

Estrategias discursivas de un discurso pragmático

M^a Isabel BOUZA ÁLVAREZ

Universidade de Vigo

Real, E., Jiménez, D., Pujante, D. y Cortijo, A. (eds.), *Écrire, traduire et représenter la fête*, Universitat de València, 2001, pp. 647-655, I.S.B.N.: 84-370-5141-X.

Introducción

Los analistas del lenguaje creen que no existen auténticos problemas filosóficos o que los problemas de la filosofía, si los hay, son problemas del uso lingüístico o del sentido de las palabras.¹ Pero aunque el lenguaje tiene una capacidad universal y la lengua es un hecho social, colectivo, ambos no son de hecho accesibles a la observación más que bajo manifestaciones siempre singulares, individuales.

Ciertamente, no estamos nunca frente al lenguaje en su generalidad sino frente a actos de habla / actos de discurso, es decir frente a «sucesos lingüísticos»² siempre singulares y siempre caracterizables por las condiciones particulares de su emisión. La lengua se presenta en estos actos como un hecho individualizado. Estos «sucesos», son mensajes lingüísticos siempre singulares.

Por consiguiente, el conocimiento del discurso dentro de cada campo de especialidad no implica solamente la adquisición y dominio del sistema lingüístico, sino que también hay que tener en cuenta una dimensión pragmática, cuyo objetivo será la adquisición y puesta en práctica de formas precisas de comportamiento comunicativo en campos específicos.³ Estos factores favorecen y facilitan el intercambio lingüístico.

¹ Buckinghamshire, Pen., Prólogo al libro de Popper, K., *La lógica de la investigación científica*, Madrid, Tecnos, 1977, p. 1.

² Benveniste, E., «Problèmes de linguistique générale», Paris, Gallimard, 1960, en Pergnier, M., *Les fondements sociolinguistiques de la traduction*, Presses Universitaires de Lille, 1993, pp. 14-15.

³ Bouza Álvarez, M.I., *El discurso específico: enseñanza y reflexión del uso de la lengua escrita*, Amsterdam, 1996, (en prensa).

Así pues, los usos específicos del lenguaje en las diferentes situaciones de comunicación requieren, para ser eficaces, niveles de dominio particulares para cada campo de especialización.

La comprensión / traducción de textos especializados plantea por consiguiente, en ciertos casos, no solamente problemas de orden lingüístico y pedagógico, sino también «problèmes de compétence qui vont au delà du linguistique strict».⁴

Asimismo, si ciertas situaciones de utilización de la lengua dependen esencialmente del análisis de los conocimientos lingüísticos, otros por el contrario van a depender y solicitar por tanto más específicamente del control de los tratamientos del lenguaje.

Desde la perspectiva de la lingüística textual, el ejecutar tareas textuales es ciertamente importante para la adquisición de la lengua dentro de un campo determinado de especialización. La ciencia del texto puede ayudar a señalar unas prioridades y seleccionar aquellas reglas y procedimientos que, en una escala limitada, sean suficientes para cada estudio de aprendizaje de la comunicación textual.⁵

El sentido de un texto se adquiere a través de los *elementos discursivos* los cuales ayudan a afianzar, interiorizar y en definitiva a asimilar el conocimiento. Todo ello significa el conocimiento de las *estrategias discursivas* en contextos específicos.

Objetivos

El tema de este trabajo es la descripción de una estrategia discursiva en un género de textos particular: *Las cartas de Empresas comerciales francesas* dirigidas a clientes habituales / potenciales. Estos escritos pertenecen al campo de la publicidad directa.

Nuestro objetivo es poner en evidencia modelos de funcionamiento dentro de un campo específico. Para ello partimos de un análisis textual cuya finalidad es destacar operaciones enunciativas que entran dentro del campo de los actos de habla / actos del discurso.

Esta descripción sobre los elementos que componen la estructura pragmática del discurso constituyen lo que denominamos: *Estrategias discursivas*.

⁴ Lerat, P., *Les langues spécialisées* Paris, Puf, 1995, p. 58.

