite su propio error. Si comparamos el papel que juega (9) y su significado literal, emerge un problema: (9) funciona como un ataque, aunque exprese una concesión, que por definición no puede interpretarse como un ataque, puesto que su función es la de significar un acuerdo con el contrincante acerca de un contenido específico. En consecuencia, dado que Hollande parece estar de acuerdo con Sarkozy (aunque solo lo esté en apariencia), la obligación previa de defenderse de ser mentiroso – que realizó en (7) – cae por no ser más percibida como relevante. Esto significa que la disputa sobre la mentira de Hollande parece ser resuelta. Por supuesto, esta parte del intercambio precisamente no debería tomarse como tal porque Hollande únicamente *pretende* otorgar la concesión: por una parte concede una representación errónea de (8), basada sobre un falso dilema y, por otro lado, la concesión es efectivamente irónica. Además, Hollande usa (9) para atacar personalmente a su oponente, y esto hace que podamos contar (9) como un ataque personal.

Sarkozy reconoce el potencial dañino de la ironía en (9) y trata, en (10), de contrarrestar su efecto a través de un comentario meta-lingüístico sobre el carácter inapropiado de (9) en un debate político. Pero, otra vez, Hollande trata de limitar el efecto de las palabras de su contrincante y de sacar su propia ventaja: su respuesta en (11) en efecto está mal orientada. En vez de responder al ataque acerca de su falta de seriedad (“concurso de chistecitos”), tal como lo esperaríamos, Hollande vuelve a responder sobre (6) y (8), que refieren a una sub-discusión

que ya se ha concluido a través de la concesión previa de Hollande. Sin embargo, desde un punto de vista retórico, defenderse de un ataque grave o por lo menos serio como el de haber mentido puede parecer una defensa legítima. Al fin y al cabo, queda que Hollande ha sido acusado de mentir, y puede volver a esa acusación porque previamente no ha admitido una mentira, sino un error. Después de haber pretendido concluir la discusión sobre la mentira, Hollande vuelve a abrirla haciéndola nuevamente relevante – en efecto, de hecho todavía no había respondido a esta acusación.

4.2.3. Retórica y estrategias de debilitación y refuerzo

La estrategia global retórica de Hollande opera dos movimientos: en primer lugar produce un argumento ‘multi-falacioso’ que, debido al tono irónico de (9), también se perfila como un chiste (veremos en breve cómo Hollande puede aprovecharse de esto); en segundo lugar, trata de dirigir la atención de su audiencia lejos de una evaluación crítica de su argumento falaz. Esto supone que logra constreñir el procesamiento cognitivo de su oponente y además el de su audiencia (i.e. millones de televidentes).

Examinemos ahora la manera en que las reacciones de Sarkozy están constreñidas por Hollande. El ataque irónico en (9) le deja dos opciones a Sarkozy: la primera es intentar deshacer la representación errónea de sus propias palabras por su oponente para revelar el abuso discursivo; la segunda es tratar de contrarrestar el ataque en vista de su potencial dañino en términos de ethos. Esta última solución es la que elige en (10) y por lo tanto se puede describir como un intento de reparar su imagen (*face*, en términos Goffmanianos) para restablecer una imagen positiva. En vez de defenderse, entonces, Sarkozy acusa a su oponente de no ser serio, en la espera de neutralizar la amenaza sobre su propia imagen. Si logra desacreditar a Hollande de esta manera, las chances de anular la amenaza aumentarían. Retrospectivamente, esto también significa que (9) indujo una prioridad relativa al mantenimiento o a la reparación de la imagen, y por lo tanto resulta razonable asumir que la estrategia ha reforzado la necesidad de reparar (o contra-atacar), sobre un plano cognitivo, convirtiendo este objetivo en prioridad. Pero todavía nos queda por justificar por qué ocurre esto. Los ataques *ad hominem* típicamente se describen como argumentos irracionales debido al tipo de reacción que desencadenan, y que cuentan como desviaciones del curso de la discusión crítica sobre la tesis inicial (véase van Eemeren & Grootendorst 1995, van Eemeren & Houtlosser 2008). Las víctimas de estos ataques suelen sentir la necesidad de justificarse y de tratar de reparar su imagen. No es difícil ver como esto se puede convertir en una prioridad, particularmente en contextos comunicativos políticos como lo son los debates presidenciales: las consecuencias potencialmente devastadoras, en términos de imagen, generan un problema que necesita una resolución urgente, y esto legitima el hacer esfuerzos (cognitivos) en vista de alcanzar una resolución. En consecuencia, podemos formar la hipótesis que desde un punto de vista cognitivo esto hace sobresalir el problema y que *ipso facto* focaliza los recursos y la atención del sistema cognitivo sobre la búsqueda de una resolución. Entre las opciones de Sarkozy, la necesidad de reparar su imagen y la posibilidad de contra-atacar para subrayar el carácter inapropiado de la intervención de Hollande (no se esperan estos chistes en un debate presidencial) quedan por lo tanto reforzadas.

