

El *ethos* discursivo en la argumentación del locutor español y brasileño a través de los marcadores conversacionales

Ivani Cristina Silva Fernandes
(Universidade Federal de Santa Maria)

Introducción

En los tiempos de globalización y posmodernidad surgen determinadas cuestiones características de la tensión entre la fragmentación y la unidad. Entre éstas se ubica la problemática de la subjetividad en el lenguaje, es decir, las huellas que el sujeto imprime en el discurso. Se discute ese tema desde varias áreas como la Sociología, Antropología, Psicología y, en especial, en la Lingüística de la Enunciación. Este último campo ha sido el elegido como marco teórico de nuestro estudio debido a que engloba varias teorías relacionadas a las ideas de Saussure y al establecimiento de una perspectiva sobre la enunciación en el lenguaje (NASCIMENTO FLORES; TEIXEIRA, 2005).

Este trabajo tiene como propósito el de esbozar un *ethos* discursivo del locutor español y del locutor brasileño, en el discurso argumentativo publicado en periódicos, a partir de los marcadores conversacionales. Se pretende identificar una tendencia enunciativa, orientada por el empleo de los marcadores y, posteriormente, analizar tal tendencia y trazar una posible imagen de este *ethos* en la argumentación.

La base del análisis aquí propuesto forma parte de la tesis *Los marcadores discursivos en la argumentación escrita: estudio comparado en el español de España y en el portugués de Brasil* (2005) que tiene como *corpus* doscientos textos publicados entre los meses de junio y septiembre de 2002 en *El País* y en *O Estado de São*

Paulo, diarios representativos y de gran circulación en España y Brasil, respectivamente. Se ha dividido tal *corpus* de forma equánime según el idioma (cien textos para cada idioma) y modelo textual: cartas al director, comentarios, crónicas y editoriales (veinticinco textos para cada modelo e idioma). Se organizó estadísticamente todos los marcadores identificados y desde el estudio cuantitativo partimos al análisis cualitativo.

1. El concepto de *Ethos* y de Marcadores del Discurso

Antes de seguir con nuestro trabajo, conviene definir la noción de *ethos* que se emplea desde la Retórica hasta el Análisis del Discurso. Según Amossy (2006, p. 220), el *ethos* es la imagen que el locutor construye en el discurso sobre sí mismo con el objetivo de influir sobre su interlocutor. Esta construcción de imagen se relaciona con una cierta “manera de decir” como nos alerta Maingueneau (2008, p. 99) que identificamos por medio de una tendencia enunciativa, es decir, la recurrencia de una o algunas estructuras lingüísticas que caracterizan una forma de decir en un discurso oral o escrito. Asimismo, utilizaremos las nociones de imagen positiva y negativa del locutor, las cuales se basan en la Teoría de la Cortesía de Brown y Levinson (1987).

Dadas las peculiaridades de este estudio, nos restringiremos a comentarios relacionados a los marcadores de la conversación, aunque utilizamos de otros elementos de orden léxico, morfosintáctico y discursivo para establecer una tendencia. Entendemos los marcadores discursivos según los estudios de Martín Zorraquino y Portolés (1999) que los definen como unidades extraoracionales, más o menos invariables, que relacionan explícita o implícitamente enunciados y que guían inferencias según sus diferentes propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas.

Hay cinco categorías de marcadores y, entre tales subdivisiones se encuentran los marcadores conversacionales que cumplen una función informativa (orientada hacia el mensaje), predominante en el texto escrito, ya que tienen un papel transaccional (MARTÍN ZORRAQUINO; PORTOLÉS, 1999), o sea, de establecer relaciones entre enunciados de tipo argumentativo y metadiscursivo. Además, cumplen una función interactiva, orientada hacia el interlocutor (favoreciendo el cambio del tema, el uso de expresiones indicadoras de recepción y de comprensión del mensaje o de mantenimiento del contacto).

