

---

# ESTUDIS PER A UNA TIPOLOGIA DELS DISCURSOS

*Jordi Berrio*

Treballar en la tipologia dels discursos representa aprofundir en els mecanismes de la significació, tema que considerem crucial per a totes les disciplines que actualment, a les darreries del segle XX, s'interessen pel llenguatge i per la comunicació humana en general.

D'altra banda, considerem que la tradició filosòfica ens pot proporcionar armes d'una solvència que ens permeti d'endinsar-nos, amb unes certes garanties, en el difícil camí de la discursivitat social.

Ara que la semiòtica porta algún temps maldant per constituir-se en una ciència autònoma, crec que és pertinent de recordar que aquesta disciplina, ultra el seu origen lingüístic, té un naixement en el si de la tradició filosòfica.

Així, doncs, en els nostres estudis per a una tipologia dels discursos ens situem, dins el panorama del pensament actual, en una certa línia crítica i històrico-dialèctica (en el sentit més ampli del terme) de cara a treballar per aclarir els mecanismes de la comunicació amb la pretensió final d'assentar les bases d'una possible teoria de la comunicació social de caire realment emancipador.

Amb aquest bagatge, i amb un estil aforístic en nom de l'eficàcia comunicativa i també d'una voluntat d'economia expressiva, encetarem la nostra tasca de procurar uns criteris que ens permetin de classificar els distints discursos que funcionen en la vida social.

1.1.1 Discurs, en la tradició filosòfica, indica, bàsicament, el pensament que es construeix per etapes. Ja a la Grècia clàssica es parlava de discurs com a

50 «diànoia», contraposat a «nòesi». Vindria a ésser, doncs, una construcció racional articulada.

1.1.2 El discurs també ha estat entès com a «lógos» o sigui, com la producció de sons vocals que posseeixen una significació convencional «fonè semantiqué». Aquest darrer sentit és el més pròxim a la concepció actual.

1.1.3 El discurs, en el sentit aristotèlic de «lógos», significa «posar de manifest allò que és discorregut en l'acte». Cal, doncs, que digui quelcom sobre alguna cosa. El discurs fa saber algun aspecte sobre qualque cosa a qui discorre o als qui discorren entre ells.

1.1.4 El discurs-comunicació posa de manifest i fa accessible als altres en el que és dit, la matèria que es vol comunicar.

1.1.5 El «lógos» com a veritat mostra, retira de l'obscuritat allò de què hom parla; però també pot donar-se el «lógos» com a encobriment per tal de fer passar quelcom per allò que no és.

1.1.6 El discurs, entès com a «lógos» encara que originàriament veritable en mostrar algun aspecte encobert i, en conseqüència, en comunicar aspectes sobre les coses reals, pot també, i l'experiència quotidiana i també la història en són prova, amargar precisament la veritat. Per això, en el pensament grec era considerada l'aprehensió sensible, «aístesis», com a més originalment veritable que no pas el «lógos» (HEIDEGGER, 1964: 49-52).

1.1.7 El pensament contemporani ha donat concepcions del discurs no gaire allunyades de les exposades fins ara. Així, Foucault ens diu: «El discurs es manifesta amb el desig i amb el poder ja que el discurs no és simplement allò que manifesta o amaga —el desig—; també és allò que és objecte de desig. El discurs no és la cosa per la qual i mitjançant la qual hom lluita, aquell poder del qual hom es vol fer amo» (FOUCAULT, 1966: 171).

2.1.1 El discurs seria un acte comunicatiu i, per tant, un acte fet a través o mitjançant signes. Ha estat entès originàriament com a exclusivament oral —a través de llenguatge natural— però, evidentment, avui cal considerar-lo, en un sentit més general, com un acte comunicatiu a través de signes, sigui quina sigui llur naturalesa.

2.1.2 Però no tot acte signic és discurs. Es tracta d'una situació comunicativa, socialment definida i regulada de forma bastant estricta, o potser també una situació comunicativa que pretén actuar en algun sentit, segons unes determinades finalitats.

2.1.3 Tot discurs aniria dirigit a un o a uns *espais de discursivitat*.

2.1.4 L'espai de discursivitat seria un domini social on s'encabirien les actua-

cions a través de signes; un domini convencional i per tant normativitzat a través d'unes regles, de forma més o menys precisa segons els casos.