Una vez que Sarkozy contra-ataca amenazando el ethos de su oponente en (10), Hollande tiene opciones más ventajosas, dado que su adversario le ha dirigido dos ataques distintos: en (6) y (8) lo trata de mentiroso, y en (10) de no ser serio. De los dos ataques, Hollande puede seleccionar el que le parece retóricamente más favorable, y decide defenderse del ataque de ser un mentiroso, aunque la acusación parezca ya haber sido superficialmente tratada previamente. Mientras reabre la discusión sobre este punto, Hollande todavía puede presentarse como la víctima de tratamiento injusto: una respuesta a una acusación de mentira es potencialmente más seria y dañina para el autor de la acusación que una respuesta a una acusación de haber tratado de hacer un chiste. Hollande por lo tanto sigue tratando de afectar la imagen de Sarkozy cuando nuevamente intenta restablecer la relevancia de la primera acusación. En base a este análisis, podemos decir que es Hollande quien controla lo que es relevante en el intercambio: al principio constriñe las opciones de Sarkozy acorralándolo hacia el contra-ataque, lo que luego le permite

defenderse con más espacio de maniobra; su estrategia le permite disponer de más opciones, contrariamente a Sarkozy, y esto le da la posibilidad de responder a la acusación que más le conviene en ese momento.

En el debate, Hollande además trata de controlar la manera en que los televidentes van a juzgarlo en este ejercicio político. Sugiero que el hecho de ‘empacar’ el ataque *ad hominem* en (9) dentro de un chiste irónico tiene repercusiones cognitivas para la audiencia: esto, en mi hipótesis, mantiene la atención y los recursos cognitivos de la audiencia ocupados por la tarea del procesamiento del chiste. La consecuencia de esto es que no quedan recursos disponibles – o quedan menos – para una evaluación crítica del argumento, que revelaría su carácter falaz y la indigencia de su relevancia argumentativa (desde la perspectiva de la razonabilidad argumentativa por supuesto).