Dichos marcadores están divididos en los de modalidad epistémica (señalan cómo el emisor aborda el mensaje, indicando cierto juicio metalingüístico); los de modalidad deóntica (reflejan la actitud del hablante relacionada con la expresión de la voluntad o del afecto); los enfocadores de alteridad (orientan sobre cómo se sitúa el hablante en la relación con su interlocutor, reflejando entidades interjectivas) y los metadiscursivos conversacionales (estructuran el discurso oral que se simula en el texto escrito). A partir del análisis estadístico, organizamos la tabla a continuación:

MARCADORES DISCURSIVOS: cifras de acuerdo con el idioma.

ESTADÍSTICA		ESPAÑOL	PORTUGUÉS
Número de textos		100	100
Número total de marcadores		660	757
Marcadores Conversacionales	de Modalidad Epistémica	39	31
	de Modalidad Deóntica	00	06
	Enfocadores de la Alteridad	04	04
	Metadiscursivos Conversacionales	01	00
	TOTAL	44	41

2. El papel de los marcadores conversacionales y la cuestión del *ethos*

En primer lugar, estamos ante un fenómeno peculiar, pues el propio término insta una contradicción aparente al incluirlo en nuestro estudio, puesto que no es apropiado el uso de elementos de la oralidad en un análisis del discurso escrito. Briz (1998, p. 1-2) afirma que, aunque existe la manifestación de lo oral en lo escrito, las interrelaciones entre estas dos esferas surgen como formas de verbalización determinadas por las condiciones de comunicación. Como señalan detalladamente Calsamiglia Blancafort y Túson Valls (1999), mientras la modalidad oral tiene el principal papel de establecer relaciones humanas y de desempeñar acciones cotidianas, la modalidad escrita es el primordial mecanismo de registro, evaluación y almacenaje de informaciones y, por otra parte, un dispositivo que forma parte de los actos humanos en general.

No obstante, notamos que estas dos modalidades se influyen recíprocamente conforme al contexto. De hecho, observamos que en la prensa se emplean marcadores discursivos propios de la oralidad e, incluso, es muy probable que el locutor lo haga de manera consciente porque dichos elementos responden a determinadas intenciones argumentativas. Muchos enunciadores emplean los marcadores conversacionales como un instrumento de persuasión, acercándose a co-enunciadores y ofreciendo al texto escrito una conciencia de interacción.

Considerando que los marcadores conversacionales representan las marcas idiosincrásicas en cada idioma, es previsible que en éstos encontremos las mayores dificultades para establecer una correspondencia entre el portugués y el español. Incluso, en la mayoría de los casos, es imposible hallar equivalentes entre dichos marcadores en ambos idiomas. Y, aunque los haya, la incorporación de estos en el uso de los hablantes es especialmente difícil.

Estas dificultades pueden ser un indicio de que los marcadores conversacionales serían una de las subclases de los marcadores discursivos que más

se relacionarían con las estrategias de esbozo del *ethos*, pues éstos forman parte del conjunto de mecanismos lingüísticos que expresan la postura del enunciador y sus emociones ante el contenido del enunciado.

En lo tocante a su papel cognitivo, éste es destacable. Además de su función informativa, estos elementos poseen un relevante papel interactivo y organizativo en la modalidad oral. Asimismo, estas partículas tienen como uno de sus objetivos el de llamar la atención del interlocutor hacia el enunciado.

Salvo los marcadores de modalidad epistémica, los demás marcadores de esta categoría tienen un empleo muy puntual y, de cierta forma, escaso en el *corpus*, lo que impide cualquier tipo de sistematización o correspondencia entre los idiomas. Ahora bien, podemos deducir que la mayor variedad de marcadores conversacionales existentes en el *corpus* portugués marca, de cierta forma, el *ethos* que se esboza en estos discursos. Primeramente, la presencia de estos elementos en la argumentación en portugués indicaría una tendencia a explicitar la interacción entre los interlocutores.

De modo general, la finalidad pragmática de estos elementos es la de reforzar la imagen positiva del locutor, ya que la mayoría de los empleos de los marcadores conversacionales forman parte de estrategias relacionadas con la inclusión de los interlocutores en un mismo grupo sociocultural (compartiendo el mismo conocimiento de mundo) y con la prevención o minimización del desacuerdo (mediante operaciones concesivas).

