

## Capitolo 3

### *Parola chiave* e testo argomentativo

Nel presente capitolo procediamo all'analisi delle *parole chiave* in un tipo di testo specifico, quello argomentativo.

L'analisi si propone un duplice intento, la verifica della definizione nonché l'individuazione delle funzioni specifiche svolte dalle *parole chiave* nel testo argomentativo.

Poiché l'individuazione delle *parole chiave* dipende dalla natura del testo nel quale compaiono, riteniamo utile introdurre l'analisi con una descrizione del testo argomentativo (par. 3.1) in base alle caratterizzazioni proposte dai teorici dell'argomentazione e dai linguisti.

#### 3.1 Il testo argomentativo

La descrizione del testo di natura argomentativa non può prescindere da uno sguardo alla dottrina aristotelica, che per prima ha avanzato una sintesi sistematica relativa agli aspetti sia formali che contenutistici del discorso persuasivo e ad oggi costituisce la premessa ineliminabile per comprendere le successive caratterizzazioni proposte per questo tipo di testo.

L'arte della persuasione che Aristotele presenta nella *Retorica* ha i suoi presupposti nella dottrina logica del filosofo, fondata negli *Analitici Primi* e *Secondi* e sviluppata nella *Topica*. Al centro di questa riflessione troviamo il sillogismo, struttura basilare attraverso la quale è possibile trarre conclusioni a partire da determinate premesse. Esso è indicato come la forma che deve avere qualsiasi discorso che voglia essere probante.<sup>1</sup>

Negli *Analitici Primi* Aristotele presenta il *sillogismo generale*, quello cioè che non si fonda sulla verità delle premesse ma è definito solo in base alla struttura formale.<sup>2</sup> Negli *Analitici Secondi* egli prende in esame il *sillogismo scientifico*, o dimostrazione, che invece è finalizzato all'incremento della conoscenza e si individua quindi in base alla

---

<sup>1</sup> Cfr. G. Reale, *Storia della filosofia antica*, Vol. II, Vita e Pensiero, Milano 1994, pp. 543-545.

<sup>2</sup> Cfr. Aristotele, *Analitici Primi*, A 1, 24 b 18-22.

verità delle premesse.<sup>3</sup> Nella *Topica* infine è preso in esame il *sillogismo dialettico*, o *entimema*, che si distingue per il fatto di discendere da premesse probabili, ossia fondate sulle opinioni, e per lasciare una o entrambe le premesse implicite.<sup>4</sup> Nelle *Confutazioni Sofistiche*, che si ritiene dovessero coincidere con l'ultimo libro della *Topica*<sup>5</sup>, Aristotele procede all'analisi dei sillogismi che sembrano derivare da premesse basate sull'opinione ma che in realtà non lo sono (*sillogismo eristico*) e dei sillogismi solo apparentemente corretti (*paralogismi*), ossia dei ragionamenti errati.

Su questi presupposti si fonda la *Retorica*, ossia “[...] la facoltà di scoprire il possibile mezzo di persuasione riguardo a ciascun soggetto”.<sup>6</sup> Il trattato è organizzato in tre libri, dei quali i primi due riguardano i mezzi di persuasione nel discorso pubblico, mentre l'ultimo prende in esame lo stile e la disposizione delle parti del discorso.

Ci soffermiamo brevemente solo su alcuni degli aspetti più rilevanti che emergono da questo trattato.