La ironía es típicamente un fenómeno pragmático cuyo procesamiento transcurre en el módulo de la comprensión, y requiere recursos cognitivos para ser comprendida: la ironía gatilla un significado implícito que no puede hacerse explícito sin perder su efecto. Lo que sugiero es que en el ejemplo del debate entre Sarkozy y Hollande, el procesamiento de la ironía prevalecerá sobre la evaluación del argumento *ad hominem*, que solamente se puede representar luego de haber comprendido la ironía. Esto significa que antes de que la audiencia pueda reconocer (9) como un *ad hominem*, una tarea cognitiva previa debe ser llevada a cabo: la comprensión de la naturaleza irónica de la afirmación de Hollande. Ahora bien, un efecto típico de la ironía es la percepción de humor, que supone un procesamiento cognitivo complejo (véase Baldwin 2007, Wild et al. 2003, Ruch 2001). Sugiero que esto debilita las chances que una evaluación crítica del argumento tenga lugar. Una vez que (9) ha sido comprendido, en principio la representación que se generó puede ser usada para otras tareas, incluyendo la evaluación crítica, que es lo que ocurre en contextos estándar y razonables de discusiones argumentativas. Sin embargo, en este caso considero que la naturaleza humorística de (9) puede ser cognitivamente más ‘fuerte’ y ser percibida como más relevante, es decir cognitivamente sobresaliente, que su evaluación crítica.¹² El ataque combina funciones humorísticas y argumentativas (las primeras siendo más agradables, más accesibles y más relevantes en cuanto a la interpretación de la ironía) y esto debilita las chances de que el *ad hominem* sea derrotado, simplemente porque es posible que la relevancia de su naturaleza argumentativa sea totalmente ignorada.

Una vez que Hollande termina con su chiste, vuelve a ser serio cuando reacciona (ilegítimamente) a (6) y (8) en vez de (10). Aprovecha la oportunidad que le ofrece la acusación previa de Sarkozy para distraer la atención de la audiencia y llevarla lejos de la naturaleza falaz de su propio enunciado. Para ello, pone al frente su estatus de víctima de una acusación injusta y por lo tanto falsa, lo que hace implícitamente (“no puedo dejarlo...”). Esto nuevamente funciona para ocultar la naturaleza falaz de (9), que pierde toda relevancia, dado que Hollande cambia de tema: la discusión no es más acerca de la falta de seriedad del chiste, sino acerca de una acusación de mentira. En otras palabras, aunque Hollande se haya previamente aprovechado de la no-seriedad típica del humor, es perfectamente capaz de volver a una actitud conversacional seria y al mismo tiempo de imponer los contenidos tópicos del intercambio. La percepción de que esto sea legítimo probablemente proviene del hecho de que ha discutido con el *timing* apropiado las acusaciones de las cuales fue el objeto. Por lo tanto, podemos considerar (11) como la implementación de dos constreñimientos. Por una parte incrementa la relevancia de los contenidos relacionados con una acusación seria, haciéndolos más accesibles y epistémicamente significativos: después de todo, Hollande responde a una acusación que pone en duda su honestidad, lo que genera expectativas que nos hacen esperar contenidos que sean relevantes para este objetivo. Se espera de un político acusado de mentir en un debate político de semejante importancia que se defienda; Hollande lo sabe, sabe que su audiencia se lo espera de una manera u otra, y como previamente solamente ha concedido un error, ahora puede aprovecharse de la oportunidad para oponerse firmemente a Sarkozy. Por otra parte, pero simultáneamente, esto le permite dirigir la atención de la audiencia lejos de la evaluación argumentativa del ataque personal irónico que acaba de lanzar. En otras palabras, esto debilita las chances de que su audiencia identifique el carácter falaz de (9), porque (11) está relacionado con (6) y (8) – y,

crucialmente, no con (9). La relevancia del chiste, que podría perjudicar su credibilidad como actor político serio, está debilitada, dado que (11) subraya la seriedad de una acusación grave.

5. Conclusión

En este artículo he tratado de proporcionar una perspectiva coherente sobre la manera en que la investigación pragmática puede contribuir al estudio crítico del discurso. He presentado un modelo cognitivo de la comunicación manipulativa que en esencia postula que el engaño es exitoso cuando su víctima no es consciente de su presencia. De hecho, defendí la idea que el hecho de manipular el enfoque informativo del destinatario durante el proceso de comprensión del significado del locutor puede resultar en un debilitamiento de la probabilidad de una examinación crítica por el primero. La manipulación funciona, en definitiva, porque no estamos buscándola.

