



**Directores:** Luis Vega y Hubert Marraud **Editora:** Paula Olmos  
ISSN 2172-8801 / <http://doi.org/10.15366/ria2021.23> / <https://revistas.uam.es/ria>

## La incorporación de las actitudes lingüísticas y las representaciones sociales a la teoría de la argumentación de Michel Meyer

### *The incorporation of linguistic attitudes and social representations into Michel Meyer's theory of argumentation*

Mohamed El Mouden

Departamento de Filología  
Universidad de Cádiz  
Av. Dr. Gómez Ulla, 1, 11003, Cádiz.  
[mohamedelmouden@gmail.com](mailto:mohamedelmouden@gmail.com)

Rafael Crismán-Pérez

Departamento de Filología  
Universidad de Cádiz  
Av. Dr. Gómez Ulla, 1, 11003, Cádiz.  
[rafael.crisman@uca.es](mailto:rafael.crisman@uca.es)

Artículo recibido: 12-11-2020  
Artículo aceptado: 20-04-2021

#### RESUMEN

La Teoría de la Argumentación ha experimentado una modificación de sus presupuestos tradicionales en los últimos años, especialmente a partir de las publicaciones de Meyer. La principal novedad es la incorporación de los factores contextuales a la dialéctica argumentativa, lo que converge en la focalización del proceso lingüístico-argumentativo en las preguntas en lugar de las respuestas. Esto supone una nueva teoría acerca del cuestionamiento. A partir de ahí, el presente trabajo analiza la relación del contexto comunicativo con el proceso argumentativo mediante el vínculo de aquel con las actitudes lingüísticas y las representaciones sociales. Finalmente se proponen posibilidades de reorientación de la investigación de la Teoría de la Argumentación a partir de la incorporación de estos componentes al discurso argumentativo y su relación con las teorías de configuración de valores sociales según los componentes de las actitudes desde una perspectiva mentalista.

**PALABRAS CLAVE:** actitudes lingüísticas, comunicación, retórica.

#### ABSTRACT

The Theory of Argumentation has undergone a modification of its traditional assumptions in recent years, especially since Meyer's publications. The main novelty is the incorporation of contextual factors into the argumentative dialectic, which converges in the focus of the linguistic-argumentative process on the questions instead of the answers. This implies a new theory about questioning. From there, the present work analyses the relationship between the communicative context and the argumentative process by linking it to linguistic attitudes and social representations. Finally, it proposes possibilities for reorienting research into the Theory of Argumentation by incorporating these components into argumentative discourse and its relationship with the theories of the configuration of social values according to the components of attitudes from a mentalist perspective.

**KEYWORDS:** language attitudes, communication, rhetoric.

Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Madrid



Copyright©MOHAMMED\_EL\_MOUDEN\_Y\_RAFEL\_CRISMÁN-PÉREZ

Se permite el uso, copia y distribución de este artículo si se hace de manera literal y completa (incluidas las referencias a la Revista Iberoamericana de Argumentación), sin fines comerciales y se respeta al autor adjuntando esta nota. El texto completo de esta licencia está disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/es/legalcode.es>

## 1. INTRODUCCIÓN

Como indica Olave (2015), la Retórica actual ha dado un giro recientemente a partir de la reflexión filosófica del pensador belga Meyer (2008a; 2008b; 2013). El investigador revisa los conceptos tradicionales de *ethos*, *pathos* y *logos*, a partir de lo cual propone una nueva Teoría de la Argumentación. Esta teoría toma como base una revisión de la realidad de la filosofía actual y de la razón de la modernidad, de modo que considera que esta razón vive actualmente en una crisis (Carrilho, 1992: 7). Para el desarrollo de esta teoría ancla sus presupuestos en la reflexión sobre la razón, el discurso y la Retórica.

En primer lugar, la Retórica se caracteriza por ser una disciplina que engloba la argumentación desde el momento en que aquella se ocupa de las cuestiones de acuerdo y desacuerdo entre los individuos (Aristóteles, 2000). En este punto, Meyer sostiene que la tradición anterior ha focalizado sus esfuerzos en la búsqueda de respuestas, de modo que los interrogantes han perdido su valor primario. La principal consecuencia de este desplazamiento es la supremacía del *logos* en la tradición filosófica moderna. Esto ha desequilibrado la relación complementaria entre el *ethos* y el *pathos*. Para reequilibrar esta relación colateral entre *ethos*, *pathos* y *logos*, Meyer propone la revisión de la distancia en la negociación entre individuos mediante la superación tradicional del binomio cuestión/respuesta de las proposiciones lingüísticas.

Desde nuestro punto de vista, pensamos que una de las claves para la complementación de la Teoría de la Argumentación de Meyer reside en el concepto *actitud*. En la actualidad, este concepto ha sido revisado entre otros ámbitos tanto desde la Psicología social como desde la Sociolingüística y se configura sobre tres componentes básicos: afectivo, conductual y cognitivo, de manera que las actitudes, como fundamento común de las representaciones sociales (Parales-Quenza y Vizcaíno-Gutiérrez, 2007), son susceptibles de ser modificadas a partir de la persuasión. A continuación, expondremos las bases de nuestra aportación.

## 2. MARCO TEÓRICO

Como comentamos anteriormente, los conceptos *ethos*, *pathos* y *logos* están en los orígenes de la Retórica en Aristóteles (Amossy, 1999; 2010; Cárdenas, 2006; Manguineau, 2002). El *ethos*, desde una perspectiva retórica tradicional, se define como una estrategia adoptada por un emisor según un enfoque persuasivo en relación con un contexto social. El punto de unión entre el orador y el receptor es la credibilidad de aquel.

Por su parte, el pathos se define como un sentimiento que experimenta el receptor en relación con un juicio. Asimismo, el logos se define como el contenido que constituye la argumentación, así como el proceso de argumentación en sí mismo. El principal nexo de unión entre el logos y los interlocutores es la razón.

En la actualidad, los roles y funciones de estos tres componentes de la persuasión han sido revisados desde la perspectiva de la Nueva Retórica (Amossy, 1999; 2000; 2010; Angenot, 2008; Danblon, 2005; Maingueneau, 2002; Plantin, 2005). Este nuevo análisis de los conceptos de la persuasión ha dado lugar a la revitalización del logos como interconexión de la distancia subjetiva entre el sujeto discursivo y el sujeto empírico. Sin embargo, Meyer caracteriza el logos según su función representacional. Esta minimización del logos está vinculada a la *Ley de contextualidad* y a la *Ley de problematicidad invertida*. En cuanto a la primera, razón y discurso han sido considerados en relación con el contexto, lo que supone la anulación o minimización de la cuestión original desde una perspectiva lingüístico-proposicional. Por otro lado, la segunda ley consiste en la relación que existe entre la *literariedad* de la cuestión y el incremento de la *figuratividad* del logos, de manera que a menor literariedad de la cuestión, mayor figuratividad del logos. Esto provoca una búsqueda de los interrogantes originales de una cuestión.

