

Los grados de suposicionalidad discursiva: aportes para el análisis estratégico del discurso



Aniela Ventura

Universidad de Buenos Aires, Argentina

anielaventura@hotmail.com

Trabajo recibido el 29 de marzo de 2021 y aprobado el 13 de julio de 2021.

Resumen

Analizar estratégicamente un discurso supone reconstruir las estrategias discursivas desplegadas en un *corpus*, a partir del análisis de la combinación recurrente de recursos gramaticales y pragmático-discursivos y su vinculación con una finalidad interactiva. Para ello se requiere relevar y estudiar sistemáticamente distintos recursos, entre los que se encuentran aquellos empleados para producir significados implícitos. Estos recursos pueden ser muy diversos; dar lugar a presupuestos, implicaturas o silenciamientos y requerir diferentes esfuerzos de procesamiento por parte del destinatario. Por esta complejidad, su análisis constituye un desafío metodológico al que se busca responder en este artículo. Para ello, se desarrolla la propuesta de grados de suposicionalidad discursiva, que gradúa las distintas clases de significados implícitos en relación con el compromiso del sujeto discursivo y el esfuerzo cognitivo del destinatario y plantea que los discursos pueden caracterizarse por un grado bajo, medio o alto de suposicionalidad. Para ilustrar esta propuesta, se presenta, además, el análisis estratégico discursivo de dos sub-estrategias discursivas concretas que permite demostrar cómo el grado de suposicionalidad resulta un rasgo determinante para diferenciarlas.

Palabras clave: grados de suposicionalidad discursiva, análisis estratégico del discurso, presupuestos, implicaturas, silenciamiento

The degrees of discursive assumption: contributions for the strategic analysis of discourse

Abstract

Strategic discourse analysis involves reconstructing the discursive strategies deployed in a *corpus*, based on the analysis of the recurrent combination of pragmatic-discursive grammatical resources and their association with an interactive purpose. This analysis requires systematic survey and study of different resources, among which are those employed to produce implicit meanings. These resources may vary widely, give rise to presuppositions, implicatures or silencing, and require different processing efforts by the recipient. Due to this complexity, analysis poses a methodological challenge which this article seeks to answer by proposing degrees of discursive assumption, which grade the different classes of implicit meanings in relation to the commitment of the discursive subject and the cognitive effort of the recipient, and suggest that discourse can be characterized by a low, medium or high degree of assumption. To illustrate this proposal, the article also presents the strategic analysis of two concrete discursive sub-strategies, demonstrating how the degree of assumption is a determinant feature in distinguishing them.

Keywords: degrees of discursive assumption, strategic discourse analysis, presuppositions, implicatures, silencing

Os graus de suposição discursiva: contribuições para a análise estratégica do discurso

Resumo

Analisar estrategicamente um discurso envolve reconstruir as estratégias discursivas utilizadas em um *corpus* com base na combinação recorrente de recursos gramaticais e pragmático-discursivos e sua vinculação com fins interativos. Para tanto, é preciso levantar e estudar de modo sistemático diferentes recursos, dentre eles, aqueles empregados com o intuito de produzir significados implícitos. Tais recursos podem ser muito diversos; dar lugar a pressupostos, implicaturas, ou silenciamentos e exigir distintos esforços de processamento dos destinatários. Por conta desta complexidade, sua análise constitui um desafio metodológico focado neste artigo. Nesse sentido, desenvolve-se a proposta de graus de suposição discursiva que organiza as classes de significados implícitos em relação com o comprometimento do sujeito discursivo e o esforço cognitivo do destinatário e que estabelece ainda uma graduação dos discursos conforme seu nível baixo, médio ou alto de suposição. A fim de ilustrar tal proposta, apresenta-se a análise estratégica discursiva de duas sub-estratégias discursivas concretas assinalando como o grau de suposição resulta um traço determinante para diferenciá-las.

Palavras chave: graus de suposição discursiva, análise estratégica do discurso, pressupostos, implicaturas, silenciamento

1. Introducción

Al analizar discursos, tanto desde una perspectiva estratégica (Menéndez 2000, 2005, 2010, 2012) como crítica (Fairclough 1995, [1989] 1996, 2003; van Dijk 2009, 2010; Raiter 1999, 2009; Chilton 2004; Mazid 2007; Wodak 2009), cobra especial importancia el análisis de los significados implícitos. Esto se debe a su poder para producir efectos adicionales en los discursos (Wilson y Sperber 2004), su importancia al reconstruir estrategias discursivas (Menéndez 2000, 2005, 2010, 2012) y el vínculo que se les reconoce con la producción y reproducción de ideología (Fairclough 1995, 2003; van Dijk 2009, 2010; Raiter 1999; Sbisá 1999; Chilton 2004; Wodak 2009). Siguiendo a Fairclough (2003, 64-70), en el presente estudio denominamos *suposicionalidad* al fenómeno general de producción de significados implícitos en los discursos.

La amplia variedad de recursos que pueden utilizarse para producir suposicionalidad y la elevada dependencia contextual de este fenómeno hacen de su estudio un desafío metodológico para los análisis discursivos. Esto se vuelve especialmente evidente cuando se busca abordar *corpus* numerosos para relevar recursos y analizar sistemáticamente las regularidades que permitan reconstruir (sub)estrategias discursivas con la rigurosidad descriptiva requerida por el análisis estratégico del discurso (AED) (Menéndez 2000, 2005, 2010, 2012). En respuesta a este desafío, se ha elaborado la propuesta de grados de suposicionalidad discursiva que se presenta en este artículo y que pretende ser un aporte para operativizar el análisis de la suposicionalidad en el AED.

Con este fin, reconocemos y presentamos tres clases de significados implícitos: las presuposiciones (Levinson 1983), las implicaturas (Wilson y Sperber 1981, 2004; Sperber y Wilson [1986] 1994) y los silenciamientos (Schröter 2013). Proponemos que pueden organizarse jerárquicamente en una escala de suposicionalidad discursiva que toma en consideración: la cantidad y tipo de recursos lingüístico-discursivos empleados para producir significados implícitos y, en consonancia, el grado de compromiso del sujeto discursivo con dichos significados y el esfuerzo de procesamiento que se requiere para inferirlos.

Una vez desarrollada esta propuesta, presentamos una metodología para su instrumentación que ilustramos con tres ejemplos obtenidos del análisis de un *corpus* de 1864 discursos (tweets o secuencias de tweets) publicados durante la campaña presidencial argentina 2015 en las cuentas oficiales de Twitter de los tres principales candidatos presidenciales¹. Finalmente, planteamos cómo el análisis de los grados de suposicionalidad discursiva se articula con la propuesta del AED y mostramos su instrumentalidad para la reconstrucción de (sub)estrategias discursivas, mediante el análisis comparativo de dos subestrategias con diferentes grados de suposicionalidad que han sido relevadas en el *corpus* previamente mencionado.

¹ La búsqueda de analizar este *corpus* desde el AED (Ventura, 2020a) fue la que condujo a la elaboración de la propuesta de grados de suposicionalidad discursiva que aquí se presenta.

2. Grados de suposicionalidad discursiva

Desde la perspectiva del AED, entendemos al *discurso* como una unidad interaccional que surge de una reelaboración del concepto de texto, tal como es definido por la lingüística sistémico funcional (LSF) (Halliday 1973, 1985; Halliday y Matthiessen 2014) y su sumatoria con el sujeto discursivo. Este último es entendido “como una construcción que se produce en el discurso y que incorpora (...) la dimensión pragmática” (Menéndez 2012, 64).

En los discursos se hace efectiva la elección de recursos léxico-gramaticales, asociados a las tres dimensiones de significado reconocidos por la LSF (ideativa, interpersonal y textual), y de recursos pragmático-discursivos, que incorporan la dimensión suposicional y accional, y su combinación recurrente en estrategias discursivas. Dichas elecciones y combinaciones se llevan a cabo —y deben ser explicadas— en el cruce del *contexto de cultura*, entendido como todo aquello que los miembros de una comunidad pueden significar mediante los diversos sistemas semióticos de los que disponen (Malinowski 1923; Halliday 1973, 1985), con el *contexto socio-cognitivo*, el conjunto de premisas sobre el mundo compartidas entre el hablante y el oyente, que determinan la interpretación del discurso (Sperber y Wilson [1986] 1994).