Innanzitutto, dal punto di vista formale Aristotele mette in relazione la retorica con la dialettica, ossia quella parte della logica che studia le forme del ragionamento che si basano su premesse fondate sull'opinione. Dal punto di vista del contenuto, la retorica è connessa all'etica e alla politica, gli ambiti della vita nei quali più frequentemente e in maniera più significativa gli uomini ricorrono al discorso persuasivo.<sup>7</sup>

Aristotele poi opera una distinzione nei mezzi di persuasione tra quelli di natura discorsiva (*entechnos*) ed extradiscorsiva (*atechnos*). Di questi ultimi fanno parte elementi preesistenti come documenti o confessioni, mentre nei primi rientrano mezzi quali la capacità dell'oratore di aumentare la propria credibilità attraverso il discorso, la sua capacità di disporre l'ascoltatore a lasciarsi convincere facendo leva sulle emozioni e la sua abilità nel mettere in luce la validità intrinseca dell'argomentazione stessa.<sup>8</sup>

Aristotele evidenzia da ultimo i tre generi del discorso retorico (deliberativo, giudiziario, epidittico)<sup>9</sup> e i *topoi* (o “luoghi”) della retorica, ossia i modelli generali dai quali si possono ricavare gli entimemi specifici.<sup>10</sup>

Un aspetto che contraddistingue la *Retorica* aristotelica è il fatto che l'arte retorica viene sempre messa in relazione con i valori del buono e del giusto. Aristotele non

---

<sup>3</sup> Cfr. Aristotele, *Analitici Secondi*, A 2, 71 b 9-25.

<sup>4</sup> Cfr. Aristotele, *Topici*, A 1, 100 a 18-b 23.

<sup>5</sup> Cfr. G. Reale, *Op. cit.*, p. 546.

<sup>6</sup> Aristotele, *Retorica I*, 1355 b 25-34.

<sup>7</sup> Cfr. Aristotele, *Retorica I*, 1356 a 20-33; G. Reale, *Op. cit.*, pp. 571-572.

<sup>8</sup> Cfr. Aristotele, *Retorica I*, 1356 a 1-1356 a 20.

<sup>9</sup> Cfr. Aristotele, *Retorica I*, 1358 a 36-1358 b 8.

<sup>10</sup> Cfr. Aristotele, *Retorica I*, 1397 a 7-1402 a 28.

considera autentica retorica quella che si fonda unicamente sulle emozioni, ma solo quella che si fonda su valori morali:

“La retorica è utile perché la verità e la giustizia sono per natura più forti dei loro contrari, sicché se i giudizi non sono formulati nel modo corretto, se ne deve concludere necessariamente che è per propria colpa se si viene sconfitti: e ciò è degno di biasimo. [...] Dovremmo inoltre essere in grado di sostenere in modo convincente tesi opposte, proprio come accade anche nell’uso dei sillogismi, non per poter fare effettivamente entrambe le cose (non si devono infatti convincere gli uomini di tesi riprovevoli), ma perché non sfugga l’essenza della questione, e per essere noi stessi in grado di confutare un altro, qualora parli ingiustamente. [...] Chi si serve ingiustamente di questo potere della parola – si dirà – potrebbe nuocere profondamente; ma questa obiezione vale per tutti i beni, a parte la virtù, e soprattutto per quelli più utili, come la forza, la salute, la ricchezza, il comando. Se di essi farà un giusto uso, infatti, un uomo potrà recare un grandissimo giovamento, se ingiusto, un danno altrettanto grande.”<sup>11</sup>

Nei secoli successivi lo studio del discorso persuasivo è contraddistinto da una progressiva divaricazione tra dialettica e retorica.<sup>12</sup> Mentre in Aristotele la retorica si radicava nella dialettica per i procedimenti del ragionamento e comprendeva la fase della ricerca delle prove a sostegno di una tesi oltre che quella della loro disposizione ed espressione, nel corso dei secoli assistiamo a una progressiva riduzione della retorica che viene identificata con la stilistica e riferita ai momenti dell’*elocutio* e dell’*actio*. Oltre a questa riduzione del contenuto, alla retorica viene sempre più spesso associato un giudizio negativo poiché considerata l’arte che permette di ingannare l’ascoltatore, distraendolo con inutili figure di abbellimento del discorso.<sup>13</sup> La dialettica invece verrà sempre più a coincidere con lo studio della validità dei nessi inferenziali nel discorso fino ad essere completamente assorbita nella logica formale.