Esta teoría filosófica se denomina *Teoría de Questionnement* y está basada en un marco crítico denominado por él mismo de la *Problématologie*. Esta teoría abarca distintas áreas de conocimiento: ciencia, lengua, literatura y ética.

En este punto, la Teoría del Cuestionamiento toma en consideración la concepción del contexto según Van Dijk (2001: 71-72):

La comprensión de situaciones y eventos específicos se hace por medio de modelos mentales. Un modelo mental es una representación individual, subjetiva, de un evento/situación en la memoria episódica, que es parte de la memoria a largo plazo. La estructura de los modelos mentales se define con un esquema que consiste de algunas categorías muy generales, como Escenario (Tiempo, Lugar), Participantes (y sus varios roles), y un Evento o Acción. Un modelo representa lo que informalmente se llama una 'experiencia'. Aparte de la comprensión subjetiva de un evento, un modelo puede incluir una dimensión evaluativa y una dimensión emotiva [...] la representación mental de la situación comunicativa se hace con un modelo mental específico que llamamos modelo del contexto o simplemente contexto. A diferencia de la situación social, el contexto no es algo externo o visible, o fuera de los participantes, sino algo que construyen los participantes como representación mental.

Así pues, como acabamos de observar, el contexto es un concepto que trasciende la situación comunicativa vinculada al plano físico en el que se encuentran los interlocutores de cualquier proceso de comunicación. De este modo, el contexto se

considera una representación mental llevada a cabo entre dichos interlocutores. Este concepto comporta información de la memoria tanto a largo como a corto plazo, así como información lingüística derivada de la interacción verbal de los interlocutores. Esta información se encuentra asociada, por consiguiente, a la relevancia que una o varias informaciones explícitas, implícitas y/o virtuales adquieran durante el intercambio comunicativo y, por tanto, considera tanto el contenido de la argumentación como el acto de argumentación en sí mismo, en virtud de su vinculación con el intercambio comunicativo. Así pues, el contexto se encuentra relacionado con el concepto clásico de logos.

Todo ello convierte el contexto en una noción dinámica, en permanente actualización y reelaboración por parte de los interlocutores a partir de unos esquemas cognitivos más o menos estáticos. A partir de ahí, Van Dijk (Íb. 73) establece una serie de categorías vinculadas con el contexto, las cuales tienen una repercusión en los intercambios lingüístico-comunicativos: dominio general, actos globales, diferentes tipos de participantes y sus papeles comunicativos y sociales, las relaciones que existen entre los interlocutores y los tipos o categorías cognitivas.

Con todo, el propio investigador no establece una caracterización de las mismas en función de si dichas categorías son universales y/o culturales y consecuentemente variables.

En cualquier caso, nuestra propuesta se centra en la relación que estas categorías, así como su repercusión en el intercambio lingüístico, presentan a partir de la relación existente entre las mismas y las actitudes lingüísticas, las cuales, a su vez, se vinculan con las representaciones sociales. Para ello debemos centrar nuestra atención en el concepto clásico de discurso y su evolución en la actualidad.

### 2.1. El discurso y la lengua a la luz de la teoría del cuestionamiento

Si atendemos el concepto clásico de discurso que hallamos en Aristóteles, hallamos tres posibilidades: deliberativo, forense o judicial y de exhibición.

En el primero de ellos puede haber exhortación o disuasión. En el segundo, hallamos acusación o defensa y en el tercero puede haber alabanza o reprobación.

El objetivo último de estos tres tipos de discurso es influir en la manera de pensar del receptor. Para ello se tiene en cuenta el conocimiento, de modo que la Filosofía focaliza parte de sus esfuerzos en la argumentación.

Este concepto de argumentación se revisó en el siglo XX a partir de las

propuestas de Perelman y Olbretchts-Tyteca (1989 [1958]), los lingüistas franceses Anscombe y Ducrot (1983) y M. Meyer.

La nueva retórica cubre cualquier discurso, considerando discurso como la interacción entre dos o más interlocutores en el que aparece un proceso de persuasión. Esto implica cualquier tipo de auditorio y cualquier tipo de contenido sobre el cual se articula dicho intercambio. Como recogen Torres y Velandia (2008: 125):

*La nueva retórica en oposición a la clásica aborda los discursos dirigidos a toda clase de auditorios, pues según Perelman (1997: 23): *Ella examinará los argumentos que uno se dirige a sí mismo cuando delibera íntimamente y el análisis de sus razonamientos no se limita a las inferencias formalmente correctas o a cálculos más o menos mecanizados, sino que cubre todo el campo del discurso encaminado a persuadir o convencer.**

Esto significa la ampliación de la clasificación tripartita del discurso según la teoría de Aristóteles, lo que implica tanto la materia de interacción en sí como el tipo de auditorio, pues ambos factores influyen en el intercambio. El discurso argumentativo abarca, por tanto, cualquier contenido susceptible de articularse mediante el lenguaje y verse inserto en un intercambio argumentativo.

Por otro lado, Meyer, a partir de estos postulados, considera el discurso argumentativo como la búsqueda de los interrogantes adecuados que posibilitan el cuestionamiento, mientras que considera la retórica actual como una disciplina que ha desviado la atención sobre dichos interrogantes, dando prioridad a las respuestas. En este punto, la interrelación entre los conceptos tradicionales de la Retórica Clásica ethos, pathos y logos está al servicio del hallazgo de respuestas. Sin embargo, dicha interrelación debe considerar la validez de las preguntas para el proceso de cuestionamiento. A propósito de esto, el investigador belga revisa varios planteamientos de la actualidad.

En primer lugar, las anteriores teorías de la argumentación limitaron la definición de la misma a técnicas de convencimiento, pero olvidaron y dejaron de lado la pregunta sin la cual no existe conversación ni distancia. En este punto, como indican Elder y Paul (2002), existen tres tipos básicos de pregunta. Una pregunta de acuerdo a un sistema, una pregunta ajena a un sistema y una pregunta acerca de sistemas en conflicto.

La primera de ellas requiere evidencia y razonamiento dentro del sistema y la respuesta se basa en el criterio de corrección frente a incorrección. Lo acertado de la respuesta, por tanto, se basa en el conocimiento que posea el receptor acerca del sistema inherente a la pregunta. La segunda posibilidad sugiere afirmar una preferencia subjetiva, de modo que la respuesta genera una opinión subjetiva y, por tanto, no susceptible de ser evaluada según los términos de respuesta del anterior tipo de pregunta. La tercera opción requiere, como en el caso de la primera pregunta, evidencia y razonamiento, no obstante, se trata de sistemas en conflicto. Esto da lugar a

respuestas más o menos adecuadas. De este modo, surge el juicio valorativo.