Desde esta perspectiva y siguiendo a Wilson y Sperber (1981, 2004), y Sperber y Wilson ([1986] 1994), entendemos que, entre las elecciones que se realizan en los discursos, se encuentra el grado en que hará manifiestos los significados. Se comunican fuertemente los que se quiere hacer fuertemente manifiestos. Para ello, se recurre a *explicaturas*, enunciados cuyo contenido explícito evidencia las intenciones del sujeto discursivo y los significados que se busca comunicar. En cambio, cuando se quiere manifestar ligeramente un significado, se lo hace mediante distintas clases de *significados implícitos*. Cuando se elige comunicar de forma implícita, con el esfuerzo de procesamiento extra que ello conlleva para el destinatario, se espera conseguir efectos contextuales adicionales que no pueden obtenerse con una explicatura y que compensarían dicho esfuerzo adicional. El proceso inferencial que el destinatario del discurso debe realizar para alcanzar los significados implícitos está orientado por el *principio de relevancia*.

Según los recursos empleados para elaborarlos y su dependencia del contenido lingüístico del discurso y del contexto socio-cognitivo-cultural, reconocemos tres clases de significados implícitos: (1) presuposiciones, (2) implicaturas y (3) silenciamientos. Sus características nos permitirán organizarlos en la escala de grados de suposicionalidad que se presenta luego.

1) Las *presuposiciones* son una clase de significados implícitos (supuestos) que, sin ser inferencias semánticas (dado que son altamente sensibles al contexto), están determinados por el contenido lingüístico del enunciado, ya que —según plantea Levinson (1983)— se encuentran ligados al significado convencional de ciertas expresiones denominadas *activadores presuposicionales*. Por su carácter inferencial, las presuposiciones pueden ser explicadas desde el modelo ostensivo-inferencial. Sin embargo, dadas

sus características diferenciales, para estudiarlas, sumamos los aportes de la pragmática tradicional recuperados por Levinson (1983, 181-185). Este autor recopila los principales recursos lingüísticos que dan lugar a la producción de presupuestos y los presenta en una lista de *activadores presuposicionales* que resulta operativa para el análisis del discurso. Presentamos, a continuación, aquellas que han resultado más recurrentes en nuestros análisis² y las vinculamos con las categorías de la LSF a partir de las que se articulan nuestros análisis de textos:

- a. *Descripciones definidas*: son frases nominales con determinante definido que presuponen que el referente al que designan existe y que el oyente lo conoce. Siguiendo la perspectiva de la LSF, se los suele identificar como participantes de distintas clases de procesos en el sistema de transitividad.
- b. *Verbos implicativos* como “conseguir”, “olvidar” o “evitar” implican una acción previa. En su mayoría son procesos de comportamiento o mentales en el sistema de transitividad. También algunos modales de habitualidad (que se reconocen en el sistema de modo), como el verbo “continuar”, funcionan como implicativos.
- c. *Verbos de cambio de estado*, como “dejar de” o “empezar a” implican un estado previo distinto al que se alcanza tras la acción. Por ejemplo: (a) “podemos hacer de este país rico un país con gente que viva bien”³ presupone (b) “en este país rico la gente no vive bien”. (b) se infiere de (a) fundamentalmente a partir del significado del verbo de cambio de estado “podemos hacer”. Solemos analizarlos como procesos materiales en el sistema de transitividad o, en los casos en los que señalan el grado de frecuencia de lo afirmado o preguntado, como modales de habitualidad en el sistema de modo.
- d. *Construcciones temporales* introducidas por “antes”, “mientras”, “desde que”, etc. presuponen la existencia de aquello a lo que se hace referencia. Se asocian con circunstancias en el sistema de transitividad.
- e. *Comparaciones y contrastes*: por ejemplo, en (a) “La nutrición temprana de los niños es lo más importante”⁴ el comparativo “lo más” activa la presuposición de que (b) “hay otras cosas importantes”. Suelen identificarse como participantes de procesos relacionales en el sistema de transitividad.
- f. *Condicionales contrafactuales (o irreales)*: presuponen la negación de aquello que se presenta como condición. Por ejemplo, (a) “Si no confiara en ella no les hubiera pedido a los bonaerenses que la elijan”⁵ presupone (b) “confío en ella” gracias al contrafactual “si no”.

A la lista, proponemos agregar, siguiendo a Givón (1982):

2 Para conocer la lista completa de activadores presuposicionales, consultar Levinson (1983, 181-185).

3 Fragmento tomado de: Massa (@SergioMassa). 22-9-2015. *Tweet*.

4 Fragmento tomado de: Scioli (@DanielScioli). 23-9-2015. *Tweet*.

5 Fragmento tomado de: Macri (@mauriciomacri). 27-10-2015. *Tweet*.

g. *Negaciones*⁶: presuponen pragmático-discursivamente la existencia de un discurso positivo previo con el que el oyente se encuentra familiarizado. Por ejemplo (a) “No voy a hablar y hablar en cadena nacional sin escuchar...”⁷ presupone (b) hay discurso/s previo/s que sostienen que “alguien habla y habla en cadena nacional sin escuchar”. Al igual que los condicionales contrafactuales, se asocian con la polaridad de la cláusula en el sistema de modo.

2) Las *implicaturas*, por su parte, son significados implícitos plenamente dependientes del *contexto socio-cognitivo-cultural*, es decir del conjunto de premisas que el destinatario tiene sobre el mundo y que determinarán su interpretación del discurso. Se accede a ellas mediante un proceso inferencial en el que se combinan los significados explícitos en el discurso, sus supuestos e información contextual (Grice 1975; Sperber y Wilson [1986] 1994).

Wilson y Sperber (2004) diferencian dos clases de implicaturas:

- a. *Premisas implicadas*: hipótesis sobre los supuestos contextuales que se desea transmitir. Pueden recuperarse directamente del contexto o construirse a partir de esquemas de supuestos recuperados de la memoria.
- b. *Conclusiones implicadas*: hipótesis apropiadas sobre las implicaciones contextuales que se desea transmitir. Se deducen de las explicaturas del enunciado y las premisas implicadas del contexto. Deben derivarse para que el enunciado alcance la máxima relevancia.

Ambos tipos de implicaturas pueden ser:

- a. *Fuertemente manifestadas*: es evidente que se debe recuperar la información implicada para que el discurso adquiera su máxima relevancia y, por lo tanto, es posible atribuir al sujeto discursivo la responsabilidad sobre aquello que se infiere.
- b. *Débilmente manifestadas*: el destinatario tiene una gama amplia de significados implícitos entre los que optar y asume toda la responsabilidad ante los que elige, ya que no se lo orienta a seleccionar una premisa o conclusión en particular. Por lo tanto, el sujeto discursivo asume menor responsabilidad ante aquello que se infiere.

3) La tercera clase de implícitos que reconocemos son los que se despliegan a partir del *silenciamiento de tópicos*⁸. Cuando se cancela la mención de un tópico en un discurso o serie discursiva en los que se espera que sea

6 Las negaciones no son contempladas por la pragmática tradicional como activadores presuposicionales porque no se ajustan a la “prueba de la negación” (cf. Levinson 1983, 181) que es una de las formas de determinar la presencia de una presuposición. Sin embargo, dados los argumentos considerados por Givón (1982) para su reconocimiento y la recurrencia de estos recursos en nuestro corpus con su evidente valor presuposicional, se decidió su incorporación.

7 Fragmento tomado de: Macri (@mauriciomacri). 01-10-2015. *Tweet*.

8 En Ventura (2020a), puede observarse cómo, durante las elecciones 2015, en la cuenta de @DanielScioli se recurrió al silenciamiento para omitir el tratamiento del tópico “Inundaciones en Buenos Aires” y en la de @mauriciomacri, para evitar referencias a la restitución de la identidad de hijos de desaparecidos. En el análisis de ambos casos, los silenciamientos fueron interpretados como un recurso para proteger la imagen de los candidatos.

abordado, se generan efectos contextuales adicionales: básicamente se implica una actitud del hablante hacia el tópico silenciado, por ejemplo: desinterés.

Schröter (2013) plantea que el silenciamiento se vuelve un acto comunicativo cuando es esperable para el destinatario que el hablante se refiera a un determinado tópico que resulta relevante en cierto contexto y este no lo hace. Complementariamente, Alcántara Plá y Ruiz Sánchez (2018) sostienen que señalar un tópico como silenciado supone demostrar que este debería haber sido abordado ya que resulta relevante en el contexto y suponer que el hablante tuvo la intención de omitirlo.

A partir de la propuesta de Sperber y Wilson ([1986] 1994) y Wilson y Sperber (2004) de premisas y conclusiones implicadas fuerte y débilmente manifiestas, Menéndez (2012) postula el *principio de gradualidad de la manifestación de los significados* como parte de los recursos a relevar en los AED. Este constituye el punto de partida de nuestra propuesta. Considera que el grado en que se hace manifiesto un significado se correlaciona con dos variables:

1. El *esfuerzo de procesamiento* que el destinatario debe invertir para acceder al mismo.
2. La *responsabilidad que asume el hablante de comunicarlo*.