2.1.5 Aquests espais, com a convencionals que són, vindrien definits socialment i formarien part, doncs, de la cultura (cultura entesa aquí en el seu entit més ampli antropològic-sociològic).

2.1.6 Els espais de discursivitat estarien interioritzats pels individus que formen part d'una comunitat lingüístico-cultural.

2.1.7 Partim de la base que tot individu que forma part d'una comunitat cultural és competent en la utilització dels diferents codis que funcionen en la dita comunitat. Conseqüentment, caldrà parlar de competència comunicativa i no de competència purament lingüística. (HABERMAS/GIGLIOLI, 1975).

2.1.8 Un aspecte important de la competència comunicativa seria la capacitat de saber encabir el discurs en un o uns espais de discursivitat concrets dins el qual o els quals prendrà el seu sentit ple i operatiu.

2.1.9 Un discurs en un espai de discursivitat diferent té un sentit altre que no pas el que tindria en el primitiu.

2.1.10 Un discurs contextualitzat en un espai de discursivitat que no li correspon podria arribar a ésser absurd.

2.1.11 La generació d'actes lingüístics encabits dins uns espais de discursivitat adients mercès a la competència comunicativa, sempre és feta en una situació social concreta, amb uns mòbils determinats, per a unes finalitats volgudes.

2.1.12 En els usos lingüístics tindríem, doncs, dos aspectes. Un de referit a la significació, contextualització i comprensió del discurs. Es tracta de l'aspecte que il·liga la competència amb els espais de discursivitat que hem obtingut anteriorment. Un altre de relacionat amb les condicions de producció, condicions que ens vinculen el discurs amb la seva realitat externa, amb els efectes que produeix.

2.1.13 Aquest darrer aspecte l'hem de relacionar amb les finalitats que persegueix l'emissor, les quals només poden ésser compreses a partir de les distintes situacions socials en les quals s'emmarquen els actes comunicatius. Es pot dir que qualsevol emissor persegueix alguna cosa en fer els seus discursos.

2.1.14 És amb aquesta doble perspectiva que veiem que l'ús dels termes ens permetrà de bastir una tipologia dels discursos.

3.1.1 En la vida social existeixen unes distincions entre els diferents discursos, que han estat sancionades per la realitat. Així, hom parla, per exemple, de discurs religiós, científic, polític, etc.

3.1.2 Acceptant aquestes tipologies que funcionen de fet en la línia del llenguatge ordinari<sup>1</sup>, el que voldríem és trobar els criteris que les explicitarien i, potser, que ens permetrien, en el cas de posseir-los, desenvolupar les tipologies tradicionals i justificar-les.

3.1.3 Partirem, d'antuvi, de la tipologia establerta per CH. MORRIS (1962: 141 i ss.). Aquest autor la basteix a partir de dos criteris: els modes de significar i els usos dels signes. Els primers es classifiquen d'acord amb els seus sentits (maneres de significar, relacions, etc.), d'acord amb allò que denoten, amb la manera com es combinen amb els altres signes, o bé, per la seva relació amb els seus intèrprets. Finalment, aquests modes de significar es concreten en un component designatiu que identifica entitats i les situa en el temps i en l'espai; en un component apreciatiu, que valora l'adequació d'aquest ambient a allò que pretén l'individu; en un component prescriptiu, que pretén regular la manera com ha d'actuar l'individu sobre el context i, per últim, en un component formatiu destinat a establir les relacions entre els altres signes.

3.1.4 El segon criteri ve determinat pels usos que hom fa dels signes. Morris remarca la diferència que hi ha entre els modes de significar i els usos amb la metàfora següent: «Per tal de distingir un motor de nafta d'un altre de vapor, ens servim de la seva manera d'operar. Cada tipus de motor té, a més, certes funcions per a les quals és emprat normalment i que constitueixen els seus usos primaris» (MORRIS (1962: 108) classifica els usos segons els aspectes valoratius incitatius, sistemàtics i informatius.

3.1.5 De la combinació dels dos criteris, obré setze discursos diferents (MORRIS, 1962: 143): Científic, mític, tecnològic, lògic-matemàtic, de ficció, poètic, polític, retòric, legal, moral, religiós, gramatical, cosmològic, crític, de propaganda i metafísic.

3.2.1 Encara que prenguem els criteris de Ch. Morris aquí explicitats com a camí originari a seguir, considerem que la distinció dels modes de significat respecte dels usos és, més aviat, formal. Creiem que és cert que hom utilitza els signes a partir d'una certa naturalesa vaga, però tal cosa es fa sempre segons unes finalitats concretes i d'acord amb uns determinats contextos.