Según Meyer, la pregunta acerca de un sistema de valores se identifica con el tercer tipo visto en la caracterización inmediatamente anterior. Esto conlleva indefectiblemente la adaptabilidad del razonamiento al objeto de la cuestión, puesto que este proceso de gestión del pensamiento implica tanto evidencias como la valoración de las mismas. En consecuencia, el uso de la pregunta es una forma de amoldar el razonamiento al objeto de la cuestión (Meyer, 1993: 47). A raíz de su naturaleza problemática, el razonamiento se convierte en el origen del diálogo, pues la conversación surge de la existencia de un problema y la caracterización del mismo a partir de las preguntas y respuestas formuladas. Este procedimiento de argumentación da lugar al denominado discurso razonado. Tal y como indican Muñoz, Musci, Pac, Meoniz y Constantini (2010: 90):

[la] lógica natural puede considerarse como una lógica de la argumentación entendida como un discurso razonado que exige participación activa de los sujetos y reclama cierta connivencia que permita evitar tanto la coerción como la persuasión clandestina para instalar una prudente racionalidad. Más allá de estos rasgos generales que diferencian la lógica natural de la lógica formal, existen rasgos específicos que la distinguen con mayor precisión. La lógica natural opera con nociones (no vacías de contenido) y no con conceptos definidos a priori. Por tanto, los enunciados de la lógica natural (a diferencia de los conceptos, categorías cerradas e indiferentes al contexto) están siempre en construcción durante el despliegue discursivo, a medida que el sujeto del discurso esquematiza sus representaciones con el fin de producir en su interlocutor una reacción es decir una re-esquematización. Esto es coherente con su naturaleza dialógica que se concentra en los discursos argumentativos en una situación de comunicación. Asimismo, los objetos que construye se presentan como un haz de propiedades, relaciones y esquemas de acción. El hablante supone que son aceptadas por el interlocutor y, a medida que avanza el intercambio, el objeto puede resultar enriquecido con nuevas propiedades

La resolución de un problema requiere una respuesta porque el discurso consiste en suscitar una pregunta. El receptor reacciona ante ella de una manera doble. Cuando se enfrenta a la respuesta debe necesariamente formular una pregunta. Linealmente, la respuesta plantea para él una nueva pregunta porque responde a una cuestión que se plantea a sí mismo en relación con el nuevo objeto de interés o bien con el anterior. Considerar el discurso como la formulación de una pregunta significa que la pregunta suscita un debate. Este debate engendra necesariamente una argumentación.

Desde el punto de vista lingüístico, la lengua se considera un elemento con distintas dimensiones: argumentativa, dialéctica, semántica y hermenéutica. Cada una de estas dimensiones requiere complementariamente de otra. ¿Cómo se puede convencer sin hacerse entender? ¿Cómo alcanzar esto sin que haya un receptor con quien comunicarnos y que presente al mismo tiempo su aceptación o su rechazo? La

lengua se convierte en la luz de la teoría del cuestionamiento, una herramienta para llamar la atención sobre una cuestión.

Desde el momento en que la lengua es una herramienta que transporta distintas posiciones en contextos comunicativos distintos, esta se convierte en una manifestación de la diferencia problemática que el uso lingüístico en el contexto de la conversación expresa al receptor. Esta situación genera otra diferenciación problematológica (Meyer, 1993: 74). La retroalimentación lingüística de emisor y receptor se traslada al pensamiento, de modo que se crea un espacio mental entre los interlocutores. El cuestionamiento surge como una invitación a la pregunta y la respuesta se vincula con la lengua en su contexto comunicativo. Esta vinculación se basa en una creencia que indica que el recurso lingüístico pertenece al marco general de la acción humana, ya que las personas actúan según los problemas a los que se enfrentan y que inexorablemente encontrarán por el hecho de existir. Con este carácter, el uso de la lengua significa resolver problemas y se justifica una ley filosófica general: “La unidad principal de la lengua es la dualidad cuestión/pregunta y el uso de la lengua siempre se identifica según esta dualidad” (Íb, p. 73)

## 2.2. La argumentación a la luz de la teoría del cuestionamiento

La definición de la argumentación para Meyer sigue la definición tradicional de argumentación, de modo que se encuentra vinculada al proceso de convencer. Consecuentemente, todo discurso que pretende convencer a quien se dirige es un discurso argumentativo, de modo que la argumentación existe exclusivamente cuando hay un espacio de desencuentro. Este es concretamente el punto que invierte Meyer para apoyar la Teoría del Cuestionamiento y hacerla efectiva en el proceso de argumentación. Al igual que Perelman, Meyer recurre a establecer una oposición entre la argumentación y el razonamiento formal, pero parte precisamente del principio de la *problématologie*.

Este planteamiento representa la dualidad fundamental de la lengua natural, ya que la argumentación para él se identifica como un razonamiento no formal cuyos resultados no son evidentes. De este modo se desmarca del razonamiento formal condicionado por la relación necesaria entre las premisas y los resultados. Estos dos niveles de razonamiento están interrelacionados, ya que no se requiere de un proceso argumentativo condicionado por la necesidad absoluta de las matemáticas y, en consecuencia, existirá ahí un espacio para un desencuentro posible. La comparación entre el razonamiento formal y la argumentación se basa en que no se debe dejar en

las lenguas formales ninguna posibilidad a proposiciones contradictorias en el sistema, ya que no existen alternativas, es decir, no existe ningún cuestionamiento posible que desborde las respuestas que presenta el sistema formal. La demostración matemática basa su razonamiento en la respuesta a una pregunta. Esto converge en la obligatoriedad de aceptar la respuesta. De ahí viene la adhesión y el acuerdo.

Por otra parte, el razonamiento no formal no presenta garantías de que una pregunta señalada no se quede abierta por la ausencia de un proceso que ofrezca una solución absoluta e indiscutible. De ahí viene la posibilidad de permanencia de una alternativa y el surgimiento de la contradicción. La comparación entre la demostración y la argumentación se basa en los límites de la presencia de la dimensión problematológica (pregunta/respuesta) en el sistema de razonamiento de cada uno (la demostración y la argumentación). Parece que el sistema que tolera la existencia de proposiciones contradictorias y de espacio para las diferencias es el sistema más capaz de acoger el cuestionamiento y la problematología.

Surge de todo esto el vínculo de la argumentación con la Teoría del Cuestionamiento, de modo que esta se desvincula de la demostración y, consecuentemente, de la lógica formal. En el proceso de la argumentación, las proposiciones representan solamente las opiniones sobre la cuestión. Cuando se suscita la cuestión/pregunta, significa el comienzo del proceso de la argumentación porque la pregunta es una antelación al debate, que no es otra cosa que el planteamiento de la opinión y su respuesta mediante una argumentación. Pasar de la pregunta a la respuesta en este debate es una deducción que se ejerce a través del contexto y de las informaciones que ofrece dicho contexto. De manera contraria, el receptor representa un interrogador que pasa a la cuestión suscitada a través de la respuesta, de modo que la primera se deduce a través del contexto.

Toda deducción que se desarrolla a través del contexto es una argumentación que funciona como necesidad. Esta conlleva una conclusión o una posición que obliga al otro a considerar la proposición en relación con un problema planteado en un contexto. Este contexto expone a los interlocutores materias informativas necesarias para poder establecer la operación de la deducción vinculada con el par pregunta/respuesta.