El esfuerzo de procesamiento no es algo fácil de determinar, porque depende del contexto socio-cognitivo-cultural de cada destinatario. Sin embargo, la/el analista puede elaborar hipótesis acerca de cuán accesible será la información que se debe inferir, a partir de su conocimiento de los contextos socio-culturales en los que fue producido y difundido el discurso.

Consideramos que el principio de gradualidad de la manifestación de los significados puede complementarse con los aportes acerca de presuposición y silenciamiento previamente presentados y lo representamos gráficamente de la siguiente manera:



Gráfico 1. Grados de manifestación de significados. Elaboración propia a partir de Sperber y Wilson ([1986] 1994), Levinson (1983), Menéndez (2012) y Schröter (2013).

En síntesis, los *significados explícitos* (explicaturas) serán los más accesibles para el oyente y aquellos de cuya veracidad el sujeto discursivo se asume plenamente responsable. La explicitud también es una propiedad gradual, por lo que habrá significados explícitos más fácilmente accesibles que otros (da cuenta de ello la flecha que se encuentra en el margen derecho del gráfico).

Por otra parte, por encontrarse fuertemente ligados al contenido lingüístico del enunciado, los presupuestos son reconocidos como significados implícitos fuertemente manifiestos. Al emplearlos, el sujeto discursivo asume una fuerte responsabilidad respecto de su veracidad y el destinatario debe invertir poco esfuerzo cognitivo para recuperarlos.

A su vez, para dotar de relevancia al discurso, se puede necesitar recuperar información de algún contexto socio-cognitivo-cultural fácilmente accesible. Esta información funcionará como premisas de un proceso inferencial a partir del cual se accederá a una conclusión implicada. Recuperar las premisas requerirá menor esfuerzo cognitivo que construir la conclusión porque se trata de información que ha sido previamente procesada.

Más alejadas de las explicaturas, se encuentran aquellas premisas que se desprenden de los efectos contextuales adicionales de las implicaturas y las conclusiones que son deducidas a partir de ellas. Estas requieren mayor esfuerzo cognitivo del destinatario y su verdad se encuentra débilmente garantizada por el sujeto discursivo.

Finalmente, en el extremo izquierdo de la escala, se ubican los tópicos silenciados. Se trata de significados no manifiestos, sino más bien encubiertos. Para detectar la omisión, el destinatario tiene que reconocer la relevancia del tópico en el contexto, notar su ausencia en el discurso y asignarle una intencionalidad del sujeto discursivo a dicha omisión. Es decir, llevar a cabo un importante esfuerzo cognitivo.

Esta escala permite clasificar los supuestos que se seleccionan en los discursos y asignarles un grado de compromiso del sujeto discursivo según cuán manifiestos resulten. Sin embargo, consideramos que un AED que pretenda contemplar el fenómeno de la suposicionalidad en su profundidad requiere atender, además, al tipo y cantidad de recursos lingüístico-discursivos que se ponen en juego para activar procesos inferenciales y su impacto en el esfuerzo cognitivo que se calcula que deberá invertir el destinatario para dotar al discurso de su máxima relevancia.

En relación con ello, retomamos la propuesta de Givon (1982), quien trabaja el tema de los presupuestos desde una perspectiva funcionalista centrada en la sintaxis y plantea que la producción de inferencias pragmáticas en los discursos es de *carácter gradual* y que los dispositivos mediante los que se producen pueden ser jerarquizados de acuerdo con una propiedad continua, no discreta. Proponemos extender esta propuesta a todas las clases de significados implícitos que se producen en los discursos y, siguiendo a este autor, consideramos para la jerarquización de los dispositivos:

1. El grado de dificultad que se asume que experimentará el destinatario del discurso para identificar el referente.
2. El grado de continuidad/discontinuidad en el subsistema de rastreo del referente en el discurso, que contempla:
 - a. *cuán identificables son los tópicos* (por ejemplo, la distancia entre los elementos referenciales y sus referentes);
 - b. *la secuencia de las acciones* (si se las presenta (o no) en su orden natural, con o sin quiebres temporales);
 - c. *la comprensión temática* (si el tema principal se presenta unificado en un bloque de información o no).

Consideramos que el grado de continuidad/discontinuidad en el subsistema de rastreo del referente en el discurso, además de aplicarse a los presupuestos, como propone Givon (1982), puede extenderse a implicaturas, cuando se recurre, por ejemplo, a recursos como la mitigación de referentes para oscurecer el reconocimiento de un tópico.

Además, desde la perspectiva de Givon (1982), se considera que la oración declarativa básica en modo indicativo y voz activa (argumento-verbo-argumento) tiene un grado de presuposicionalidad cero. Ya que, al estar todo explícito, no requiere más esfuerzo que el de decodificar el contenido lingüístico. En cambio, cuando se modifica esta estructura básica —optando, por ejemplo, por la voz pasiva, la nominalización o la negación— se agregan grados de presuposicionalidad (al menos un grado por cada modificación).

Como nuestra propuesta contempla, además de las presuposiciones, el estudio de implicaturas y silenciamientos, consideramos que, si bien estas alteraciones del orden sintáctico producen aumentos de suposicionalidad; un texto cuyas cláusulas son básicamente declarativas puede también tener un grado medio o elevado de suposicionalidad, si el destinatario debe recuperar premisas de algún entorno socio-cognitivo y deducir una conclusión implícita para dotar de relevancia al discurso.

Finalmente, si bien la teoría de Givon (1982) se centra en la sintaxis, hemos señalado que las presuposiciones e implicaturas tienen también dependencia semántica (aunque determinada por la estructura gramatical) (Levinson 1983).

A partir de estas observaciones, planteamos que el grado de suposicionalidad discursiva puede calcularse a partir de la articulación de:

1. la cantidad y clase de recursos activadores de significados implícitos que se seleccionen en cada discurso;
2. el grado de esfuerzo cognitivo que se asume que experimentará el destinatario para recuperar los significados implícitos.

Complementamos, entonces, el gráfico 1 de la siguiente manera:

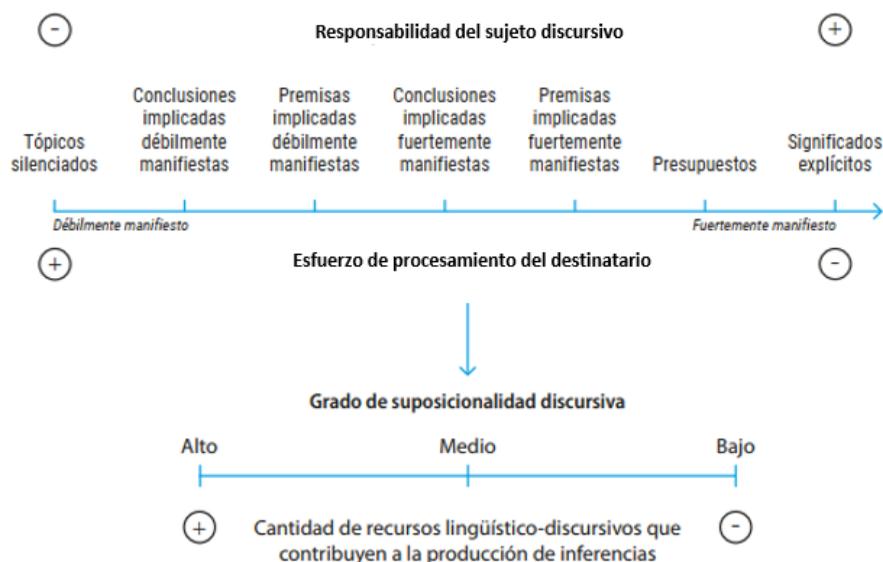


Gráfico 2. Grados de suposicionalidad discursiva. Elaboración propia a partir de Sperber y Wilson ([1986] 1994), Givón (1982), Levinson (1983), y Schröter (2013).

Proponemos que la combinación de estas dos escalas resulta una herramienta operativa para el AED, ya que permite pensar, en términos de recursos, los supuestos comunicados de manera más o menos manifiesta, con función de premisa o conclusión. Complementariamente, posibilita describir el grado de suposicionalidad discursiva a partir del relevamiento de la cantidad de recursos lingüístico-discursivos adoptados para la producción de presupuestos e implicaturas. Además, tal como lo demuestra la flecha bidireccional en el centro del gráfico, se establece una relación entre el grado de suposicionalidad, que impacta en el de esfuerzo cognitivo a la vez que es determinado por este.

En el siguiente apartado, se presentará la metodología a seguir para utilizar esta escala en el análisis de discursos. Luego, se demostrará cómo la recurrencia de un cierto grado de suposicionalidad discursiva en un discurso o serie de discursos puede resultar un factor determinante para la reconstrucción de estrategias discursivas.

3. Metodología para determinar el grado de suposicionalidad de un discurso

Proponemos la siguiente metodología para determinar el grado de suposicionalidad de un discurso:

1. Relevar todas las clases de significados implícitos puestos en juego en cada discurso: presupuestos, premisas y conclusiones fuerte y débilmente manifiestas, y silenciamientos, y los recursos lingüístico-discursivos utilizados para realizarlos.