Observemos que, en ambos idiomas, destacan la variedad y frecuencia de los marcadores epistémicos, elementos que “van reforzando la imagen positiva del hablante y preservando la imagen negativa del oyente”, pues con éstos “se indica que el hablante es cooperador, amistoso, comprensivo etc., al mismo tiempo que se evita el rechazo del interlocutor” (MARTÍN ZORRAQUINO, 1999, p. 37). Desde el ámbito del *ethos*, ello se explicaría por el hecho de que las expresiones epistémicas “pueden ser manipuladas por los hablantes que, sin disponer de información fidedigna, fingen

responder de la verdad de lo que dicen” con la finalidad de motivar algunas actitudes en los demás, infundir respeto o confianza, causar admiración etc. (HAVERKATE, 1994, p. 123). Todas estas finalidades sirven, en mayor o en menor medida, para alcanzar el objetivo principal: persuadir al interlocutor mediante la imagen del locutor.

En el *corpus* en portugués se perfila un *ethos* de un locutor seguro, pero esta seguridad proviene más de la valoración del interlocutor que de las muestras de confianza exhibidas por el locutor. Es decir, el locutor se muestra más cercano al interlocutor, pues la credibilidad de su figura se asocia con la conciencia del locutor de que el interlocutor comparte un determinado conocimiento en el cual el locutor se apoya. En muchos casos, tal conciencia da origen a un movimiento concesivo, por el cual el locutor acepta algunas observaciones y objeciones supuestamente aportadas por un opositor. Por ello, la presencia acentuada de los epistémicos *claro (que)*, *certamente*, *decerto* y *com certeza*.

*[...] Para merecer a blindagem adicional de US\$ 30 bilhões do FMI (fatia de US\$ 24 bilhões já reservada para 2003), o Brasil tem de fechar as contas de 2002 com uma sobra de caixa (sem o rapa dos juros) de R\$ 50,3 bilhões. **Claro**, se o PIB reprisar a mesma taxa de expansão do ano passado: nada além de 1,5%, equivalente a crescimento per capita igual a 0,1% [...] (O Estado de São Paulo, 07/09/2002).*

En realidad, el locutor no quiere dar la impresión de que impone su posición al interlocutor y por ello Haverkate (1994) afirma que se da la oportunidad de que el interlocutor tenga una opinión divergente o, por lo menos, se simula tal oportunidad ya que estamos tratando de la modalidad escrita. Esto no amenaza ninguna de las imágenes positivas. Al contrario, fortalece la imagen positiva del locutor, aunque éste no tenga seguridad de que el interlocutor admita su opinión.

El acercamiento entre los interlocutores gracias a la demostración de un conocimiento compartido, de carácter más o menos visual, se evidencia también mediante el uso acentuado de los marcadores epistémicos *obviamente*,

evidentemente, además de los enfocadores de alteridad *né* y *sim*. Por otro lado, notamos que se destaca la presencia de marcadores “introdutores y suavizadores” de contraargumentación, con funciones claramente concesivas como los marcadores de modalidad deóntica *tudo bem*, *ok* y más sutilmente *bem* y *bom*.

[...] *Não é nem mais por mim, que te peço isso publicamente. Mas é por uma nova geração de escritores que vem surgindo no País. Inclusive com o gigantesco apoio da sua esposa. Não quero que o meu filho ouça a vida toda a ressalva: “Mas escritor é profissão? **Tudo bem**, mas, além de escrever, trabalha com o quê?” [...] (O Estado de São Paulo, 03/07/2002).*

Según Haverkate (1994, p. 30), mostrar conformidad aparente con la opinión contraria tiene la finalidad de abrir discusión sobre esta opinión de forma menos brusca, lo que implica que el interlocutor puede estar tan informado sobre el tema en cuestión como el locutor, lo que refuerza la imagen positiva de ambos interlocutores. Esquemáticamente, el locutor trasmite la idea de que “tienes razón, pero...”.

En cambio, en español se nos presenta el perfil de un locutor que intenta reafirmar su seguridad. De ahí el mayor empleo de los marcadores epistémicos “en efecto”, “efectivamente”, “sin duda”, “por supuesto”, “desde luego” e, incluso, “naturalmente”.