Meyer considera estas ideas basadas en Perelman como base para su Teoría de la Argumentación. Sin embargo, para Meyer las teorías de la argumentación de antaño limitan la definición de la argumentación a la técnica del convencimiento, pues



olvidan o descuidan la pregunta sin la cual no hay conversación ni tampoco distancia.

La retórica se convierte en una argumentación cuando se transforma en un espacio de desencuentro a través de distancias provocadas o formadas por las distintas opiniones y creencias de los interlocutores. Este es el término con que la retórica toma forma. La retórica constituye en realidad un espacio para el encuentro de personas y de lenguas en la exposición de sus diferencias y a partir de su unidad. En este punto, el acuerdo y el desacuerdo es la consecuencia de este proceso (Meyer, 1993: 126).

La relación discursiva implica necesariamente una distancia social, psicológica y cognitiva. Esta distancia estructural se manifiesta a través de la argumentación o la seducción. En este punto, Meyer define la retórica como la negociación de la distancia que separa los sujetos. Esta negociación se desarrolla a través de la lengua. No importa si la estructuración lingüística del intercambio responde a un criterio racional o emocional. La distancia entre sujetos puede ser corta, larga, movable o fija según los casos (Ibid, p. 30).

Esta distancia viene provocada por el desacuerdo entre los interlocutores y es equivalente al funcionamiento de la argumentación y su campo de acción. A raíz de esto, la Retórica se ve reducida a la negociación de esta distancia. Este espacio regula el intercambio de las preguntas y respuestas, las cuales son argumentos. Esta es la causa de que el dominio preferido de la argumentación sea la retórica, pues esta se define según su función en relación con la distancia y la creación de un espacio interpersonal acerca de una cuestión o un problema. (Meyer, 2008 [1986]: 23).

La Teoría de la Argumentación, por tanto, se enriquece con las teorías de la argumentación lingüística a partir del contenido implícito y explícito de las proposiciones lingüísticas (Grice, 1975; Anscombe y Ducrot, 1983). Meyer incorpora dentro del marco de la Teoría del Cuestionamiento los factores extralingüísticos que intervienen en el proceso de comunicación y adopta los conceptos de contenido implícito y explícito como elementos principales en este proceso. El contenido explícito está vinculado al aspecto externo de la pregunta frente al contenido implícito, que actúa como intermediario contextual. Esta posición permite la deducción y la inferencia por parte del receptor, de modo que también contribuye a la construcción del argumento que se desea transmitir al mismo.

La argumentación se vincula a las respuestas formuladas durante el diálogo, de modo que estas se encuentran relacionadas con la funciones del lenguaje que participan de cualquier proceso de comunicación. En este punto, la función apelativa del lenguaje junto con la función expresiva adquieren un papel preponderante puesto que dirigen el

diálogo de acuerdo a la intención que respectivamente demuestran receptor y emisor. Los intercambios lingüísticos son, consecuentemente, la fuente para suscitar la pregunta o para invitar a ella y su respectiva respuesta. De esta manera, la conversación toma la forma de un debate que converge en la argumentación. Esta se convierte en el objeto de discusión de cada diálogo.

La lengua, a partir de su finalidad comunicativa primaria (Halliday, 1979), se convierte en la herramienta consustancial al razonamiento, el cual motiva cualquier intercambio lingüístico. No obstante, el intercambio posibilita una distancia entre el emisor y receptor, de manera que esta es susceptible de acortarse o alejarse en función del desarrollo del diálogo. Así pues, el concepto clave para comprender esta retroalimentación comunicativa entre los interlocutores y la creación y regulación del espacio es la polifonía enunciativa (Anscombe y Ducrot, 1983). Según este concepto, para comprender la naturaleza de los intercambios comunicativos, debemos trascender los conceptos de verdad y falsedad o, si se prefiere, corrección frente a incorrección y centrarnos en los bloques semánticos y su papel en la interpretación de los enunciados (Carel y Ducrot, 2006). Esta interacción implica factores lingüísticos, cognitivos, sociales, culturales, históricos y discursivos, los cuales intervienen en la creación y regulación del espacio de interacción entre los enunciadore, lo que trasciende, a su vez, las figuras estáticas del emisor frente al receptor, pues los enunciadore incorporan la información referida *supra*. De este modo, mediante la superposición de esta información, se crea un discurso añadido a la secuencia dialógica (Adam, 1992), pues los intercambios se encuentran en permanente revisión y actualización.

En este punto, la retórica se acerca a la argumentación, si no se convierte en su área preferente siempre y cuando la retórica, desde la Teoría del Cuestionamiento, sea la negociación sobre la distancia que separa a dichos enunciadore.

Los trabajos de Meyer contribuyen al enriquecimiento de los esfuerzos cognitivos y filosóficos que pretenden superar la crisis de la razón formal en el dominio de los valores y superar desde ahí la crisis de la modernidad cuya esencia se basó en el poder de la razón formal heredada de la lógica cartesiana. Para ello, como veremos a continuación, es fundamental la incorporación del concepto actitud a la Teoría de la Argumentación.

### 2.3. El concepto de actitud y su vínculo con la argumentación

Si bien es cierto que numerosos investigadores han resaltado la dificultad de definir el concepto actitud (Baker, 1992; Bierbach, 1988), en la actualidad existen diferentes

teorías acerca de la caracterización y la medición de actitudes, tanto desde un punto de vista social (Eagly and Chaiken, 1993; 1995; 1998; Farr, 1994; Fazio, 1986; Fishbein and Ajzen, 1975; Fraser, 1994; Moliner and Tafani, 1997; Petty and Cacioppo, 1981) como desde un punto de vista lingüístico (Cestero y Paredes, 2015; Garret, 2010; Giles and Marlow, 2011; Hernández, 2004; Kormos, Kiddle and Csizer, 2011; Schoel et al, 2013; Speelman, Spruyt, Impe and Geeraerts, 2013).

El concepto de actitud se ha enmarcado tradicionalmente en la teoría mentalista norteamericana. Básicamente, la actitud ha sido definida como un estado mental de disponibilidad configurado mediante la experiencia (Allport, G.W.; 1935; Azjen, 2001). Este estado mental ejerce una influencia directiva sobre las relaciones del individuo hacia su exterior. Esta relación ha supuesto que disciplinas como la psicología social y la antropología hayan tenido en cuenta su estudio. Parales-Quenza y Vizcaíno Gutiérrez (2007: 354) definen las actitudes desde una perspectiva estructural:

[e]squemas que se definen como sistemas de elementos vinculados por una red de relaciones organizados de manera jerárquica. Las implicaciones de dicha concepción se relacionan con la idea de estabilidad y cambio; aquellos elementos evocados con más frecuencia y centrales en la organización jerárquica tienden a ser más estables y resistentes al cambio. La persuasión estaría orientada a la modificación de esos elementos.