2. A partir de la experiencia de quien analiza, en tanto hablante, y de su conocimiento del contexto socio-cognitivo-cultural en el que el discurso fue producido y difundido —especialmente de los interdiscursos (Bajtín [1979] 1999; Kristeva 1986; Fairclough 1992) vinculados—, reponer todos los significados presupuestos e implicados en cada discurso (tantos aquellos que se presentan de manera fuertemente manifiesta, sin los cuales el discurso no alcanzaría su máxima relevancia, como los que están débilmente manifiestos). Para esto resulta importante, si se trabaja con discursos públicos, relevar la Agenda de los medios masivos de comunicación para conocer cuáles son los temas y tópicos circundantes en los días previos y posteriores a la producción del discurso que es objeto de análisis.

3. Relacionar la cantidad y clases de significados implícitos puestos en juego en cada discurso con el esfuerzo de procesamiento que se considera que deberá invertir el destinatario para recuperar los significados implícitos reconocidos en el paso 2. Determinar, a partir de ello, si el discurso presenta un grado de suposicionalidad bajo (pocos recursos suposicionales y facilidad de reponer significados implícitos), medio o alto (elevada cantidad de recursos suposicionales y proceso cognitivo dificultoso para recuperar todos los significados implícitos).

Si bien el análisis de los grados de suposicionalidad discursiva puede utilizarse para el estudio de un único discurso, se potencia en el análisis de series discursivas, entendidas como conjuntos de discursos reconstruidos por el analista a partir de características en común como: el tópico, la identidad del sujeto discursivo, la identidad de la audiencia, el registro y/o el género (Menéndez 2012). Es posible determinar el grado de suposicionalidad de un discurso en comparación con otros pertenecientes a la misma o a distintas series discursivas con las que se trabaje en contraste (cf. Ventura 2020a).

Observemos cómo se pueden analizar los grados de suposicionalidad en tres muestras extraídas del *corpus* previamente mencionado.

(1) Macri (@mauriciomacri). 19-10-2015. Tweet.



En este tweet, no se identifican activadores presuposicionales. Para que el mensaje adquiera su máxima relevancia solo es necesario que el destinatario acceda a la información —probablemente almacenada en sus conocimientos previos o de fácil acceso mediante una búsqueda rápida en Internet— acerca de que Chiche Gelblung es un periodista que conduce un programa de TV.

Más allá de esto, el discurso conduce a la premisa débilmente manifiesta de que, si alguien avisa que estará en un programa de TV, espera que sus seguidores lo vean. Esto conduce a la conclusión débilmente manifiesta de que Macri espera que quienes lo siguen en Twitter lo vean en el programa con Gelblung. Dada la exigua cantidad de recursos lingüístico-discursivos desplegados para propiciar procesos inferenciales y el bajo costo cognitivo que el destinatario debe invertir para recuperar los significados implícitos, identificamos este discurso como de *baja suposicionalidad discursiva*.

Observemos, a continuación, otro ejemplo en el que la suposicionalidad es mayor:

(2) Scioli (@danielscioli). 1-10-2015. Tweet.



En este caso, se presenta el proceso “seguir” que, en términos sistémicos, funciona como modalizador. Dado su matiz de continuidad, activa la presuposición de que la inversión en ciencia y tecnología ya se ha aumentado. Ello conduce, a su vez, a la premisa implicada fuertemente manifiesta de que fue el Frente para la Victoria (FPV) —partido al que representaba Scioli y que había gobernado por los últimos doce años— el que lo hizo. Esta premisa, en combinación con la de que es positivo que un gobierno invierta en ciencia y tecnología, conduce a la conclusión implicada fuertemente manifiesta de que el FPV tuvo un accionar positivo en este aspecto.

Por otra parte, para que este discurso asuma su máxima relevancia, es necesario que el destinatario acceda a la premisa implicada fuertemente manifiesta de que, si un candidato plantea en campaña que se debe hacer algo, lo hará de resultar electo. Por lo tanto, el mensaje funciona como una propuesta de campaña, ya que se alcanza la conclusión implicada fuertemente manifiesta de que Scioli aumentará la inversión en ciencia y tecnología si es electo presidente.

La cantidad de recursos lingüístico-discursivos puestos en juego para activar procesos inferenciales es mayor que en el ejemplo (1), así como la cantidad de significados implícitos que el destinatario debe reconstruir para alcanzar la máxima relevancia del discurso e interpretarlo como una propuesta de campaña. Sin embargo, se considera que el acceso del destinatario —alguien que sigue a Scioli en Twitter durante la campaña electoral— a la información requerida para dotar de relevancia el discurso es relativamente sencilla y, por lo tanto, no insume un gran esfuerzo cognitivo. Por lo tanto, sostenemos que este discurso tiene un *grado de suposicionalidad media*.

Analicemos, ahora, un ejemplo con mayor grado de suposicionalidad:

(3) Massa (@SergioMassa). 22-10-2015. Tweet.



En este mensaje, se activan tres presuposiciones a partir del recurso de la descripción definida:

- a) El determinante definido “los” en el sintagma nominal “los trabajadores”, activa la presuposición de existencia y conocimiento por parte del destinatario de un conjunto de personas a las que se define como “trabajadores”.
- b) Mediante el uso del determinante definido “el” que encabeza “el impuesto a las ganancias”, se presupone que dicho impuesto existe y que es parte del conocimiento compartido por el sujeto discursivo y el destinatario.
- c) En “la eliminación del Impuesto a las Ganancias” también se utiliza el determinante definido (“la”) pero, en este caso, para presuponer que eliminar dicho impuesto es posible y que el destinatario lo sabe.

Más allá de recuperar estos significados presupuestos, para dotar de relevancia al discurso, el destinatario debe reponer las siguientes premisas implicadas fuertemente manifiestas:

- a) El domingo son las elecciones.
- b) Cuando se pone un ladrillo se construye algo nuevo colectivamente.
- c) Los trabajadores son afectados por el Impuesto a las Ganancias.
- d) UNA, el partido de Massa, eliminará el Impuesto a las Ganancias si él accede a la presidencia.

A partir de las premisas (a) y (b), se accede a la conclusión implicada de que cuando Massa les dice a los trabajadores que “el domingo vayan y pongan su ladrillo...” les está diciendo que el domingo vayan a votar y con su voto contribuyan a la construcción colectiva de algo nuevo.

A su vez, mediante la combinación de (c) y (d), se infiere que Massa ayudará a los trabajadores, y combinando (d) con la conclusión (a-b) se alcanza la

conclusión implicada de que votar a UNA es construir algo nuevo y que Massa les pide a los trabajadores que voten a su partido para hacerlo.

Finalmente, se implican débilmente las siguientes premisas:

- a) El FPV mantuvo e incrementó el Impuesto a las Ganancias.
- b) Scioli es el representante del FPV y no prometió eliminar el impuesto a las Ganancias.

A partir de ellas y su combinación con la premisa (c), se infiere que FPV gobernó contra los intereses de los trabajadores y que Scioli hará lo mismo de resultar electo.

Del análisis previo se desprende que el ejemplo 3 es un discurso con una cantidad elevada de recursos lingüístico-discursivos para activar procesos inferenciales. Asimismo, que el destinatario debe invertir un mayor esfuerzo cognitivo que en los ejemplos previos para recuperar los significados implícitos y que el discurso alcance su máxima relevancia. Por estas razones, consideramos que se trata de un *discurso con alto grado de suposicionalidad*.

Hasta aquí, hemos presentado la propuesta de análisis diseñada y su empleo para el análisis de *corpus*. A continuación, profundizaremos en la instrumentación de esta propuesta en el análisis estratégico discursivo.

4. Los grados de suposicionalidad discursiva en el marco del AED

Desde la perspectiva del AED, consideramos que los hablantes optan y combinan recurrentemente diversos recursos del modo verbal, de naturaleza gramatical y pragmático-discursiva (entre los que se destacan los presupuestos e implicaturas), con recursos de otros modos semióticos (Kress y van Leuween [1996] 2006), para cumplir con distintas finalidades. Este “plan del hablante” puede ser reconstruido por el analista en términos de *estrategias discursivas*.

A su vez, dentro de algunas estrategias pueden reconocerse subestrategias que se asocian entre sí por conservar la misma finalidad y combinación de recursos de base, pero se diferencian por variaciones en algunos de los recursos adoptados o la forma de combinarlos. Dichas elecciones y combinaciones se llevan a cabo —y deben ser explicadas— en el cruce del contexto de cultura con el contexto socio-cognitivo.