3.2.2 Concretant, creiem que el fonamental per distingir un discurs d'un altre ens ve donat per l'ús que hom fa dels signes i no pas per la seva naturalesa originària, i que els diferents usos es fan de cara a acomplir uns determinats objectius, unes finalitats socials.

3.2.3 En el mateix sentit, donarem primacia als usos i a llurs finalitats socials per sobre dels usos del llenguatge en funció dels espais de discursivitat preestablerts

<sup>1</sup> Ens referim aquí a la línia de pensament fonamentada en el Wittgenstein de les *Recerques filosòfiques*.

a l'hora de confegir una tipologia dels discursos. Si baséssim la nostra preferència estrictament ens els criteris semàntics i pragmàtics del llenguatge, obtindríem uns resultats estrictament formals. Només una funcionalitat social ens permetrà de fonamentar la semiòtica filosòfica en la realitat social.

3.2.4 Així, doncs, els signes, sigui quina sigui llur naturalesa originària, només tenen un valor indicatiu i és la seva utilització en un context determinat d'acord amb uns interessos precisos— la que els donarà el seu valor definitiu.

3.2.5 El que tractem aquí és de superar, no pas negar, el formalisme de la filosofia analítica a través d'una dimensió crítica. Tota recerca científica ha de tenir com a fita un projecte emancipador dels homes<sup>2</sup>.

3.2.6 El llenguatge —i tots els altres codis—, al marge dels seus modes de significar primaris, permetria, doncs, uns usos dels signes que estarien en funció de les distintes finalitats socials que hom perseguiria amb la seva utilització. Aquestes finalitats socials del llenguatge són múltiples però de cara els objectius que ens proposem, les més importants serien: *convèncer, persuadir, manipular, informar, emocionar, prescriure i formalitzar*.

3.3.1 El discurs que mena al convenciment és el que va destinat a obtenir l'aquiescència de tot ésser raonable. La seva via és la demostració. La demostració convincent, obtinguda a través dels fets i de les raons, és vàlida per a tot aquell que posseeixi la capacitat de percepció i de raonament normalment establerta. D'acord amb això, els discursos demostratius que pretenen el convenciment van adreçats a un auditori universal.

3.3.2 Qui escull la via del convenciment haurà de demostrar per camins racionals; els seus raonaments hauran d'ésser lògicament consistents; haurà de fer un ús informatiu dels signes que empri. La seva finalitat serà, doncs, la de servir l'individu en el sentit de donar-li nous coneixements o, millor, de fer-los-hi adquirir per ell mateix, en un sentit semblant a la «maièutica» socràtica. L'individu, segons se'n desprèn, gaudeix de llibertat i no és menat vers una determinada actuació. En aquest tipus de discursos, la relació entre els raonaments i les accions de part de l'auditori sempre és mediata.

3.3.3 L'emotivitat cal bandejar-la de les operacions que menen vers la convicció, perquè si no es fa així l'únic que s'aconsegueix és perdre l'objectivitat i, conseqüentment, personalitzar el fenomen.

3.3.4 Els dominis del convenciment se situen en espais de discursivitat en els quals és possible la intersubjectivitat. Es tracta d'espais on és practicable la comprovació empírica, o també, on la coherència racional és fonamental. Convèncer és el que cerquen la filosofia i la ciència. La ciència experimental busca el con-

<sup>2</sup> Vegi's el projecte epistemològic elaborat per Habermas (1976).

54 venciment a través de l'evidència empírica; les ciències formals a través de la coherència lògica; la filosofia cercarà l'evidència i la coherència lògico-racional.

3.4.1 «Per a qui l'interessa el resultat, persuadir és més que convèncer; les conviccions no són més que el primer estadi que mena cap a l'acció. Per a Rousseau, no es pot convèncer un infant «si no se'l sap persuadir». Contràriament, per a aquell que està amoïnat pel caràcter racional de l'adhesió, convèncer és més que persuadir. D'altra banda, el caràcter racional de la convicció es referirà tan aviat als mitjans utilitzats, tan aviat a les facultats a les quals hom s'adreça.» (PERELAMN/OLBRECHTS-TYTECA, 1970).