Más específicamente, he caracterizado los constreñimientos cognitivos típicos de la manipulación como constreñimientos sobre la relevancia de la información, que se definen en términos de accesibilidad de la información (en relación con el esfuerzo de procesamiento) y en términos de fuerza epistémica de la información (en relación con efectos cognitivos). Aunque el modelo haya originalmente sido diseñado para explicar la comunicación manipulativa, su enfoque operacional nos permite extenderlo a instancias no-manipulativas de influencia comunicativa. Por lo tanto he presentado e ilustrado cómo puede ser usado para analizar un discurso argumentativo de manera de aportar una contribución original al estudio de las razones por las cuales las falacias argumentativas pueden ser persuasivas. La idea principal de este proyecto es que las falacias funcionan precisamente porque, al procesarlas, nuestra atención se aleja de su evaluación crítica.

Una de las ventajas del tipo de perspectiva detallado aquí es su poder explicativo: está construida sobre avances recientes en ciencias cognitivas y por lo tanto puede prestarse a la investigación experimental (dentro del marco de la pragmática experimental, por ejemplo, pero también en el marco más tradicional de la psicología cognitiva que investiga ilusiones y sesgos cognitivos, ver Pohl 2004). Estas áreas de investigación científica pueden guiar nuestra comprensión de los mecanismos que rigen el procesamiento cognitivo para empezar a explicar cómo y por qué el discurso puede afectar la formación de creencias. Además, el uso de estos modelos teóricos nos lleva un paso adelante en el estudio de la complejidad de la comunicación. El ser humano no comunica con un solo propósito, y muchas veces sus enunciados simultáneamente cumplen varios objetivos, sean argumentativos, conversacionales, informativos, etc. Reconocer que detrás de esta complejidad existe una complejidad cognitiva correspondiente de la cual podemos de hecho aprender mucho gracias a las ciencias cognitivas puede contribuir al desarrollo de una disciplina del análisis del discurso más rica e informada.

Referencias

- Attardo, S. (1994) *Linguistic theories of humor*. New York: Mouton de Gruyter.
- Austin, J. L. (1962) *How to do things with words*. Oxford: Clarendon Press.
- Baldwin, E. (2007) *Humor Perception: The Contribution of Cognitive Factors*. Psychology Dissertations. Paper 31.
- Blakemore, D. (1992) *Understanding utterances*. Oxford: Blackwell.
- Blass, R. (2005) Manipulation in the speeches and writings of Hitler and the NSDAP from a relevance theoretic point of view. In: Saussure, L. de & Schulz, P. (eds.) *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, language, mind*. Amsterdam: Benjamins, pp. 169-190.