⁵ De Beaugrande, R.-A., Dressler, W.-U., *Introducción a la lingüística del texto*. Barcelona, Ariel Lingüística, 1997, p. 295.

Aspectos teóricos

Si el componente comunicativo solamente puede explicarse si se concibe la lengua como un sistema interactivo, hemos de fijarnos en el uso, la utilización concreta de la lengua, lo que nos lleva a la pragmática (que comprende la teoría de los actos de habla) según la cual toda enunciación de texto se concibe como un acto que tiende a modificar las relaciones entre el emisor y el receptor y el contexto que le rodea. Pero todo acto lingüístico adquiere en el acto lingüístico concreto y al margen de su significado gramatical, un significado que además encierra diferentes fuerzas ilocutivas –acto ilocutivo– produciendo en el receptor, un efecto determinado –acto perlocutivo–.⁶

Todo acto de habla hemos de considerarlo en su valor locutorio, en su valor ilocutorio (tipo de relación que el locutor establece con el interlocutor) y en su valor perlocutorio (efecto que produce el enunciado en el interlocutor y la reacción de éste en el enunciado)

Ducrot⁷ define los actos ilocutorios como un intento de transformar los derechos y las obligaciones que existen entre los interlocutores. El acto ilocutivo comprende aspectos intencionales, es decir, la necesidad por parte del receptor, de descubrir la intención ilocutiva del emisor. Por consiguiente, el significado de un elemento dependerá no solamente de la organización gramatical y sintáctica, ni del conocimiento textual (referencias etc.) sino de la *fuerza ilocutiva de la expresión del emisor*.

Comprender un texto significa por tanto captar la intención que en él se manifiesta. Su comprensión exige del lector «qu'il dégage une problématique dans une interaction où il repose la question des questions du texte».⁸ Todo texto comporta, pues, una orientación argumentativa global:⁹ un acto de discurso explícito o no, que resume la orientación pragmática del texto.

⁶ Austin, J.-L., *Quand dire c'est faire (How to do thing with words)*, Paris, Le Seuil, 1970, p. 185, cf. Searle, J.R., *Les actes de langage, essai de philosophie du langage*, Paris, Hermam, 1977, p. 264.

⁷ Ducrot, O., «Illocutoire et performatif», en *Linguistique et séminologie n° 4*, 1977, pp. 17-55.

⁸ Meyer, M., *La problématologie*, Bruxelles, Mardaga, 1986, p. 253.

⁹ Adam, J.-M., «Actes de discours et orientation argumentative», en *Eléments de linguistique textuelle*, Liège, Mardaga, 1990, pp. 103-105.

Apostol¹⁰ va todavía más lejos al definir el texto como una secuencia de actos de discurso que puede ser considerada en ella misma como un acto de discurso unificado.

Beacco y Darot,¹¹ tomaron de nuevo los conceptos de actos de habla y valores ilocutorio y perlocutorio pero no entraron en una subdivisión extrema de los mismos en la creencia de que podrían conducir a una desestructuración del texto. Su trabajo se sitúa al nivel de macro actos de habla por parecerles más frecuentemente indisolubles de las operaciones cognitivas. Lundquist¹² contempla a su vez los actos de habla menores.

Nosotros hemos adoptado las dos últimas propuestas a fin de captar mejor la estructuración del discurso.

Todo texto está por consiguiente sometido a un tratamiento de lectura-comprensión intentando así identificar no una intención del texto, sino de su autor: «La cohérence du discours telle qu'elle est construite en commun par les énonciateurs [...] c'est celle d'un acte, qui vise à travers une série de transformations réglées à atteindre un but».¹³

Análisis de texto

Para llevar a cabo este análisis nos hemos situado dentro del marco del análisis textual y de las teorías de la enunciación.

Aunque han sido muchos los estudios llevados a cabo sobre tipología textual, no se puede hablar de una tipología que satisfaga nuestros intereses prácticos.¹⁴

Hemos partido del análisis de un corpus de textos delimitados por su pertenencia a una misma situación de comunicación, lo que Darot y Beacco denominan «matrices textuales».