[...] Actualmente, la marca *Man U (Manchester United)* se ha extendido a una clase de *ketchup*, a osos de peluche, a relojes, y se han abierto establecimientos con todo su *merchandising* en puntos tan distantes como Suráfrica o Malaisia. ¿Podría hacer lo mismo una selección? Puede hacerlo, **en efecto**, en Brasil, Alemania, Argentina [...] (*El País*, 30/06/2002).

Alguno de éstos son específicos de la lengua española, sin equivalentes literales como en el caso de “en efecto”, “por supuesto” y “desde luego”. Sin embargo, en español tal reafirmación de seguridad no se traduce como necesariamente a un alejamiento entre los interlocutores, como nos prueba el empleo puntual de los

enfocadores de la alteridad “bueno”, “hombre” y “venga”, aunque presenten un matiz concesivo — irónico. Incluso podemos observar en los usos de algunos marcadores conversacionales un matiz de espontaneidad y no planificación como indica el empleo del metadiscursivo “bueno”. “[...] La excusa principal que ponen los homófobos en contra de la adopción de hijos por parte de homosexuales es que ellos también lo serán. **Bueno**, eso no lo veo tan claro. No está demostrado, (ni, seguramente, lo estará nunca) [...]” (*El País*, 29/06/2002).

3. Consideraciones finales

Los marcadores conversacionales son uno de los mecanismos que manifiestan la construcción de una identidad cultural mediante la actividad interaccional. De acuerdo con Madfes (2004, p. 323), “el variado uso funcional de marcadores conversacionales responde a conductas comunicativas adquiridas, culturalmente determinadoras de estrategias articuladoras de diversos recursos lingüísticos”. Por ello, su papel en el discurso escrito es de fundamental importancia, no sólo debido a sus efectos cognitivos y argumentativos, sino principalmente debido a su papel pragmático como elemento lingüístico auxiliar en la creación de un *ethos* colectivo.

Al comparar los locutores de nacionalidades distintas en la argumentación, dichos marcadores refuerzan la imagen de un *ethos* español que enfatiza su seguridad en la argumentación en comparación con un *ethos* brasileño que busca fortalecer su imagen empática e inclusiva.

Pensamos que el análisis de los valores de marcadores conversacionales en un *corpus* escrito, combinado con estudios detallados sobre otros mecanismos lingüísticos, no sólo contribuye a los avances de los estudios sociopragmáticos, sino nos induce a cuestionar cómo los sujetos elaboran y aprehenden sus *ethe* en los

discursos, si consideramos que éstos se desarrollan en un contexto multicultural y fragmentado.

Referencias

AMOSSY, R. Ethos. In: CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2006.

BRIZ GÓMEZ, A. *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmática*. Barcelona: Ariel, 1998.

BROWN, P.; LEVINSON, S. *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.

CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H.; TUSÓN VALLS, A. *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel, 1999.

HAVERKATE, H. *La cortesía verbal. Estudio pragmlingüístico*. Madrid: Gredos, 1994.

MADFES, I. Autonomía y afiliación. El rol de los marcadores conversacionales como "índices" de géneros. In: BRAVO, D.; BRIZ, A. (Eds.). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel, 2004. p. 323-339.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo. Cortez, 2008.

MARTÍN ZORRAQUINO, M. A.; PORTOLÉS LÁZARO, J. Los marcadores discursivos.
In: BOSQUE, I.; DEMONTE, V. (Dir.). *Gramática descriptiva del español*. Madrid:
Espasa, 1999. p. 4051-4213. v. 5.

NASCIMIENTO FLORES, V. N.; TEIXEIRA, M. *Introdução à Lingüística da
Enunciação*. São Paulo: Contexto, 2005.

SILVA FERNANDES, I. C. *Los marcadores discursivos en la argumentación escrita:
estudio comparado en el español de España y en el portugués de Brasil*. Salamanca:
Ediciones Universidad de Salamanca, 2005. 1 CD-ROM. (Colección Vítor).