- Buller, D. B. & Burgoon, J. K. (1994) Deception: Strategic and non-strategic communication. In: Daley, J. A. & Wiemann, J. M. (eds.) *Strategic interpersonal communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 191-223.
- Charteris-Black, J. (2006a) *Politicians and Rhetoric: The Persuasive Power of Metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, J. (2006b) Britain as a container: Immigration metaphors in the 2005 election campaign. *Discourse & Society*, 17(6), 563-582.
- Chilton, P. (1996) *Security Metaphors: Cold War Discourse from Containment to Common house*. New York: Peter Lang.
- Chilton, P. (2004) *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London: Routledge.
- Chilton, P. (2005a) Missing links in mainstream CDA: Modules, blends and the critical instinct. In: Wodak, R. & Chilton, P. (eds.) *A new agenda in (critical) discourse analysis: theory, methodology and interdisciplinarity*. Amsterdam: Benjamins, pp. 19-51.
- Chilton, Paul. (2005b) Manipulation, memes and metaphors: the case of Mein Kamp'. In: Saussure, L. de & Schulz, P. (eds.) *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, language, mind* (Discourse Approaches to Politics, Society and Culture 17). Amsterdam: Benjamins, pp. 15-43.
- Dijk, T. van (1994) Discourse and inequality. *Lenguas Modernas* 21, 19-37.
- Dijk, T. van (2005) War rhetoric of a little ally. Political implicatures and Aznar's legitimization of the war in Iraq. *Journal of Language and Politics* 4(1), 65-91.
- Dijk, T. van (2006) Discourse and manipulation. *Discourse & Society* 17(2), 359-383.
- Dijk, T. van (2008) *Discourse and Context. A sociocognitive approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eemeren, F. van & Grootendorst, R. (1996) Argumentum ad hominem: A pragma-dialectical case in point. In: Hansen, H. van & Pinto, R. (eds) *Fallacies. Classical and contemporary readings*. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, pp. 223-228.
- Eemeren, F. van & Houtlosser, P. (2008) Rhetoric in a dialectical framework: Fallacies as derailments of strategic manoeuvring. In: Weigand, E. (ed.) *Dialogue and Rhetoric*. Amsterdam: Benjamins, pp. 133-151.
- Fowler, R., Hodge, R., Kress, G. & Trew, T. (1979) *Language and control*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Galasiński, D. (2000) *The language of deception. A discourse analytical study*. London: Sage.
- Grice, H.P. (1989). *Studies in the way of words*. Cambridge: Harvard University Press.
- Habermas, J. (1969) *Technik und Wissenschaft als ideologie*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Hart, C. (2010) *Critical Discourse Analysis and Cognitive Science: New Perspectives on Immigration Discourse*. Basingstoke: Palgrave.
- Huang, Y. (2007). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.

- Iețcu-Fairclough, I. (2007) Populism and the Romanian 'Orange Revolution': a discourse-analytical perspective on the presidential election of December 2004. *Studies in Language & Capitalism* 2, 31-74.
- KhosraviNik, M. (2008). British Newspapers and the Representation of Refugees, Asylum Seekers and Immigrants between 1996 and 2006. *Centre for Language in Social Life, Lancaster University*.
- KhosraviNik, M. (2010). The representation of refugees, asylum seekers and immigrants in British newspapers: a Critical Discourse Analysis. *Journal of Language and Politics*, 9(1), 1-28.
- Leeuwen, T. van & Wodak, R. (1999) Legitimizing Immigration Control: A Discourse-Historical Analysis. *Discourse Studies* 1(1): 83-118.
- Levinson, S. (1983) *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lewiński, M. & Oswald, S. (2013) When and how do we deal with straw men? A normative and cognitive pragmatic account. *Journal of Pragmatics (special issue Biases and constraints in communication: argumentation, persuasion and manipulation)* 59(B), 164-177.
- Maillat, D. (2013) Constraining context selection: on the pragmatic inevitability of manipulation'. *Journal of Pragmatics (special issue Biases and constraints in communication: argumentation, persuasion and manipulation)*.
- Maillat, D. & Oswald, S. (2009) Defining manipulative discourse: the pragmatics of cognitive illusions. *International Review of Pragmatics* 1(2), 348-370.
- Maillat, D. & Oswald, S. (2011) Constraining context: a pragmatic account of cognitive manipulation. In: Hart, C. (ed.) *Critical discourse studies in context and cognition*. Amsterdam: Benjamins, pp. 65-80.
- Moeschler, J. (2013) Is a speaker-based pragmatics possible? Or how can a hearer infer a speaker's commitment? *Journal of Pragmatics* 48(1), 84-97.
- Morency, P., Oswald, S. & Saussure, L. de. (2008) Explicitness, implicitness and commitment attribution: a cognitive pragmatic approach. *Belgian Journal of Linguistics* 22, 197-219.
- Morris, C. (1938) *Foundations of the theory of signs*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Musolff, A. (2004) *Metaphor and Political Discourse: Analogical Reasoning in Debates about Europe*. Basingstoke: Palgrave.
- Musolff, A. (2006) Metaphor scenarios in public discourse. *Metaphor and Symbol* 21(1), 23-38.
- Noveck, I. & Sperber, D. (2004) *Experimental pragmatics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Oswald, S. (2010) *Pragmatics of uncooperative and manipulative communication*. PhD dissertation, University of Neuchâtel, ms.
- Oswald, S. (2011) From interpretation to consent: Arguments, beliefs and meaning. *Discourse Studies* 13(6), 806-814.
- Oswald, S. (en prensa) Rhetoric and cognition: pragmatic constraints on argument processing.
- Oswald, S. & Hart, C. (2013) Trust based on bias: Cognitive constraints on source-related fallacies. *Virtues of Argumentation: Proceedings of the 10th International Conference of the Ontario*