Partiendo de esta *matriz* (emisor, receptor, esfera social de los interlocutores, estatus del mensaje) estudiamos *la organización textual y las modalidades del enun-*

¹⁰ Apostol, L., «Communication et action», en Parret, H., L. Apostol et alii, *Langage en contexte*, Amsterdam, Edit. Benjamin, 1980.

¹¹ Beacco, J.-C., Darot, M., *Analyse de discours et lecture de textes de spécialité*, Paris, B.E.L.C., 1984, p. 1.

¹² Lundquist, L., *L'analyse textuelle*, Paris, C.D.I.C., 1983, pp. 18-128.

¹³ Caron, J., *Les régulations du discours*, Paris, PUF, 1983, p. 117.

¹⁴ Isemberg, H., «Cuestiones fundamentales de tipología textual», en Bernardez, E., *Lingüística del texto*, Madrid, Arco, 1987.

ciado y/o *modalidades pragmáticas* que son los elementos lingüísticos que constituyen en el texto las huellas que indican las intenciones de comunicar del emisor. Índices que permiten al receptor captar los actos de habla subyacentes en el mensaje.

En cuanto a la *organización textual*, sin olvidar la función icónica y la tipografía (aspectos no discursivos que juegan un papel revelador en este tipo de discursos), estudiamos *la forma del texto*.

***La Blanche Porte* (V. Anexo)**

Es un documento que pone en relación un «nous» que firma al final y un «vous», el cliente potencial / habitual al que va dirigido. Su carácter ilocutivo es importante.¹⁵

La estructura discursiva responde a unas intenciones comunicativas específicas. El mensaje está compuesto por ciertas partes (operaciones discursivas) destacables por ciertos actos de habla (directivos mayoritariamente), indicando orden / consejo, petición, etc. y que introducen generalmente actos promisorios: «*Regardez*», «*montrez lui*», «*demandez lui*», «*n'oubliez pas*» «*n'attendez pas*», «*Choisissez*», «*proposez*»; por un acto de habla interrogativo: «*Comment ?*». Varios actos promisorios que ponen de manifiesto la estrategia discursiva del emisor (incitar a la compra, hacer creer) y que responden a situaciones de comunicación caracterizables.

El texto está construido alrededor de una intención comunicativa dominante, un macro acto global: *la persuasión* (función conativa / persuasiva predominante) y cuya intención está preparada y justificada.¹⁶

Por otra parte, la construcción textual, cuyos polos claves de la enunciación son el «nous» / «vous», emisor receptor, hace que el discurso se manifieste (aun cuando se trata de un discurso monológico) con una estructura dialógica, es decir un discurso que establece un diálogo con el destinatario.¹⁷

En la enunciación del acto de discurso, el emisor da a la oración (por medio de la modalidad pragmática *vous pouvez*) de los elementos léxicos de gran valor apre-

¹⁵ Bouza Alvarez, M.I., «Pragmatique et méthodologie de l'enseignement-apprentissage des langues». *Revue de phonétique appliquée*, 105, Paris, Didier, pp. 287-298.

¹⁶ Cicurel, F., *Lectures interactives en classe de langue étrangère*, Paris, Hachette, 1991, p. 130.

¹⁷ Bouza Alvarez, M.I., «El proceso enunciativo en el texto de empresa», en *Les chemins du texte*, T. II, Universidad de Santiago, 1997, pp. 3-39.

ciativo), una fuerza ilocutiva particular: «*Regardez bien les cadeaux [...] car vous pouvez recevoir très facilement celui que vous préférez !*», fuerza que atribuye al acto de lenguaje su función comunicativa.

El efecto comunicativo del locutor es que su acto de discurso sea comprendido. Espera así que el receptor acepte éste y responda de una manera apropiada (efecto interactivo buscado en los diferentes actos del lenguaje que estructuran el texto). La búsqueda de esta aceptación da al acto de lenguaje su significación interactiva.