Entonces, desde esta perspectiva, analizar discursos implica reconstruir e interpretar las estrategias discursivas que los conforman. Ello supone:

1. Describir los textos y discursos a partir del análisis de los recursos que se realizan en el modo verbal: gramaticales (fundamentalmente, aquellos identificados por la LSF para realizar las funciones ideativa, interpersonal y textual) y pragmático-discursivos (entre los que se encuentran aquellos permiten producir significados implícitos) y en otros modos semióticos (para el análisis del modo visual seguimos, en nuestros análisis, a Kress y van Leuween [1996] 2006).

2. Relevar las combinaciones recurrentes de estos recursos.
3. Explicar dichas recurrencias en relación con las finalidades interaccionales y los contextos de cultura y socio-cognitivo (lo cual supone considerar también los paradigmas de opciones disponibles entre las que el hablante ha optado).

La propuesta de grados de suposicionalidad discursiva previamente presentada tiene como finalidad profundizar y sistematizar el primer paso de análisis en lo referente al estudio de significados implícitos, ya que permite que la/el analista realice una descripción detallada de los recursos lingüístico-discursivos puestos en juego para producir esta clase de significados. Pero, a su vez, sintetiza en tres grados de suposicionalidad esta multiplicidad de recursos y los grados de esfuerzo cognitivo que se asume que debe invertir el destinatario para dotar al discurso de su máxima relevancia. Esto facilita el etiquetado de cada muestra durante el análisis descriptivo del *corpus* y el posterior filtrado de los resultados para buscar regularidades que permitan reconstruir estrategias discursivas, lo cual resulta especialmente operativo al trabajar con *corpus* numerosos y si se quiere complementar el análisis cualitativo con un análisis cuantitativo (cf. Ventura, 2020a).

Presentamos, a continuación, un análisis que permite observar cómo el grado de suposicionalidad puede resultar una variante de suma importancia a la hora de reconstruir y contrastar (sub)estrategias discursivas.

4.1. Un ejemplo: el caso de la estrategia “Incentivar el accionar de destinatarios” en la campaña presidencial argentina 2015 en Twitter

El caso que se presenta se desprende del AED de un *corpus* de 1.864 tweets o secuencias de tweets publicados por los tres principales candidatos a la presidencia argentina durante la campaña 2015: Mauricio Macri, Daniel Scioli y Sergio Massa. Los resultados generales de este estudio determinaron que, en el caso estudiado, la práctica discursiva de campaña en Twitter está articulada por seis estrategias discursivas principales con sus correspondientes subestrategias (Ventura 2020a).

A continuación, presentamos el análisis de la estrategia “Incentivar el accionar de destinatarios”, que es un ejemplo claro del modo en que los grados de suposicionalidad resultan claves para diferenciar subestrategias y para su posterior análisis crítico⁹.

4.1.2. Análisis

Una de las finalidades de las campañas electorales es persuadir y movilizar al electorado, con la expresa finalidad de ganar votos (Crespo, Moreno y Delgado 2003; Arias 2017). Esto se refleja claramente en los mensajes que hemos identificado con la estrategia “Incentivar el accionar de destinatarios”. Dentro de esta estrategia, identificamos dos subestrategias

⁹ En Ventura (2020a, 2021) pueden verse otros ejemplos en los que se verifica la correlación entre subestrategias y grados de suposicionalidad.

concentradas en apelar a distintas clases de destinatarios: “incentivar acciones de militancia”, que se concentra en los seguidores del candidato e “incentivar al voto” que se centra en los votantes indecisos. Ahondemos en su análisis para observar, especialmente, cómo los grados de suposicionalidad determinan diferencias entre ellas.

4.1.2.1. Subestrategia “Incentivar acciones de militancia”

Esta subestrategia, identificada en 44 mensajes de Macri, 23 de Scioli y 6 de Massa, consiste en incentivar a los seguidores para que participen de actos y/o de acciones virtuales de campaña como publicar un *hashtag* y/o imagen en un determinado día y horario para producir una fuerte viralización y un *trending topic*. Se encuentra determinada por la combinación recurrente de los siguientes recursos, entre los que se destaca el grado de suposicionalidad medio-bajo que diferencia a esta subestrategia de la que se analizará en 4.1.2.2 y de otras estrategias identificadas en el *corpus*:

Recursos del modo verbal		Recursos del modo visual		Recursos pragmático-discursivos
Recursos gramaticales		Sistema de transitividad	Sistema de modo	
Sistema de transitividad	Sistema de modo			
Procesos: Verbal y mental (asociados al “candidato”). Comportamiento (asociado a prodestinatario). Comportamiento y material (asociados a “nosotros inclusivo” en la serie de Macri).	Indicativo presente simple. Imperativo.	Procesos: Conceptual simbólico.	Plano: Primer plano / plano medio.	Grados de suposicionalidad: Medio - bajo.
Roles sociales de los participantes: En las tres series: “vos” / candidato. Macri: nosotros inclusivo. Massa: ustedes.	Funciones de habla: Oferta de información Demanda de acción.	Roles sociales de los participantes: Candidato.	Ángulo vertical: tomas a nivel Contacto visual: no.	Actos ilocutivos: Directivos. Expresivos. Asertivos.

Tabla 1. Síntesis de recursos predominantes en la subestrategia “Incentivar acciones de militancia”.

Según lo sintetizado en la tabla previa, esta subestrategia se articula a partir de cláusulas regidas por procesos de comportamiento (por ejemplo: “pasá la voz”, “seguí (lo)” y “compartí”; o, en menor medida, mentales: “acordate” o verbales: “digan”) que seleccionan como conductor a una segunda persona singular o plural —normalmente con sujeto desinencial— o bien a un colectivo, como “todos los argentinos y argentinas”, para representar a quienes apoyan al candidato y su partido. Estos procesos suelen conjugarse en modo imperativo lo cual expresa de manera abierta la exhortación, o —en una cantidad menor de muestras— en subjuntivo, con lo cual la acción del prodestinatario se representa como deseo del candidato. A partir de ello, las cláusulas se configuran como pedido de acción y los discursos como actos ilocutivos directivos.

Suelen aparecer también procesos mentales (“quiero”) o verbales (“agradezco”) conjugados en primera persona singular que toman como procesador o dicente al candidato. Se refuerza así la idea de que el político se acerca a sus seguidores para pedirles o agradecerles su colaboración en la campaña. En síntesis, se trata de una subestrategia articulada, fundamentalmente, mediante actos directivos directos: el candidato demanda abiertamente a quienes lo apoyan que contribuyan en el desarrollo de la campaña.

Además, esta subestrategia se caracteriza por un uso elevado del modo visual. En las muestras suelen aparecer fotografías en las que se realiza una representación conceptual simbólica del candidato (se destacan sus atributos) y se utilizan el primer plano y plano medio para acercar al político a sus seguidores.

Más allá de esto, lo más destacado al comparar la subestrategia “Incentivar acciones de militancia” con “Incentivar al voto” es el que la primera presenta *grados de suposicionalidad medios a bajos*. Es decir, que en los mensajes asociados a esta sub-estrategia se emplea una menor cantidad de recursos lingüístico-discursivos para producir significados implícitos (los actos directivos, por ejemplo, se realizan abiertamente) y se requiere un menor esfuerzo cognitivo por parte del destinatario para dotar de relevancia a los discursos. Esto puede explicarse porque el objetivo de estos mensajes es que el pedido de colaboración llegue de forma directa a los seguidores del candidato para que realicen la acción requerida y porque este pedido no constituye una amenaza importante a la imagen (Goffman [1967] 1970) de los destinatarios que podría ameritar el uso de un alto grado de suposicionalidad para protegerla (Brown y Levinson 1987).

Observemos, en la siguiente muestra asociada a esta subestrategia cómo se presentan y combinan los recursos que la caracterizan:

(4) Macri (@mauriciomacri). 21-10-2015. Tweet.



Este ejemplo se encuentra compuesto por las siguientes 6 (sub)cláusulas y por una fotografía:

1. La unión hace la fuerza.
2. Acordate: mañana a las 17 todos subimos esta foto a las redes,
 - 2.1. mañana a las 17 todos subimos esta foto a las redes,
3. pasá la voz!
4. #YolovotoaMM
5. Yo lo voto.

En la cláusula 1, se selecciona la nominalización “unión”, que parte de la transformación del proceso de comportamiento “unir”. Esto constituye una metáfora gramatical (Halliday 1994) empleada para mitigar al agente. De esta forma, se invita implícitamente al destinatario a unirse a los seguidores del candidato. Además, se recurre a un dicho popular, con lo cual se apela a la premisa implicada de que Macri habla como y le habla a “la gente común”.