Society for the Study of Argumentation.

Oswald, S. & Lewiński, M. (en prensa) Pragmatics, cognitive heuristics and the straw man fallacy. In: Oswald, S. & Herman, T. (eds.), *Rhetoric and Cognition. Theoretical perspectives and persuasive strategies*. Berne: Lang.

Oswald, S. & Rihs, A. (enviado a evaluación) "Metaphor as argument. Rhetorical and epistemic advantages of extended metaphors". *Argumentation*.

Papafragou, A. (2006) Epistemic modality and truth conditions. *Lingua* 116, 1688-1702.

Pohl, R. (2004) *Cognitive illusions. A handbook on fallacies and biases in thinking, judgement and memory*. Hove & New York: Psychology Press.

Polyzou, A. (2013) Presupposition, (ideological) knowledge management and gender: a socio-cognitive discourse analytical approach. Unpublished PhD Thesis, Lancaster University, Lancaster, UK.

Puzynina, J. (1992) *Jezyk w swiecie wartosci [Language in the world of values]*. Warsaw, Poland: Panstwowe Wydawnictwo Naukowe.

Reisigl, M. & Wodak, R. (2009) The Discourse-Historical Approach (DHA). In: Wodak, R. & Meyer, M. (eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, pp. 87-121

Richardson, J. E. (2004) *(Mis)Representing Islam: the Racism and Rhetoric of British Broadsheet Newspapers*. Amsterdam: Benjamins.

Ruch, W. (2001) The perception of humor. In: A. Kaszniak (ed.) *Emotion, qualia, and consciousness*. Tokyo, Japan: Word Scientific Publisher, pp. 410-425.

Saussure, L. de (2007a) Procedural pragmatics and the study of discourse. *Pragmatics & Cognition* 15(1), 139-160.

Saussure, L. de (2007b) Pragmatic issues in discourse analysis. *CADAAD Online Journal* 1(1), 179-195.

Saussure, L. de (2012) Cognitive Pragmatics Ways into Discourse Analysis: the Case of Discursive Presuppositions. *Lodz Papers in Pragmatics* 8(1), 37-59.

Sperber, D. & Wilson, D. (1995) *Relevance. Communication and cognition*. 2nd edition. Oxford: Blackwell.

Sperber, D., Clément, F., Heintz, C., Mascaro, O., Mercier, H., Origgi, G. & Wilson, D. (2010) Epistemic vigilance. *Mind & Language* 25(4), 359-393.

Wild, B., Rodden, F. A., Grodd, W & Ruch, W. (2003). Neural correlates of laughter and humour. *Brain* 126, 2121-2138.

Wilson, D. & Sperber, D. (2002) Relevance Theory. *UCL Working papers in linguistics* 14, 249-287, available online at http://www.ucl.ac.uk/psychlangsci/research/linguistics/publications/wpl/02papers/wilson_sperber.

Wilson, D. & Sperber, D. (2012) *Meaning and relevance*. Cambridge: Cambridge University Press

Wodak, R. (2007) Pragmatics and Critical Discourse Analysis: A cross-disciplinary inquiry. *Pragmatics & Cognition* 15(1), 203-225.

Wodak, R. & Dijk, T. van (2006) *Racism at the Top*. Drava: Austrian Ministry of Education, Science and Culture.