Pero en un cierto género de discursos, como el que nos ocupa, los tipos de actos de habla pueden variar tanto en su ocurrencia como en su frecuencia, según la función pragmática del género.¹⁸ Cada acto de habla tiene una función constituyente en el texto y pueden diferenciarse en varios actos ilocutivos secundarios.

El acto de habla no es una categoría gramatical que pueda subrayarse. Se expresa raramente de manera lacónica y directa. A su alrededor se observan actos secundarios explicativos, «*Tout simplement en recommandant*» [...], de agradecimiento, «*en remerciement de sa commande*» [...], de proposición, «*Choisissez votre cadeau*» et «*proposez à une amie*» [...] bajo los cuales el emisor adorna el acto central: la persuasión a la compra del producto.

En el discurso, así estructurado en diferentes actos de habla, con el fin de conducir al receptor hacia la finalidad deseada, el emisor emplea formas lingüísticas que no son arbitrarias. Para que la intención pase y el mensaje tenga su efecto, no empleará cualquier forma lingüística en el interior de una situación de enunciación. La posibilidad de variaciones lingüísticas de un mismo acto de habla es el punto de partida de la comunicación y la intercomunicación.

En este sentido, el acto de discurso puede no coincidir con la forma de frase empleada: la forma restrictiva empleada por el emisor: «*Vous n'avez qu'à remplir*» [...] no debe pensarse, por consiguiente, como una consigna, sino una orden o exigencia de hacer. El acto así expresado indica un cierto grado de atenuación en la inducción. Es por tanto el contexto entero el que hay que tener en cuenta para llevar a cabo una justa interpretación del acto de discurso y, en definitiva, la estrategia discursiva emprendida por el emisor.

El locutor utiliza también un léxico y expresiones lingüísticas que cumplen ciertas funciones en el marco de la comunicación y de la interacción con el recep-

¹⁸ Eemeren, F.-V., Grootendorst, Rob, «L'argumentation comme acte de langage complexe», en *La Nouvelle dialectique*, Paris, Edit. Kimé, 1996, pp. 32-35.

tor. En el plano de *la comunicación*, sus enunciados funcionan como *cuestiones, promesas, aserciones órdenes* etc. En el plano de *la interacción*, desde el mismo momento en que el receptor empieza a percibir el discurso y a comprender su significado su postura se convierte en activa,¹⁹ y sus enunciados pueden suscitar una respuesta, una petición de información complementaria.

Expresando de esta forma sus intenciones, el locutor realiza diferentes tipos de actos de lenguaje. Pero cada acto de lenguaje compromete al locutor de manera particular: al formular una pregunta, se puede suponer que la respuesta le interesa, al hacer una promesa se supone la cumplirá, al enunciar una aserción, debe de ser capaz de mantenerla.

Así, por medio del empleo del acto de habla interrogativo «*Comment ?*» [...] el locutor formula una pregunta, siempre con un objetivo: en este caso responder a las dudas del receptor.

Esta interrogación, modalidad del orden pragmático, se puede definir como una invitación a la aserción estableciendo una relación directa entre el enunciado y el receptor, lo que Beacco y Darot²⁰ consideran como formas en apariencia asertivas. Es decir, el sujeto enunciador pide al otro sujeto enunciador que aserte en su lugar y, en efecto, existe una respuesta inmediata introductoria de un acto de habla explicativo: «*Tout simplement en recommandant*» [...] aportando una información requerida por la réplica pronunciada anteriormente por el locutor.

Esta forma dialogada, imitando las formas del lenguaje oral, recurriendo a la pregunta respuesta, es un procedimiento de cohesión y de estructuración del texto.

Al formular los actos promisorios, el locutor empleará diferentes tiempos verbales que van a determinar si las promesas formuladas por el emisor se inscriben dentro de lo verdadero o de lo probable.