La cláusula 2 está regida por el proceso mental cognitivo “acordate” que, más allá de apelar al accionar del destinatario, activa la presuposición de que el interlocutor ya sabe la acción de campaña que se llevará a cabo (fundamentalmente porque se ha publicitado en mensajes previos). Este proceso aparece conjugado en segunda persona singular con la forma del voseo, con lo cual se interpela directa e individualmente al receptor del mensaje, reforzando la idea de comunicación uno a uno y de cercanía político-ciudadano que se construye en las redes sociales de los políticos.

No obstante, esta apelación individual invita a la acción colectiva: el fenómeno del proceso “acordate” es la subcláusula 2.1. En ella se selecciona el proceso material “subimos” conjugado en primera persona de plural, tiempo presente y modo indicativo. Este modo y tiempo verbal le dan un carácter de mayor certeza a la acción futura. Para el rol de actor se selecciona el pronombre indefinido “todos”, un recurso suposicional que mitiga la identificación del participante. A partir del contexto de situación, se repone la alusión a un colectivo conformado por el candidato más todas las personas que lo apoyan en las redes sociales.

En esta subcláusula, además, se brindan todas las indicaciones para participar en la acción de campaña: el día y la hora aparecen en posición inicial, tematizadas, para destacar el momento exacto en que se debe llevar a cabo la acción.

En la cláusula 3, se vuelve a interpelar directamente al interlocutor con un proceso verbal conjugado en primera persona singular y modo imperativo. No solo se le pide participar de la acción de campaña sino también

difundirla. En este caso, se apela a la premisa implicada de que la fuerza de Cambiemos se construye por el “boca en boca”.

La imagen que forma parte de este texto tiene una doble función: por un lado, complementa el modo verbal ampliando los significados producidos, pero además es una herramienta para llevar a cabo la acción de campaña. Se espera que el destinatario utilice la imagen en sus publicaciones para acompañar el cierre digital.

En esta fotografía, se representa al candidato entre la gente, como un ciudadano más. La luz de la imagen parece ser natural por lo cual es posible inferir que se trata de un espacio abierto y público, como la calle. Viste una camisa celeste sin corbata y una campera negra que lo muestran como una persona semi-formal y semejante a muchas otras que utilizan este tipo de atuendo. Sin embargo, el fondo difuso, la ubicación de su rostro en primer plano y focalizado, la iluminación proveniente del ángulo superior derecho que se proyecta sobre su rostro y la altura de su cabeza sobre las del resto lo destacan entre la multitud. La toma a nivel, que iguala al candidato con el destinatario, y el primer plano, que los acerca, refuerzan la idea de igualdad en relación con la función interpersonal. Además, el encuadre ubica el rostro de Macri sobre el margen derecho (en posición de lo nuevo) y su mirada se dirige hacia el mismo lado, a un punto que queda fuera de plano. Esa mirada “hacia adelante”, para el lado del que proviene la luz, y la sonrisa que la acompaña implican que el candidato mira el futuro y se siente feliz y seguro con lo que ve y que el destinatario de la imagen no llega a ver. Se construye así una imagen de “hombre común” pero destacado, distinto del resto, lo que resulta congruente con lo observado al analizar la construcción del perfil de Twitter de este candidato (Ventura, 2020b). Estos significados se encuentran implícitos en la fotografía y pueden ser recuperados por el destinatario a partir de un proceso inferencial.

La preponderancia del modo imperativo constituye las cláusulas como demandas de acción y configura este mensaje como un acto ilocutivo directivo. Sin embargo, en la fotografía, Macri no establece contacto visual con el espectador, no demanda contacto, sino que es representado como oferta.

En lo que respecta a la suposicionalidad, se utilizan los *siguientes activadores presuposicionales*:

1. Descripción definida: en “la unión”, “la fuerza”, “esta foto” y “las redes”. Activan la presuposición de existencia y conocimiento por parte del destinatario de aquello que se nombra. *Se trata de inferencias que se realizan con un costo cognitivo bajo.*
2. Proceso mental “acordate”: como hemos planteado, activa la presuposición de que el destinatario sabía con anterioridad de la acción requerida.

Complementariamente, se presentan las siguientes *premisas fuertemente manifiestas*, cuya reposición contribuye a que el mensaje adquiera su máxima relevancia (aunque no resulta determinante para ello):

- a) Subir la foto a las redes y pasar la voz expresa apoyo al candidato.
- b) La fuerza política se construye “de boca en boca”.
- c) Difundir información en las redes es una forma de “pasar la voz”.

De la combinación de estas premisas se deriva la conclusión implicada fuertemente manifiesta (a-b-c): el hecho de que todos subamos esta foto a las redes y pasemos la voz hace a la fuerza de Cambiemos.

Asimismo, es posible que, a partir de este discurso, el destinatario infiera las siguientes *premisas implicadas débilmente manifiestas* que, si bien otorgan significados extra, no resultan imprescindibles para que el mensaje adquiera relevancia.

- a) Macri usa formas del lenguaje común, expresiones conocidas por todos.
- b) Macri camina por la calle como un hombre común.
- c) Los “hombres comunes” entienden / comparten las necesidades de la gente.
- d) Macri se destaca entre la multitud.
- e) Quien se destaca entre la multitud es especial.
- f) Quien avanza hacia adelante va al futuro.
- g) Quien sonríe al avanzar hacia el futuro se siente seguro.

De la combinación de estas premisas, se desprenden las siguientes *conclusiones implicadas débilmente manifiestas*:

- (d-e-f) Macri entiende/comparte las necesidades de la gente.
- (g-h) Macri es especial.
- (i-j) Macri va hacia el futuro y se siente seguro.

Por lo tanto, este discurso presenta un *grado medio de suposicionalidad discursiva*, ya que los significados presupuestos y premisas implicadas previamente presentados (tanto del modo verbal como del visual) son fácilmente accesibles para el seguidor de Macri en Twitter. Además, no influyen de manera determinante en la relevancia del mensaje, que radica en pedirle al destinatario que realice y difunda la acción de campaña en las redes, lo cual se plantea de forma explícita.

Presentaremos, a continuación, el análisis de la subestrategia “Incentivar al voto” para mostrar cómo un cambio en el grado de suposicionalidad, entre otros recursos, permite diferenciar (sub)estrategias.

4.1.2.2. El caso de la subestrategia “Incentivar al voto”

Esta subestrategia es notoriamente más recurrente que la anterior: se realiza en 98 mensajes de Macri, 79 de Scioli y 16 de Massa. En los casos de Macri y Scioli, se vuelve más recurrente de cara al *ballotage*, cuando los votantes indecisos se convierten en el foco de la campaña. En la serie de Massa es poco representativa en el primer período y nula en el segundo, cuando este político queda fuera de la competencia electoral.

Tal como puede observarse en la tabla 2, esta subestrategia comparte ciertos recursos con la previamente analizada, como la selección de la segunda persona plural como participante, la función de habla de demanda de acción, la realización de actos ilocutivos asertivos y directivos, y la alta recurrencia de fotografías. No obstante, como desarrollaremos a continuación, se diferencia por una presencia mayor de la primera persona —tanto plural, con valor inclusivo, como singular—y un *grado más elevado de suposicionalidad*.

Recursos del modo verbal		Recursos del modo visual		Recursos pragmático-discursivos
Recursos gramaticales		Sistema de transitividad	Sistema de modo	
Sistema de transitividad	Sistema de modo			
Procesos: Comportamiento - Material (asociados a “nosotros inclusivo” en las series de Scioli y Macri y a “ustedes” en la de Massa). Verbal y mental (asociados al “candidato” en Scioli y Massa).	Indicativo presente simple. Subjuntivo (Scioli y Massa).	Procesos: Verbal / Acción transactivo y no transactivo.	Plano: Medio, americano y general.	Grados de suposicionalidad: Alto.
Roles sociales de los participantes: Macri y Scioli: Nosotros inclusivo. Massa: ustedes. Scioli y Massa: candidato.	Funciones de habla: Oferta de Información. Demanda de acción.	Roles sociales de los participantes: Candidato.	Ángulo vertical: <u>toma a nivel.</u> Contacto visual: no.	Actos ilocutivos: Asertivos Directivos.

Tabla 2. Síntesis de recursos predominantes en la subestrategia “Incentivar el voto”.

Esta subestrategia se realiza fundamentalmente a partir de procesos de comportamiento (como “hacer”) o materiales (“defender”) que suelen tomar como participante a una primera persona plural inclusiva, que representa al candidato y los votantes o, en menos casos, a una segunda persona plural o a una tercera persona que representa a un colectivo como “los trabajadores”. Es decir que, a diferencia de lo observado en la subestrategia “Incentivar acciones de militancia”, en la que se apela al destinatario individualmente, a través del “vos”, en este caso se lo representa como parte de un colectivo del que puede, o no, formar parte el político.