3.4.2 Qui escull l'espai de la persuasió, utilitzarà raonaments i testimonis basats en el que és versemblant, en el que és creïble per a un auditori particular. També aquí hom recotterà a la capacitat lògica de l'auditori, a la possibilitat d'aquest darrer de seguir un determinat raonament; però sovint no n'hi ha prou amb això, ja sigui perquè la naturalesa del tema fa que els raonaments siguin necessàriament febles, ja sigui perquè allò que es vol influir no són només les creences, les opinions, sinó la mateixa actuació. L'orador, a més de raonar, moltes vegades haurà d'adreçar-se a la capacitat emotiva del seu públic. En la persuasió hi ha, doncs, dos aspectes: un de racional i un altre d'emotiu.

3.4.3 Si hom argumenta a partir del creïble i de la versemblança, cal que sàpiga molt bé que és el que ho seran en un determinat lloc i tipus d'auditori.

3.4.4 En la persuasió el que hom pretén és d'influir el capteniment de l'auditori. D'una manera directa, en argumentar a favor de determinades conductes; d'una manera indirecta, en actuar sobre les seves creences.

3.4.5 La persuasió actua en els dominis de la vida social en els quals no és possible d'establir acords universals; dominis on la certesa no és abastable i sí la versemblança.

3.4.6 Aquests dominis abracen enormes parcel·les de la vida social en les quals l'opinió és el fonament dels acords que són imprescindibles per al desenvolupament de l'activitat humana.

3.5.1 La manipulació serà un ús del llenguatge destinat, com la persuasió, a la influència de la conducta humana, però se'n diferencia per un conjunt de raons ètiques, psicològiques i també, potser, per unes característiques específiques del mateix acte de la manipulació entès aquest en la seva complexitat.

3.5.2 La distinció pot raure en la naturalesa de les premisses que s'utilitzen en les argumentacions. És freqüent que les afirmacions que hi són contingudes siguin falses.

3.5.3 Sabem que en la demostració les premisses han d'ésser certes, que en l'ús retòric han d'ésser versemblants tant per a l'orador com per al seu auditori;

ara, afirmem que en la manipulació les premisses poden ésser presentades com a versemblants i àdhuc com a certes a l'auditori, però que l'orador coneix la seva veritable naturalesa fal·laç i se n'amaga.

**3.5.4** La manipulació també pot caracteritzar-se per la naturalesa lògica dels raonaments. En aquest ús del llenguatge, i de tot altre codi que hom pugui efectuar, l'argumentació sovint només és aparent i realment no hi ha una veritable articulació lògica de les premisses a la conclusió. El raonament serà, doncs, necessàriament fal·laç. Fal·laç per la naturalesa de les premisses, o incoherent perquè la conclusió no hi correspon.

**3.5.5** La manipulació, a més dels raonaments, també pot utilitzar la falsa informació: una sospita o una mentida com un fet real, contrastat empíricament per tal d'aprofitar la força de convenciment que té la realitat dels fets sobre l'auditori.

**3.5.6** La manipulació també pot fonamentar-se en l'aspecte emotiu del procés, relacionant allò que l'orador desitja obtenir amb els sentiments positius o negatius que l'auditori pugui tenir al respecte i també traspasant-los d'una qüestió a l'altra.

**3.5.7** La manipulació anirà sempre destinada a un auditori particular al qual adaptarà l'orador tots els seus pseudoraonaments i les seves informacions falses.

**3.5.8** En la manipulació hi ha la voluntat expressa de moure's en el terreny de l'ambigüitat o de la mentida perquè es persegueixen uns determinats objectius als quals tot es subordina i també, naturalment, l'auditori, que esdevé objecte en lloc de subjecte.

**3.5.9** La manipulació és una pràctica comunicativa realitzada en funció d'unes finalitats que cal considerar com a condemnables des de la majoria d'ètiques que funcionen actualment.

**3.5.10** La manipulació i la persuasió es confonen pel que fa a les tècniques argumentatives que empren; fins i tot, una i altra es donen en espais de discursivitat similars; la distinció caldrà trobar-la en l'aspecte ètic.

**3.6.1** Existeixen uns tipus de discursos, d'actes comunicatius que pretenen revelar-nos caïtes de la realitat: es tracta dels discursos informatius.

**3.6.2** Els usos informatius del llenguatge i en conseqüència, la finalitat informativa, seran aquells que menaran l'orador a donar detalls i aspectes de la realitat tant social com material; que referiran fets, estats i situacions objectivades i objectivables.