---

<sup>11</sup> Aristotele, *Retorica I*, 1355 a 38-1355 b 6.

<sup>12</sup> Cfr. B. Vickers, *Storia della retorica*, Il Mulino, Bologna 1994, pp. 285-332; F. Piazza, *Linguaggio, persuasione e verità*, Carocci, Roma 2004, pp. 15-48. Non ci soffermiamo in questa sede su un *excursus* storico che meriterebbe una trattazione a parte. Per una panoramica dello sviluppo storico della retorica, B. Vickers, *Op. cit.*; J. J. Murphy, *Latin Rhetoric and Education in the Middle Ages and Renaissance*, Ashgate Variorum, Aldershot 2005; C. S. Lipson, R. A. Binkley, *Rhetoric Before and Beyond the Greeks*, State University of New York Press, Albany 2004.

<sup>13</sup> Cfr. E. Rigotti, *Verità e persuasione*, in «Il Nuovo Areopago», 1, 1995, pp. 3-14.

Una riabilitazione della retorica intesa in senso aristotelico si ha con la pubblicazione del *Traité de l'argumentation*, di Perelman e Tyteca<sup>14</sup>, nel quale le dinamiche della persuasione vengono applicate a nuove situazioni comunicative oltre alle tre indicate da Aristotele (deliberativa, giudiziaria, epidittica).

Il *Traité* segnò l'inizio di un rinnovato interesse per lo studio dell'argomentazione, portando innanzitutto al riconoscimento della complementarità di retorica e dialettica nella costituzione del discorso persuasivo. Conseguentemente l'indagine intorno a questo tipo di discorso si è ampliata a considerare da un parte i fattori costitutivi del testo, a partire dai nessi inferenziali ad esso sottesi fino alla loro manifestazione linguistica, dall'altra a includere la considerazione degli aspetti contestuali che condizionano il testo e da esso sono influenzati.

Nei paragrafi successivi presentiamo due approcci al testo argomentativo tra i più rilevanti nel panorama contemporaneo, caratterizzati da una forte complementarità.

Il primo consiste in un programma di ricerca sul discorso argomentativo che si distingue nell'ambito della teoria dell'argomentazione per un approccio particolarmente ampio e unitario. In esso infatti convergono riflessioni sviluppatesi in seno ad ambiti di indagine eterogenei, quali la logica informale, la filosofia, la linguistica, l'analisi del discorso, che in esso vengono armonizzate in un unico modello per l'analisi del discorso persuasivo.

Il secondo approccio sviluppa una elaborazione della *Topica* aristotelica, giungendo a proporre un modello della generazione degli argomenti e costituendo in questo senso una significativa integrazione al modello precedente.

### 3.1.1 Un approccio unitario al discorso argomentativo

La Pragma-dialettica si pone nei confronti del discorso argomentativo con un duplice intento: quello di costruire un modello della disputa ideale, in base al quale analizzare in un secondo momento le pratiche argomentative reali per poterle valutare ed eventualmente migliorare.

Questo approccio presuppone la seguente definizione di *argomentazione*:

---

<sup>14</sup> Cfr. C. E. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Presses Universitaires de France, Paris 1958; L. Heilmann, *Retorica, neoretorica e linguistica*, in L. Ritter Santini, E. Raimondi (a cura di), *Retorica e critica letteraria*, Il Mulino, Bologna 1978; C. Marazzini, *Il perfetto parlare. La retorica in Italia da Dante a Internet*, Carocci, Roma 2001.

“[...] a complete speech act, the purpose of which is to contribute to the resolution of a difference of opinion, or dispute.”<sup>15</sup>

All’origine del discorso argomentativo è dunque un conflitto di opinioni che i partecipanti all’interazione si impegnano a sanare. Il discorso argomentativo così inteso viene analizzato a partire da una duplice prospettiva annunciata nella denominazione stessa del programma di ricerca: la prospettiva pragmatica e quella dialettica.