A partir de ahí, distinguen tres momentos en el estudio de las actitudes: la consideración de las actitudes a partir de la medición, el estudio de las actitudes en relación con la modificación de la conducta de grupos y el estudio de la organización interna de las actitudes.

Por otro lado, los investigadores también consideran la dimensión valorativa en el estudio de las actitudes, de modo que estas son definidas como estados internos de naturaleza evaluativa. Esto supone una predisposición a actuar de una determinada manera.

Esta concepción de las actitudes las acerca a una perspectiva individual, frente a la anterior definición que también contiene una proyección social. En este punto, la conciencia sociolingüística de los hablantes supone otro de los factores que se ha de tener en cuenta para la caracterización de las actitudes lingüísticas (Moreno, 1998). La principal razón es que los hablantes son mayormente conscientes de que determinados usos y hechos lingüísticos tienen consecuencias sociales. Esta idea es también expuesta por Giles para elaborar su Teoría de la acomodación del habla (1984). Según la misma, un hablante puede tender a ser convergente o divergente con respecto a su interlocutor. En este punto, como comentamos, las representaciones sociales constituyen una correspondencia directa con las actitudes lingüísticas, de modo que

esta dualidad lleva a los investigadores a considerar las representaciones sociales como un factor de correlación de las actitudes. Así pues, si bien estas se corresponden con un estado mental, aquellas tienen en cuenta la historia y la interacción entre grupos. Ambos esquemas contribuyen, por tanto, a la reconstrucción de la realidad por parte de los individuos de una sociedad o comunidad cultural.

Todo ello converge en la idea de que lo social implica interpretaciones comprensivas y no necesariamente causales, puesto que los individuos constantemente revisan la realidad introspectiva y circundante de acuerdo no solo a unos patrones mentales, sino también de acuerdo a una dimensión social. La lengua, como instrumento de comunicación, constituye una de las herramientas cognitivas de superposición de ambos esquemas, de forma que la dialéctica supone la contrapartida de la racionalidad analítica y recupera la hermenéutica como metodología cognitiva. Las actitudes y las representaciones sociales forman parte, por tanto, de un mismo núcleo de reconstrucción e interpretación de la realidad. Este núcleo de reconstrucción de la realidad presenta un componente estable y un componente flexible, permeable al contexto particular de cada individuo y de cada comunidad cultural.

A partir de ahí, dentro del campo de la comunicación, las actitudes lingüísticas han cobrado protagonismo progresivamente (Janés, 2006) debido a la relación de los estados mentales y la proyección de los mismos hacia el exterior mediante el comportamiento lingüístico-comunicativo. Como señala Izquierdo (2011: 20):

El estudio de las actitudes lingüísticas se ha planteado desde dos perspectivas distintas, si bien con resultados que pueden ser complementarios: la mentalista y la conductista. Las diferencias que ambos abordajes entrañan son tanto de concepción como de metodología. Para el conductismo las actitudes están basadas en las respuestas que los hablantes dan a ciertas situaciones sociales, se estudian directamente y se consideran como una unidad indivisible [...] desde el punto de vista mentalista las actitudes son consideradas como un estado de disposición, una variable que interviene entre el estímulo y la respuesta a este. La actitud prepara a un individuo para actuar de una manera específica ante una situación. Esta actitud es considerada una estructura de múltiples componentes, y no es observable ni analizable directamente, sino a través de técnicas indirectas y oblicuas. Estas características suponen dos dificultades metodológicas: determinar qué tipo de datos son relevantes para analizar las actitudes y cómo recoger esos datos, es decir, la elaboración de mecanismos de medición. El análisis de las actitudes lingüísticas desde una perspectiva mentalista tiene la capacidad de predecir patrones de actuación, lo que ha determinado en gran medida que éstas sean las preferidas en la investigación sociolingüística. No obstante, cabe resaltar que dentro del mentalismo no hay consenso en cuanto a los componentes de las actitudes, que en términos generales se aceptan: una valoración (componente afectivo), un saber o creencia (componente cognoscitivo) y una conducta (componente conativo).

Como acabamos de observar, la tradición mentalista ha presentado una mayor acogida

por parte de los investigadores. Algo que también sostiene Chinellato, (2015: 9):

Es el punto de vista mentalista el más extendido en los estudios sobre actitudes lingüísticas, entre otras cosas, porque permite (al concebir la actitud como estado mental) la predictibilidad de patrones de actuación lingüística.

Esta corriente concibe la actitud como una constante psicológica latente fruto de la interacción del individuo con su entorno, así como de un proceso de introspección. De este modo, trasciende una situación concreta en la cual pueda haber un intercambio según la tradicional teoría conductista de estímulo-respuesta. A propósito de esto, Quesada expone lo siguiente (2019: 6):

Una actitud se construye de las siguientes maneras: a) por el conocimiento y la experiencia personal (componente cognitivo); b) por los sentimientos (componente afectivo); c) por la inclinación a actuar de manera distinta (componente actitudinal). Según la perspectiva lingüística, la actitud lingüística es el resultado de lo que se ha registrado anteriormente sobre una lengua o una variante lingüística, junto con las acciones y reacciones emotivas que esta lengua o variante puede provocar.

Así pues, si trasladamos la aplicación del concepto actitud de la psicología social a las actitudes lingüísticas, observamos la heterogeneidad de factores que convergen en la configuración de dichas actitudes. No obstante, observamos una dicotomía de posibilidades. Los factores intrínsecos al individuo frente a los factores extrínsecos. Desde nuestro punto de vista, los factores intrínsecos de carácter cognitivo se enmarcan, sobre todo, dentro del componente cognitivo o cognoscitivo de la actitud. Esto supone, desde el ámbito de las actitudes lingüísticas, los conocimientos lingüístico-comunicativos que posea un hablante, fruto del proceso de adquisición de su propia lengua y sus variedades, así como de otras lenguas y sus respectivos usos y destrezas. Se encuentra vinculado, por tanto, a determinadas categorías del concepto de contexto visto *supra*, como es el caso del *dominio general*.

Por otro lado, los factores extrínsecos dependen principalmente del entorno situacional y contextual de interacción del hablante de acuerdo a una o varias comunidades de habla. Así pues, ambas posibilidades intrínsecas y extrínsecas influyen en los conocimientos lingüístico-comunicativos. A partir de ahí, el componente afectivo desde el punto de vista de las actitudes lingüísticas se nutre de estos conocimientos, así como de los factores sociales y situacionales en los que se comunique el hablante. Estos factores, por tanto, influyen especialmente en el componente afectivo de las actitudes lingüísticas y en su carácter evaluativo. Asimismo, se encuentran vinculados con la categoría de los roles de los interlocutores en el contexto. Ambas dimensiones cognitiva y afectiva influyen finalmente en el componente conductual de un hablante y, consecuentemente, en sus actitudes lingüísticas (Lambert, Hodgson, Gardner and

Fillenbaum, 1960). Con todo, otros investigadores consideran que las actitudes se configuran a partir de las creencias y estas se construyen a partir de la suma de los tres componentes de la actitud, de modo que los tres componentes se encuentran en constante retroalimentación (Rokeach, véase Izquierdo, 2011).