**3.6.3** Els fets, les constatacions, les proves, són admesos per l'auditori sense necessitat d'ésser justificats; s'imposen a la consciència per llur evidència.

56 3.6.4 Probablement els usos informatius dels signes constituïrien la finalitat originària del llenguatge.

3.6.5 Les informacions poden orientar el capteniment particular o col·lectiu d'una forma adequada als fets, però mai no pretendran de provocar-lo immediatament.

3.6.6 Els discursos informatius van destinats a un auditori universal.

3.6.7 Cal tenir en compte que en tots nosaltres existeix el que anomenaríem «prejudici informatiu del llenguatge», consistent en la tendència a prendre tots els termes en un sentit referencial, àdhuc els que només es refereixen a una pura significació conceptual com són els universals.

3.7.1 Existeixen uns usos dels signes que pretenen de provocar uns efectes psicològics determinats, difícilment definibles i que els entenem correntment com a «emocions». Aquests usos i els tipus d'accions psicològiques que provoquen han estat tradicionalment oposats als racionals.

3.7.2 L'operació de provocar l'emoció, a més de trobar-la en la persuasió i en la manipulació combinada amb el pseudoconvenciment racional i amb l'evidència aparent o falsa, també es donarà en determinats discursos d'una forma exclusiva unes vegades i preponderant unes altres. Un exemple, potser el més important, el tindríem en els discursos artístics.

3.7.3 És difícil de definir l'auditori al qual van destinats els discursos emotius. En termes generals, són discursos expressius, o sigui, comunicacions en les quals es manifesta allò que sent un individu o bé una col·lectivitat. Hauré de dir que van destinats a un auditori imprecís.

3.7.4 L'emotivitat no mena vers cap actuació concreta, encara que pot provocar estats favorables a determinades accions. És per això que el component emotiu el trobarem en la persuasió i en la manipulació. Conseqüentment, hauré de dir que el discurs emotiu, per ell mateix, no està relacionat amb cap mena de capteniment concret d'una manera directa i immediata.

3.8.1 La prescripció es dona quan hom vol provocar, mitjançant actes comunicatius, unes determinades conductes en l'auditori d'una manera més o menys pregonant però sempre imperativa. Per tal que existeixi la finalitat prescriptiva no cal que hi hagi una resposta de part de l'auditori; tanmateix, són moltes les situacions en què apareixen correlacionats l'imperatiu de la prescripció i una determinada punició en cas d'incompliment. Es tracta d'un ús informatiu del llenguatge al servei d'una finalitat prescriptora.

3.8.2 En la persuasió es vol influir per via argumentativa a base de raonaments o de presumpes fets; en la prescripció no s'argumenta sinó que es defineix quina és la conducta concreta que cal seguir. La conducta prescrita es creu o



se sap que és la més adequada per tal d'aconseguir una determinada finalitat, o bé és la considerada correcta des del punt de vista de la moral.

3.8.3 L'auditori al qual van adreçats els discursos prescriptius es vari. En uns casos poden anar destinats a un auditori universal, tal com passa amb les prescripcions tecnològiques; en d'altres, com per exemple els discursos morals, l'auditori és particular.

3.8.4 Les prescripcions es fan, sobretot, sobre aquells aspectes de la conducta que es consideren d'interès per a la col·lectivitat. En canvi, solen deixar-se a l'arbitri de l'individu els que són considerats d'interès i de conseqüències no col·lectives.

3.9.1 La finalitat formalitzadora està basada en uns usos fonamentats en la consistència lògica del discurs. Es tracta d'una finalitat immanent al discurs mateix i que, en conseqüència, no pretén descriure aspectes de la realitat exterior ni provocar unes conseqüències en l'actuació de l'auditori.

3.9.2 La finalitat formalitzadora pot generar discursos per ella mateixa en els quals hom no buscarà cap finalitat distinta; però també pot ésser un aspecte important encara que no definitori en d'altres discursos. Els exemples serien el discurs lògic en el primer cas, i una comunicació científica, en el segon.

3.9.3 Els discursos formalitzadors purs —el de la lògica, el de les matemàtiques, el de la sintaxi, etc.— van adreçats naturalment a un auditori universal. En canvi, quan la forma només és un aspecte al servei d'un discurs que mena vers una altra finalitat, no es pot determinar la naturalesa de l'auditori; aquesta dependrà, en definitiva, de la finalitat bàsica del discurs.