Al emplear el verbo *pouvoir* (modalidad lógica, de lo eventual, de lo posible) en el siguiente acto promisorio «*Regardez bien les cadeaux [...] car vous pouvez recevoir [...] celui que vous préférez*», el locutor ha situado su enunciado con relación a las categorías de lo cierto o de lo probable, evaluando de este modo las posibilidades que tiene de realizarlo. Estos actos traducen incertidumbre y con esa intención los emplea el emisor.

¹⁹ Bakhtine, M., «The problem of speech genres», en Emerson, C., Halquist, M., (editores), *Speech genres and other late essays*, Austin, University of Texas Press.

²⁰ Beacco, J.-C., Darot, M., *Op. cit.*, pp. 7-9.

En este sentido, cuando el emisor ha realizado su enunciado, se sitúa como «*énonciateur source*».²¹ Este puede querer no solamente transmitir una información a su interlocutor sino también actuar sobre él de diferentes maneras (influirle, hacerle reaccionar hacerle creer algo etc.). Será el receptor quien construya o imagine la intención comunicativa. En esta reconstrucción de la orientación enunciativa, es en donde el receptor tropieza con diferentes ambigüedades (representadas por la modalidad mencionada) que pueden ser interpretadas de diferentes maneras.

Los actos promisorios se presentan también en el texto por medio de *enunciados no asertados*, caracterizados por el empleo del futuro (modalidad de lo probable), sin embargo tienen el valor de un presente²² pues sitúa un hecho posterior al momento de la enunciación, lo que imprime un carácter de veracidad. Veamos los siguientes actos:

« N'oubliez pas de lui dire qu'elle recevra gratuitement » [...], « une très jolie trousse » [...],
« votre cadeau sera joint » [...],
« Choisissez votre cadeau » [...],
P.S. « votre cadeau vous sera offert » [...].

La distribución de los tiempos tampoco es arbitraria. Éstos juegan un papel importante en la estructuración de los textos, tanto por la posición que ocupan como por su repetición y sus cambios.

Así, estos actos de habla promisorios diseminados en las diferentes partes del texto, se repiten junto con los directivos en el epílogo o conclusión, última tentativa de persuadir y de conducir al lector a adoptar un comportamiento:

« Votre cadeau sera joint au colis de votre amie [...] ».
« N'attendez pas: choisissez votre cadeau »
« Votre cadeau vous sera offert ».

²¹ Fuchs, C., «Le calcul des valeurs énonciatives: les ambigüités pragmatiques», en *Les ambigüités du français*, Paris, Ophrys, 1996, pp. 155-161.

²² Maingueneau, D., «Le futur et ses valeurs modales», en *Approche de l'énonciation*, Paris, Hachette, 1981, p. 76.

Conclusión

El análisis del discurso, nos permite observar el texto bajo diferentes ángulos y de este modo llevar a cabo estrategias textuales dentro de un campo específico. Esta forma de observación, afianza la producción textual dentro de un campo de especialización y en definitiva ayuda a comprender cómo funcionan con relación al contexto específico los mecanismos del lenguaje puestos en juego en un género de discurso particular.

Anexo

Chère Madame,

Regardez bien les cadeaux photographiés sur cet encart, car vous pouvez recevoir très facilement celui que vous préférez !

Comment ? Tout simplement en recommandant la Blanche Porte à l'une de vos amies qui ne nous connaît pas encore.

Montrez-lui votre catalogue, et demandez-lui de passer sa première commande. N'oubliez pas de lui dire qu'elle recevra gratuitement dans son colis une très jolie trousse de toilette (en remerciement de sa commande de 200 F ou plus) [...].

Vous, vous n'avez qu'à remplir le cadre jaune qui vous concerne, en pensant à coller la vignette correspondant au cadeau que vous avez choisi.

Votre cadeau sera joint au colis de votre amie. Elle vous le remettra personnellement de votre part.

N'attendez pas : choisissez votre cadeau et proposez à une amie, une parente, une collègue ou une voisine de passer sa première commande à la Blanche Porte !

P.S. Bien entendu, votre cadeau vous sera offert quel que soit le montant de la commande de votre amie.