En cualquier caso, debemos tener en cuenta que la mayoría de los investigadores afirma la durabilidad de las actitudes lingüísticas (Quesada, 2019), frente a la espontaneidad de las reacciones lingüísticas. Estos componentes de la actitud lingüística, por tanto, no son independientes entre sí, sino que se retroalimentan aunque dicha retroalimentación se encuentra pautada o segmentada por los componentes cognitivo y afectivo en relación con el conductual. Se trata, por tanto, de un conjunto de información dinámica dentro de su relativa durabilidad.

Como comentamos anteriormente, la persuasión debe considerar las actitudes y representaciones sociales más allá de los modelos individuales de reconstrucción de la realidad, puesto que las actitudes lingüísticas incorporan indefectiblemente un componente externo de carácter evaluativo, donde se recogen factores afectivos hacia la lengua, sus variantes y sus usos. Estos usos, convergen, asimismo, en el componente conductual de las actitudes lingüísticas, puesto que repercuten en el comportamiento lingüístico-discursivo del hablante.

Esto contradice la argumentación lingüístico-proposicional tradicional basada en una causalidad tripartita de silogismos, los cuales convergen en una respuesta como causa de una pregunta. Este esquema lingüístico-cognitivo constituye, por tanto, un proceso deductivo según el esquema tradicional de la Retórica Clásica basada en la *peroratio*, *probatio* y *refutatio*, lo que dio lugar a los diferentes tipos tradicionales de diálogo, con especial atención al platónico y al ciceroniano.

Sin embargo, si tenemos en cuenta las representaciones sociales y las actitudes como un fundamento común para articular y caracterizar la reconstrucción de la realidad, la Dialéctica debe considerar la argumentación no solo desde un punto de vista estrictamente racional, según el modelo tradicional cartesiano, sino también como una herramienta de persuasión permeable a las actitudes y las representaciones sociales de una determinada comunidad cultural o sociedad. Esto nos lleva a considerar los planteamientos e interrogantes que cada comunidad alberga a partir de los cuales las representaciones de la realidad, los sistemas de creencias y las actitudes de sus miembros permiten la reconstrucción tanto individual como colectiva de la realidad.

### 3. DISCUSIÓN

Mediante la incorporación del concepto actitud y su relación con las representaciones sociales (Parales-Quenza y Vizcaíno-Gutiérrez, 2007) a la Teoría de la Argumentación se produce un enriquecimiento del proceso dialéctico al situarse este dentro de un marco sociocultural definido. Este marco cultural presenta unos valores predeterminados colectivamente, más allá de la dimensión particular que cada individuo de una comunidad presente de acuerdo a su actitud. La Teoría de la Argumentación de Meyer pretende incorporar a la argumentación tradicional los factores contextuales que intervienen en los procesos de comunicación. Esta propuesta incorpora, por tanto, los factores situacionales y contextuales inmediatos inherentes a cualquier proceso comunicativo concreto, así como los factores culturales y cognitivos que configuran el contexto general de cualquier comunidad lingüístico-cultural de acuerdo a las categorías contextuales que establece Van Dijk (1980, 2001).

Meyer recupera el método inductivo y acerca la Teoría de la Argumentación al diálogo socrático, a partir de la relevancia de los interrogantes. Estos deben considerar también los factores culturales, históricos, representacionales y actitudinales de cualquier individuo y/o comunidad, lo que se manifiesta en el contenido implícito y explícito de la comunicación mediante la recuperación de la información contextual. Desde el punto de vista lingüístico-comunicativo, la lengua no solo actúa como una herramienta de comunicación, sino que incorpora los componentes actitudinales lingüísticos que deben orientar el diálogo y contextualizarlo de acuerdo a una problemática concreta a partir de los componentes cognitivo, conductual y afectivo que configuran las actitudes desde una perspectiva interna.

La incorporación de estos tres componentes de manera equitativa contribuye a reequilibrar la relación entre el ethos, pathos y el logos en el discurso argumentativo frente a la supremacía del logos en las anteriores tradiciones argumentativas. Esta reestructuración conlleva la consideración de los factores emocionales principalmente atribuidos al ethos y al pathos dentro de la Teoría de la Argumentación mediante los componentes afectivo y conductual. La incorporación de estos componentes como integrantes de las actitudes y, más concretamente, las actitudes lingüísticas, contribuyen a la permeabilidad del componente periférico del núcleo de reconstrucción de la realidad de cualquier individuo mediante la incorporación de los factores contextuales al proceso argumentativo. Este tiene como fin último la persuasión como proceso de negociación a partir de la creación de espacios de diálogo.

La incorporación de estos componentes a la Teoría de la Argumentación supone

una superación del individualismo argumentativo en aras de unos patrones colectivos de acuerdo a representaciones mentales concretas y sus respectivas proyecciones hacia las actitudes individuales y grupales. Estas, a su vez, retroalimentan las representaciones sociales.

De cara a futuras investigaciones, uno de los retos que abre esta revisión de la Teoría de la Argumentación es la manera de articular las correspondencias entre los valores contextuales, actitudes y representaciones sociales en relación con el discurso propiamente *lingüístico* a partir de la superación de la tradicional argumentación proposicional. Como comentamos *supra*, la Teoría de la Problematologie abarca disciplinas como la ciencia, la lengua, la literatura y la ética. Desde nuestro punto de vista, la Teoría de la Argumentación supone un proceso dialéctico de discusión que tiene en cuenta las actitudes y las representaciones sociales, para, en última instancia, llevar a cabo un proceso de negociación. Esta negociación se apoya en la reconstrucción de la realidad que lleven a cabo los interlocutores a partir de los valores sociales y estados mentales individuales. La Teoría de la Argumentación debe abarcar, por tanto, cualquier aspecto de la realidad. No obstante, esta realidad se configura mediante las representaciones sociales pertenecientes a una comunidad y/o sociedad, así como las actitudes que demuestren sus individuos. Estas actitudes nos indican los valores y, consecuentemente, los estados psíquicos de dichos individuos desde un punto de vista evaluativo.

Este marco contextual converge en la consideración de un discurso que presente estos valores en relación con la dimensión tanto individual como sociocultural del individuo, lo que nos lleva a una caracterización de los factores determinantes de los estados psíquicos internos de los sujetos en aras de establecer una caracterización de los componentes actitudinales y valorativos. Estos componentes también se ven influidos por los valores y actitudes comunitarios. La revisión de las relaciones entre el *ethos*, el *pathos* y el *logos* debe incorporar estos factores en las interrelaciones lingüístico-discursivas de acuerdo a los procesos comunicativos argumentativos.