En las series de Scioli y Massa, el candidato es representado, además, mediante procesos verbales o mentales conjugados en primera persona singular o plural con valor exclusivo (nosotros partidario): se lo muestra como quien pide o desea las acciones del destinatario. En relación con esto último, resulta frecuente la selección del modo subjuntivo, utilizado para

expresar deseo y asociado a cláusulas con función de habla de demanda de acción que se articulan en mensajes con función ilocutiva directiva.

Más allá de esto, como se ha planteado, la mayor diferencia entre esta subestrategia e “Incentivar acciones de militancia” radica en el grado de suposicionalidad discursiva. Como hemos visto en 4.1.2.1, se suele comunicar abiertamente a los seguidores qué se espera que hagan para apoyar al partido, por lo cual se emplea suposicionalidad media-baja. En cambio, para incentivar el voto, se recurre a mensajes con mayor cantidad de presupuestos y significados implicados, que requieren más esfuerzo cognitivo por parte del lector. Esto puede explicarse como una búsqueda de los candidatos de no resultar impositivos al pedir el voto y de respetar la libertad de los votantes.

Observémoslo en un ejemplo:

(5) Scioli (@danielscioli). 17-11-2015. Tweet.



Este mensaje, publicado seis días antes del *ballotage*, se encuentra compuesto por tres cláusulas:

1. Los convoco a defender los intereses nacionales ante los intentos de volver al pasado.
 - 1.1. defender los intereses nacionales ante los intentos de volver al pasado.
 - 1.1.1. los intentos de volver al pasado

En la cláusula 1 se selecciona el proceso verbal “convoco” conjugado en primera persona singular y presente del modo indicativo. El dicente se asocia con el candidato y el destinatario es representado a partir del pronombre personal “los” que, en este contexto discursivo, se interpreta como de segunda persona plural con un alcance difícil de determinar. Esta cláusula tiene la función de demanda de acción y constituye al discurso como acto directivo ya que el sujeto discursivo realiza abiertamente la acción de convocar a la ciudadanía.

La subcláusula 1.1. se constituye en torno al proceso material “defender”. Al utilizarlo en su forma de infinitivo, se mitiga la representación del actor. A partir de la presencia del pronombre personal “los”, se repone textualmente que dicho actor es “ustedes”.

Además, el proceso “defender” activa la presuposición de que los intereses nacionales están en peligro. La causa de ese peligro se identifica en la circunstancia “los intentos de volver al pasado” que constituye, a su vez, la subcláusula 1.1.1.

Esta subcláusula presenta una metáfora gramatical (Halliday 1994) producida mediante la combinación de la nominalización “los intentos” y el proceso de comportamiento “volver” en su forma de infinitivo. Su objetivo principal es mitigar la identificación del agente. Esto requiere que el lector active un proceso inferencial para reponer, como se explica a continuación, que Cambiemos es el partido que intenta volver al pasado y con ello amenaza los intereses nacionales.

A su vez, el proceso “volver” activa la presuposición de que ya se ha estado en ese pasado. Su empleo se basa en la metáfora conceptual (Halliday 1994) de que el pasado es un lugar al que se puede ir y volver.

Se trata, por lo tanto, de un discurso en el que se explotan múltiples recursos para producir significados implícitos. Por un lado, se *mitigan los participantes* mediante los recursos previamente identificados: el uso del pronombre “los” de alcance indeterminado para referir al destinatario (cláusula 1) y los procesos “defender” (1.1) y “volver” (1.1.1) presentados en su forma de infinitivo, sin agentes mencionados. Por otra parte, se emplean los siguientes activadores presuposicionales:

- a) *Descripciones definidas*: el determinante “los” en “los intereses nacionales” y “los intentos de volver al pasado” activa las presuposiciones de que ambas cosas existen y son conocidas por el destinatario, es decir que el votante sabe a qué se refiere el candidato con estos términos.
- b) El proceso material “defender”, como ya se ha planteado, activa la presuposición de que los intereses nacionales están siendo amenazados.
- c) El proceso de comportamiento “volver” es un verbo de cambio de estado que da por supuesto que ya se estuvo en el pasado.

Además, para que el discurso alcance su máxima relevancia, se deben reponer las siguientes *premisas implicadas fuertemente manifiestas*:

- a) En el pasado hubo un gobierno que dañó los intereses nacionales.
- b) Cambiemos representa un modelo político que ya se desarrolló en Argentina y que no fue bueno para el país.
- c) Yo competiré con Macri en el ballotage.
- d) Yo defenderé los intereses nacionales.

A partir de las premisas (a) y (b), se accede a la conclusión fuertemente manifiesta (a-b): Cambiemos representa los intentos de volver al pasado y dañará los intereses nacionales.

De las premisas (c) y (d), se desprende la conclusión implicada (c-d): defender el país es votar a Scioli. La conjunción de estos significados presupuestos e implicados conduce a la conclusión de que Scioli invita al destinatario a que lo vote. Para alcanzar ese significado, se debe reponer y aceptar como válidas las premisas (a-d). Esto último supone, además, una cercanía con la línea de pensamiento de Scioli.

Dada la elevada cantidad de recursos destinados a producir supuestos y el alto esfuerzo de procesamiento requerido para dotar de relevancia a este discurso, consideramos que su *grado de suposicionalidad es alto*.

Como ya se ha planteado, esta elevada suposicionalidad que caracteriza a la estrategia “Incentivar al voto” puede interpretarse en relación con la búsqueda de los candidatos de no realizar abiertamente exigencias a los electores, especialmente en un contexto de alta polarización política como lo fue la campaña para el *ballotage*. De esta forma, los políticos protegen su propia imagen, al no mostrarse como imperativos, y la de los votantes, ya que se evita representarlos como personas a las que se les dice a quién votar. Además, las premisas implicadas que se espera que reponga y acepte el destinatario establecen una cierta complicidad, apoyada en los conocimientos y juicios que comparte el destinatario con el sujeto discursivo (candidato).

Finalmente, resulta destacable que, si bien la subestrategia está vinculada con pedir el voto, en ninguna de las muestras suelen aparecer ítems léxicos directamente asociados a ello como “elecciones”, “votar” o “*ballotage*”. La acción de “votar” se suele representar metafóricamente. En el ejemplo (3), de Massa, se reemplaza “votar” por “poner un ladrillo”. Esta metáfora conceptual, asociada a la construcción, supone crear algo nuevo en equipo, lo cual también evoca juicio positivo y ubica al paradesinatario (que en este caso son los trabajadores) en una posición de proactividad. Además, aquello por lo que se propone “poner un ladrillo” atiende directamente a los intereses particulares del destinatario: “la eliminación del impuesto a las ganancias”. En cambio, en el ejemplo (5) de Scioli, votar es “defender los intereses nacionales”. Se trata de una metáfora conceptual belicista que, como hemos visto, parte del presupuesto de que existe una amenaza y, por lo tanto, coloca al ciudadano en el lugar de amenazado, de víctima.

Esta construcción metafórica de la acción de votar, que contribuye con los altos grados de suposicionalidad de los discursos, puede interpretarse como una forma de despolitización de la práctica política. Se realizan desplazamientos de orden semántico hacia otros campos semánticos —como el del cambio, la construcción o la defensa— porque parecen ser más atractivos que el del voto (que es en sí el de la política) o porque se busca significar que lo que está en juego es algo “más grande” que el “mero” hecho de votar.

4.1.3. Recapitulación

El análisis de las dos subestrategias que forman parte de la estrategia “Incentivar el accionar de destinatarios” nos ha permitido demostrar cómo el grado de suposicionalidad puede resultar determinante para diferenciar (sub)estrategias dentro del análisis de una o más series discursivas.

Hemos visto que para “Incentivar acciones de militancia” se producen, mayoritariamente, mensajes con un grado bajo o medio de suposicionalidad. Se presenta de forma clara y explícita la información necesaria para que el seguidor pueda llevar a cabo la acción que se requiere y los discursos adquieren su máxima relevancia sin necesidad de que se realicen procesos inferenciales de alto costo de procesamiento. En cambio, para “Incentivar el voto” se construyen mensajes con un grado alto de suposicionalidad: el sujeto discursivo no le pide al para destinatario “votame”. De hecho, hemos visto que ni siquiera se utiliza un vocabulario asociado a esta acción.

Esta diferencia puede explicarse por: el peso de la acción solicitada, el vínculo interpersonal que se construye entre el sujeto discursivo (candidato) y el destinatario y, consecuentemente, el grado de amenaza a sus respectivas imágenes (Goffman [1967] 1970). Que el político al que una persona sigue y valora le pida ayuda para su campaña de forma cercana y hablándole de “vos” lejos de resultar algo negativo parece convertirse en un privilegio. Por eso, el candidato puede convocar a sus seguidores de manera abierta, como quien le pide ayuda a un amigo. En cambio, pedirle el voto a un ciudadano indeciso, en un contexto de alta polarización política y, especialmente, tras una primera vuelta en la que eligió a otro candidato que quedó fuera de la contienda, constituye una amenaza a su imagen de votante libre e independiente. Eso explica por qué los candidatos eligen hacerlo de manera encubierta, recurriendo a presupuestos, referencias ambiguas, metáforas e implicaturas.