Notas

1. Nota sobre la traducción: el término inglés *deception* cubre el tipo de fenómeno del que se habla aquí. En el resto de esta contribución usaré las expresiones ‘manipulación’ y ‘engaño’ para referir al mismo fenómeno, teniendo en cuenta que siempre se tratará de *comunicación* manipulativa y/o engañosa.
2. Véase Maillat & Oswald (2009: 350-361) y Galasiński (2000: 17-33) para discusiones extensas de los problemas que encontramos para definir la noción de engaño.
3. Esta distinción corresponde a la distinción entre intención informativa e intención comunicativa hecha por Sperber & Wilson (1995: 29-31).
4. Investigaciones recientes en antropología cognitiva (véase Sperber *et al.* 2010) postulan que la comunicación humana evolucionó y se estabilizó al mismo tiempo que el ser humano desarrolló filtros de vigilancia epistémica que monitorean la confiabilidad de la fuente de información y la consistencia del mensaje. Una manera de describir el funcionamiento de la manipulación sería considerar que esta es capaz de engañar aquellos filtros (para una elaboración de esta idea sobre el tema de falacias argumentativas véase Oswald & Hart, 2013; Oswald & Lewiński, 2014; Oswald, 2011).
5. Obviamente no se trata aquí de resumir toda la teoría. Para una presentación completa de ésta, refiero el lector a Wilson & Sperber (2002).
6. Algunas claves sobre la manera en que un estudio pragmático cognitivo del discurso podría desarrollarse se encuentran en el trabajo de Saussure (véase Saussure 2007a, 2007b y 2012).
7. Para una ilustración de la manera en que el proceso interpretativo funciona, véase los ejemplos dados en Wilson & Sperber (2002:263).
8. Cuando hablo de información ‘favorable’, tengo en mente todos los contenidos que no llevan al destinatario a adoptar una postura crítica con respecto al material lingüístico que está procesando. Éstos apuntan a crear una impresión de coherencia y consistencia con el discurso en el cual están integradas.
9. Esto, por supuesto, también puede figurar en el análisis como una etapa adicional, pero no constituye de por sí una etapa necesaria de una explicación acerca del funcionamiento de la influencia.
10. La traducción española es mía; una transcripción del debate se encuentra en <http://presidentielle2012.ouest-france.fr/actualite/le-verbatim-du-duel-entre-hollande-et-sarkozy-03-05-2012-1500>, y el video se puede ver en <http://youtu.be/UhLYmyOxIRY> (06.11.2015).
11. Determinar si esto en realidad califica como una falacia *ad hominem* o no es una cuestión debatible. Si lo es, el argumento debería reconstruirse explícitamente para mostrar como una premisa sobre un aspecto psicológico de Sarkozy puede usarse para argumentar en favor de la falsedad de una proposición. Es razonable considerar que es el caso en este ejemplo, sobre todo si nos fijamos en la reacción de Sarkozy, que trata de contra-atacar. Sin embargo, nos limitaremos a comentar que el movimiento de Hollande definitivamente reúne las condiciones para la expresión de un *ad hominem* completo, pero sin afirmar que se trate efectivamente de un *ad hominem*. El hecho de que lo explote como tal o no es irrelevante en esta discusión, ya que la función de (9) es provocar una respuesta que Hollande pueda explotar.

12. Muchos ataques *ad hominem* se combinan con humor, especialmente en el discurso político (véase por ejemplo el análisis de van Eemeren & Houtlosser (2008) de un *ad hominem* en el parlamento canadiense), y es posible que esto no sea el fruto del azar. Estudios sobre el humor verbal apuntan (véase Attardo 1994 por ejemplo) a la posibilidad de expresar humor con contradicciones, incongruencias y en particular razonamientos falaces. Véase también Oswald (en prensa) para una discusión de otro ejemplo humorístico que implica una falacia formal y su ocultamiento retórico en un enunciado humorístico.