El reto ahora es pensar si ese tipo de relación es cuantificable a partir de una caracterización cualitativa o, por el contrario, debe abordarse desde otras perspectivas. Tradicionalmente, la cuantificación se ha visto como una de las claves para alcanzar la objetividad de la investigación y, consecuentemente, la realidad de las cosas. Sin embargo, paradójicamente, la sobre-cuantificación nos ha conducido precisamente a la revisión de la Teoría de la Argumentación, pues esta se ha quedado obsoleta al no incorporar otros aspectos del ser humano y de su realidad más allá de la lógica formal



derivada del esquema cartesiano de la argumentación, así como del objetivismo positivista.

Por otro lado, otra de las cuestiones que plantea el presente trabajo es cómo considerar los marcos culturales para su incorporación al discurso argumentativo. En este punto, recientes estudios han observado la relevancia de las denominadas *teorías legas* también denominadas *teorías del sentido común* acerca del sistema de valores y su proyección en el comportamiento de una determinada sociedad (Furnham, 1988; Hong, Levy and Chiu, 2001; Ramírez y Levi, 2010; Wegener and Petty, 1998). La relación entre la construcción de sistemas de valores de una sociedad y su relación con la Teoría de la Argumentación puede suponer un avance para la superación del tradicional discurso aislado de un contexto sociocultural. Así pues, el componente cognitivo de las actitudes y, más concretamente las actitudes lingüísticas, puede ser la puerta que permita conocer la realidad representacional de una sociedad y, mediante esta incorporación, añadir este conocimiento al discurso argumentativo. Nuevamente, se abre el interrogante de cómo abordar metodológicamente este análisis, así como mediante qué instrumentos para garantizar una objetividad en la investigación sin caer en un racionalismo estéril.

#### 4. CONCLUSIÓN

La Teoría de la Argumentación desde el punto de vista de Meyer ha supuesto una novedad con respecto a la tradición anterior. El principal punto de inflexión consiste en la focalización en las preguntas frente al tradicional discurso cartesiano focalizado en las respuestas. Esta nueva aportación tiene en cuenta los factores contextuales de la comunicación para su incorporación al discurso dialéctico, de modo que recupera la hermenéutica como uno de los principales modelos de cognición. La superación, por tanto, de la racionalidad en el análisis del discurso viene de la incorporación de estos factores comunicativos, de modo que recupera el método inductivo del diálogo socrático como búsqueda del cuestionamiento y reequilibra los conceptos de ethos, pathos y logos.

La nivelación de estos tres elementos deriva de la vinculación de los conceptos de las actitudes lingüísticas y las representaciones sociales a la hora de construir un marco discursivo para la negociación. Este marco discursivo debe tener en cuenta tanto los valores de una comunidad y/o sociedad, así como las actitudes individuales para su incorporación al discurso lingüístico-argumentativo y superar, consecuentemente, el discurso lingüístico-proposicional. Las teorías de configuración de valores sociales

como las teorías legas y su impacto en el discurso abren la puerta al estudio de las relaciones entre dicho marco cultural y su implicación en un discurso que comprende componentes actitudinales estructurados a partir de factores cognitivos, afectivos y conductuales mediante la contextualización del discurso.

## REFERENCIAS

- Adam, J.M. (1992). *Les textes: types et prototypes*. Paris: Nathan.
- Allport, G. W. (1935). *Attitudes*. En Murchison, C. (ed.). *A handbook of social psychology*, Worcester, Mass: Clark University Press, 798-884.
- Amossy, R. (Ed.) (1999). *Images desoï dans le discours. La construction de l'éthos*. Lausanne: Celachaux y Niestlé.
- Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours*. Paris: Nathan.
- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris: PUF.
- Anscombe, J.C.; Ducrot, O. (1983). *L'argumentation dans la langue*. Liège: Mardaga.
- Angenot M. (2008). *Dialogues de sourds. Traité de Rhétorique Antilogique*. Paris: Mille et Une Nuits.
- Aristóteles. (2000). *Retórica*. Madrid: Gredos.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology* 52, 27-58. Doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.27.
- Baker, C. (1992). *Attitudes and language*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Bierbach, C. (1988). Les actitudes lingüísticas. En A. Bastardas & J. Soler (eds.). *Sociolingüística i llengua catalana*. Barcelona: Empúries.
- Cárdenas, L.G. (2006). El lenguaje, la persuasión y las pasiones. *Estudios de filosofía*.
- Carel, M. y Ducrot, A. (2006). *La semántica argumentativa*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Carrilho, M. (1992). *Rhétoriques de la modernité*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Cestero, A.M. y Paredes, F. (2015). Creencias y actitudes hacia las variedades normativas del español actual. *Spanish in Context*, 12(2), 255-279. <https://doi.org/10.1075/sic.12.2.04ces>.
- Chinellato, A. (2015). *Actitudes lingüísticas en la frontera Venezuela-Brasil*. Tesis de Maestría. Universidad de los Andes, Facultad de Humanidades y Educación.
- Danblon, E. (2005). *La fonction persuasive. Anthropologie du discours rhétorique: Origines et actualité*. Paris: Armand Colin.
- Dragojevic, M. (2017). *Language Attitudes*. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.437>.
- Eagly, A.H. and Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Eagly, A.H. and Chaiken, S. (1995). Attitude strength, attitude structure, and resistance to change. En Petty, R.E. and Krosnick, J.A. (Eds.). *Attitude Strength: Antecedents and Consequences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 413-432.
- Eagly, A.H. and Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. En Gilbert, D.T., Fiske, S.T. and Lindzey, G. (Eds.). *The Handbook of Social Psychology*, Vol. 1. New York: McGraw-Hill, 269-322, 4th ed.
- Elder, L. and Paul, R. (2002). *El Arte de Formular preguntas Esenciales*. Recuperado el 4 de marzo de 2021 de: <http://es.scribd.com/doc/5512317/documentospensamiento-critico>
- Farr, R. (1994). Attitudes, social representations and social attitudes (discussion of C Fraser). *Papers on Social Representations*, 3, 33-36.
- Fazio, R. H. (1986). How do attitudes guide behavior. En Sorrentino, R.M. and Higgins, E.T. (Eds.). *Handbook of Motivation and Cognition*. New York: John Wiley and Sons.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison Wesley.
- Fraser, C. (1994). Attitudes, social representations and widespread beliefs. *Papers on Social Representations*, 3, 13-25.