5. Conclusiones

En este artículo, hemos planteado que los presupuestos, implicaturas y silenciamientos son las principales clases de significados implícitos que se realizan en los discursos y que pueden graduarse en una escala de evidencialidad de significados, según el costo de procesamiento que requieren por parte del destinatario y el compromiso del sujeto discursivo que manifiestan. A su vez, la clase y cantidad de recursos pragmático-discursivos puestos en juego para producir significados implícitos en un discurso, junto con las variables de costo de procesamiento y compromiso del sujeto discursivo, permiten determinar grados bajos, medios o altos de suposicionalidad discursiva.

Esta gradualidad, que sistematiza la multiplicidad de recursos empleados para producir significados implícitos en los discursos mediante tres grados de suposicionalidad, permite una descripción operativa de las muestras que resulta funcional al AED. En particular, porque simplifica la búsqueda de

recurrencias en el empleo de recursos pragmático-discursivos que es necesaria para reconstruir las estrategias discursivas desplegadas en un *corpus*.

Según se demostró en el análisis de la estrategia “Incentivar el accionar de destinatarios”, los grados de suposicionalidad discursiva pueden resultar una variable determinante para identificar y diferenciar ciertas (sub)estrategias discursivas. Por lo tanto, consideramos que la propuesta desarrollada puede resultar un aporte para futuros estudios discursivos. Especialmente, cuando se requiera abordar de forma sistemática *corpus* extensos en los que la utilización de recursos suposicionales resulte variada.

Hasta este momento, la propuesta aquí presentada ha sido instrumentada en el análisis de un *corpus* de 1864 discursos publicados en las cuentas oficiales de Twitter de los principales candidatos presidenciales argentinos durante la campaña 2015 (Ventura 2020a). Su uso para el análisis de otros *corpus* constituye el desafío para futuras investigaciones.

Bibliografía

- » Alcántara-Plá, Manuel y Ana Ruiz-Sánchez. 2018. "Not for Twitter: Migration as a silenced topic in 2015 Spain General". En *Exploring Silence and Absence in Discourse: Empirical Approaches*, editado por Melani Schröter y Charlotte Taylor, 25-64. London: Palgrave Mc Millan.
- » Arias, Gonzalo. 2017. *Gustar, ganar y gobernar. Cómo triunfar en el arte de convencer*. Buenos Aires: Aguilar.
- » Bajtin, Mijail. [1979] 1999. *Estética de la creación verbal*. México DF: Siglo XXI editores.
- » Brown, Penélope y Stephen Levinson. 1987. *Politeness. Some Universal in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- » Chilton, Paul. 2004. *Analysing political discourse*. Londres: Routledge.
- » Crespo, Ismael, Cristina Moreno e Irene Delgado. 2003. "El estudio de las campañas electorales". En *Partidos, medios de comunicación y electores. Los efectos de la campaña electoral de 2000 en España*, editado por Ismael Crespo, 13-29. Buenos Aires: Planeta.
- » Fairclough, Norman. 1992. "Intertextuality in Critical Discourse Analysis". *Linguistic and education* 4: 269-293.
- » Fairclough, Norman. 1995. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. New York: Longman Group.
- » Fairclough, Norman. [1989] 1996. *Language and power*. Nueva York: Longman Inc.
- » Fairclough, Norman 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Londres: Routledge.
- » Givon, Talmy. 1982. "Logic vs. pragmatics, with human language as the referee toward an empirically viable epistemology". *Journal of Pragmatics* 2: 81-133.
- » Goffman, Erving. [1967] 1970. "Sobre el trabajo de la cara. Análisis de los elementos rituales de la interacción social". En *Ritual de la interacción*, editado por Erving Goffman y Floreal Mazía. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- » Grice, Paul. 1975. "Logic and conversation". En *Syntax and semantics. Volume 3: speech acts*, editado por Peter Cole y Jerry Morgan, 41-58. New York: Academic Press.
- » Halliday, Michael. 1973. *Explorations in the functions of language*. London: Edward Arnold.
- » Halliday, Michael. 1978. *El lenguaje como semiótica social*. México: FCE.
- » Halliday, Michael. 1985. *An Introduction to Functional Grammar*. Londres: Edward Arnold.
- » Halliday, Michael. 1994. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- » Halliday, Michael y Christian Matthiessen. 2014. *Halliday's introduction to functional grammar. Fourth edition*. London y New York: Routledge.
- » Kress, Gunther y Theo Van Leeuwen. [1996] 2006. *Reading images*. Londres: Routledge.
- » Kristeva, Julia. 1986. "Word, dialogue and novel". En *The Kristeva reader*. Editado por Toril Moi. Oxford: Basil Blackwell.
- » Levinson, Stephen. 1983. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- » Malinowski, Bronisław. 1923. "The Problem of Meaning in Primitive Languages". En *The*

- Meaning of Meaning*, editado por Charles Ogden & Ivor Richards, 296-336. London: K. Paul, Trend, Trubner.
- » Mazid, Bahaa-eddin. 2007. "Presuppositions and strategic functions in Bush's 20/9/2001 speech". *Journal of Language and Politics* 6: 351-375. Fecha de consulta, 20 de marzo de 2020. doi: 10.1075/jlp.6.3.05maz.
 - » Menéndez, Salvio M. 2000. "Recursos y estrategias discursivas. Selección y dependencia de los procesos en el discurso sobre la propaganda del SIDA". *Revista Argentina de Lingüística* 16: 213-227.
 - » Menéndez, Salvio M. 2005. "¿Qué es una estrategia discursiva?". En *Actas del Congreso Internacional: Debates Actuales. Las teorías críticas de la literatura y la lingüística*, editado por Susana Santos y Jorge Panesi, publicado en CD-ROM, ISBN 950-29-0987-X. Buenos Aires: FFyL UBA.
 - » Menéndez, Salvio M. 2010. "Opción, registro y contexto. El concepto de significado en la lingüística sistémico funcional". *Tópicos del seminario* 23: 221-239.
 - » Menéndez, Salvio M. 2012. "Multimodalidad y estrategias discursivas: un abordaje metodológico". *Revista Latinoamericana de estudios del discurso* 12: 57-73.
 - » Raiter, Alejandro. 1999. "Mensaje, presuposición e ideología". En *Discurso y Ciencia Social*, editado por Alejandro Raiter, Julia Zullo, Sara Pérez, Virginia Unamuno, Daniel Labonia e Irene Muñoz, 39-47. Buenos Aires: EUDEBA.
 - » Raiter, Alejandro. 2009. "'Hablo y entiendan': creencias, presuposición e interdiscurso en los actos de Cristina Fernández de Kirchner". *Oralia* 12: 73-96.
 - » Sbisá, Marina. 1999. "Ideology and the persuasive use of presupposition". En *Language and Ideology. Selected Papers from the 6th International Pragmatics Conference, Vol. 1*, editado por Jef Verschueren, 492-509. Antwerp: International Pragmatics Association.
 - » Schröter, Melani. 2013. *Silence and Concealment in Political Discourse*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
 - » Sperber, Dan y Deidre Wilson. [1986] 1994. *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Madrid: Visor.
 - » van Dijk, Teun. 2009. *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
 - » van Dijk, Teun. 2010. "Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso". *Revista de Investigación Lingüística* 13: 167-215.
 - » Ventura, Aniela. 2020a. "El poder de lo implícito: Análisis estratégico discursivo de la campaña presidencial argentina 2015 en Twitter". Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de: <http://repositorio.filo.uba.ar/jspui/handle/filodigital/11868>.
 - » Ventura, Aniela. 2020b. "Imagen de los candidatos presidenciales argentinos 2015 en sus perfiles de Twitter". En *(Des)cortesía, actividades de imagen e identidad*, editado por Marina González-Sanz, Catalina Fuentes Rodríguez y Ester Brenes Peña, 201-218. Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
 - » Ventura, Aniela. 2021. "De presupuestos e implicaturas: las propuestas en la campaña presidencial argentina 2015 en Twitter". *Revista de Estudios del Discurso Digital* 4:1-48.
 - » Wilson, Deidre y Dan Sperber. 1981. "On Grice's theory of conversation". En *Conversation and Discourse*, editado por Paul Werth, 155-178. Londres: Croom Helm.
 - » Wilson, Deidre y Dan Sperber. 2004. "La teoría de la relevancia". *Revista de investigación lingüística* 7: 237-286.
 - » Wodak, Ruth. 2009. *The discourse of politics in action. Politics as usual*. Palgrave: Macmillan.