- Furnham, A. (1988). *Lay theories: Everyday understandings of problems in the social sciences*. New York: Pergamon Press.
- Garret, P. (2010). *Attitudes to languages*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Giles, H. (ed.) (1984). The dynamics of speech accommodation. *International Journal of the sociology of language*, 46. Berlin: Mouton.
- Giles, H. and Marlow, M.L. (2011). Theorizing language attitudes. Existing frameworks, an integrative model, and new directions. En Salmon, C.T. (Ed.), *Communication yearbook*, New York, NY: Routledge, 161-197.
- Grice, H.P. (1991). Lógica y conversación. En Valdés, L. (Ed.) (1991). *La búsqueda del significado. Lecturas de filosofía del lenguaje*. Madrid: Tecnos/Universidad de Murcia, 511-530 (1ª ed. 1975).
- Halliday, M.A.K. (1979). *El lenguaje como semiótica social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hernández, J.M. (2004). El fenómeno de las actitudes y su medición en sociolingüística. *Tonos digital: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 8, 29-56.
- Hong, Y.Y., Levy, S.R. and Chiu, C.Y. (2001). The contribution of the lay theories approach to the study of groups. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 98-106.
- Izquierdo, S. (2011). Actitudes ante el deterioro de la lengua. Español en Brasil. *Marco ELE. Revista didáctica de español como lengua extranjera*, 13. Julio-Diciembre de 2011.
- Janés, J. (2006). Las actitudes hacia las lenguas y el aprendizaje lingüístico. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 20 (2). 117-132, Universidad de Zaragoza, España.
- Kormos, J.; Kiddle, T. and Csizer, K. (2011). Systems of goals, attitudes and self-related beliefs in second-language learning motivation. *Applied Linguistics*, 32(5), 495-516. <https://doi.org/10.1093/applin/amr019>.
- Lambert, W.; Hodgson, R.; Gardner, R. and Fillenbaum, S. (1960). Evaluational reactions to spoken languages. *Journal of abnormal and social psychology*, 60, 44-51. Doi: [doi.org/10.1037/h0044430](https://doi.org/10.1037/h0044430)
- Mainqueneau, D. (2002). Problèmes déthos. *Pratiques*, 113/114, 55-67.
- Meyer, M. (1993). *Questions de rhétorique. Langage, raison et séduction*. París: Librairie Générale Française.
- Meyer, M. (1996). "Les fondements de l'argumentation". En Hoogaert, C. (1996). *Argumentation et questionnement*. Paris: PUF, 13-36.
- Meyer, M. (2008a). *Principia Rethorica. Une théorie générale de l'argumentation*. París: Fayard.
- Meyer, M. (2008b [1986]). *De la problématique: Langage, science et philosophie*. París: PUF.
- Meyer, M. (2013). *Principia Rethorica. Una teoría general de la argumentación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Moliner, P. and Tafani, E. (1997). Attitudes and social representations: a theoretical and experimental approach. *European Journal of Social Psychology*, 27, 687-702.
- Moreno, F. (1998). *Principios de Sociolingüística y Sociología del Lenguaje*. Barcelona: Ariel.
- Muñoz, N.; Musci, M.; Meoniz, S. y Constantini, A. (2010). *Examen de las nuevas teorías de la argumentación para un replanteo de su enseñanza*. Proyecto de Investigación Código: 29 /A 203). Informe científico técnico. Recuperado el 04 de marzo de 2021 de: [file:///C:/Users/usuario/Downloads/DialnetExamenDeLasNuevasTeoriasDeLaArgumentaciónParaUnRep-5123623%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/DialnetExamenDeLasNuevasTeoriasDeLaArgumentaciónParaUnRep-5123623%20(1).pdf).
- Olave, G. (2015). Meyer, M. (2013). Principia Rethorica. Una teoría general de la argumentación. *Revistas Signos. Estudios de Lingüística*, 48(87), 144-151. Doi: 10.4067/S0718-09342015000100007.
- Parales-Quenza, C.J. y Vizcaíno-Gutiérrez, M. (2006). Las relaciones entre actitudes y relaciones sociales. *Revista latinoamericana de Psicología*, 39(2), 351-361.
- Perelman, Ch. and Olbrechts-Tyteca, L. (1989 [1958]). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Petty, R.E. and Cacioppo, J.T. (1981). *Attitudes and persuasion: classic and contemporary approaches*. Dubuque, IA: William C. Brown.
- Plantin, C. (2005). *L'argumentation. Historia, théories, perspectives*. París: PUF.
- Quesada, M.A. (2019). Actitudes lingüísticas de los hispanohablantes hacia su propia lengua: nuevos alcances. *Zeitschrift für Romanische Philologie*, 135(1), 158-194. Doi: [doi.org/10.1515/zrp-2019-0004](https://doi.org/10.1515/zrp-2019-0004).

- Ramírez, L., and Levy, S. (2010). Sentido común y conflicto: Impacto de las teorías legas sobre relaciones intergrupales (Common sense and conflict: Impact of lay theories on intergroup relationships). *Universitas Psychologica*, 9, 331–343.
- Schoel, C.; Roessel, J.; Eck, J.; Janssen, J.; Petrovic, B.; Rothe, A.; Rudert, S.C. and Stahlberg, D. (2013). Attitudes Towards Languages (AToL) Scale: A Global Instrument. *Journal of Language and Social Psychology*, 32(1), 21-45.  
<https://doi.org/10.1177/0261927X12457922>.
- Speelman, D.; Spruyt, A.; Impe, L & Geeraerts, D. (2013). Language attitudes revisited: auditory affective priming. *Journal of Pragmatics*, 52, Special Issue, SI, 83-92. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2012.12.016>.
- Torres, N.H. y Velandia, Z.Y. (2008). De la antigua a la nueva retórica. *Cuadernos de lingüística hispánica*, 119-130.
- Van Dijk, T. (1980). *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- Van Dijk, T. (2001). Algunos principios de una teoría del contexto. *ALED, Revista latinoamericana de estudios del discurso*, 1(1), 69-81.
- Wegener, D.T. and Petty, R.E. (1998). The naive scientist revisited: Naive theories and social judgment. *Social Cognition*, 16, 1-7.

**MOHAMMED EL MOUDEN:** es doctor en Argumentación y Filosofía de la Lengua por la Universidad de Tetuán, Marruecos. Es también doctorando en Comunicación Política y Nuevas tecnologías, Universidad de Sevilla. Miembro del grupo de investigación en Comunicación, Cultura y Ciencias, Universidad de Sevilla. Actualmente, ejerce de profesor de estudios árabes en la Universidad de Cádiz. Entre sus publicaciones, destacan varias monografías en temas de Comunicación, Argumentación e Islam político. Cuenta con varios artículos en español y en árabe en revistas indexadas además de varios capítulos de libros de similares líneas temáticas. Por otro lado, ha trabajado como analista y corresponsal en la radio y televisión: *Medi1 Internacional* y *Medi1tv*. Asimismo, ha participado en varios proyectos de investigación y ha desarrollado varias estancias de investigación en Universidades de Holanda, Francia, España, Italia y Marruecos.

**RAFAEL CRISMÁN-PÉREZ:** es doctor en Lingüística por la Universidad de Cádiz. Es también doctorando en Arte y humanidades por la Universidad de Cádiz. Actualmente ejerce como profesor en dicha Universidad en asignaturas vinculadas con la filología, la comunicación y la enseñanza de español como lengua extranjera. Entre sus publicaciones destacan varias monografías, así como artículos y capítulos de libro en editoriales tanto nacionales como internacionales acerca de las actitudes lingüísticas, la relación entre la lengua y la actitud y los componentes actitudinales desde una perspectiva comunicativa. Además ha desarrollado varias estancias de investigación tanto nacionales (Jaén, Sevilla, Huelva) como internacionales (Alemania, Reino Unido, Portugal).