Le mosse che compongono un discorso argomentativo sono pertanto considerate atti linguistici e analizzate secondo la Teoria degli Atti Linguistici, nelle formulazioni di Austin e di Searle.<sup>16</sup>

La dimensione dialettica, che riprende da un lato il razionalismo critico di impronta popperiana e la filosofia analitica e dall’altro la logica formale<sup>17</sup>, si manifesta nella struttura del modello della discussione proposto dalla Pragma-dialettica. In esso l’accettabilità di una tesi è resa oggetto di discussione e passata al vaglio di criteri “problem-valid” e “intersubjectively valid”. Un criterio è “problem-valid” quando si presenta come uno strumento teorico capace di assolvere la funzione per la quale è stato approntato; lo stesso criterio si definisce “intersubjectively valid” se è accettato da ciascun membro della comunità di interazione che lo deve utilizzare.<sup>18</sup> La componente dialettica si presenta dunque come un presupposto che determina il “codice di comportamento” dei partecipanti alla discussione, i quali condividono dei principi di correttezza e si sforzano di attenervisi. Ne consegue che la disputa ideale non deve

---

<sup>15</sup> F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *Argumentation, Communication, and Fallacies. A Pragma-dialectical perspective*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale 1992, p.10.

<sup>16</sup> Le mosse argomentative sono cioè analizzate secondo i parametri utilizzati per la descrizione degli atti linguistici, mettendo in luce differenze e analogie tra l’atto linguistico di argomentazione e quelli di asserzione, promessa, richiesta, ecc. Cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *Argumentation, Communication, and Fallacies. A Pragma-dialectical Perspective*, cit., pp. 26-59. Cfr. anche F. J. Kauffeld, *On Pragma-Dialectic’s Appropriation of Speech Act Theory*, in P. Houtlosser, A. van Rees, *Considering Pragma-dialectics. A Festschrift for Frans H. van Eemeren on the Occasion of his 60<sup>th</sup> Birthday*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, New Jersey 2006, pp. 149-160.

<sup>17</sup> Per gli apporti filosofici, la Pragma-dialettica si rifà a K. Popper, H. Albert e A. Naess, cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *Speech Acts in Argumentative Discussions. A Theoretical Model for the Analysis of Discussions Directed Towards Solving Conflicts of Opinion*, Foris, Dordrecht 1984. Per quanto riguarda la logica, invece, riprende gli approcci di E. M. Barth, E. C. W. Krabbe, *From Axiom to Dialogue: A Philosophical Study of Logics and Argumentation*, Walter de Gruyter, New York-Berlin 1982 e di P. Lorenzen, K. Lorenz, *Dialogische Logik*, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt 1978. Per una presentazione critica del rapporto tra la Pragma-dialettica e la logica, con particolare riguardo alla ricezione del razionalismo critico di impronta popperiana nella Pragma-dialettica cfr. R. H. Johnson, *The Ambiguous Relationship Between Pragma-Dialectics and Logic*, in P. Houtlosser, A. van Rees, *Considering Pragma-dialectics*, cit., pp. 135-148.

<sup>18</sup> Cfr. F. H. van Eemeren, P. Houtlosser, *The Development of the Pragma-dialectical Approach to Argumentation*, «Argumentation», 17, 2003, pp. 387-403, nota 1, p. 307.

semplicemente “arrivare alla fine”, ma deve svolgersi rispettando i criteri di correttezza concordati e può essere considerata conclusa solo quando sia risolto il conflitto di opinione.<sup>19</sup>

Le dimensioni pragmatica e dialettica rappresentano dunque le prospettive secondo le quali l’approccio pragma-dialettico concepisce il discorso argomentativo. Costituiscono in altre parole i presupposti teorici di questo approccio e contemporaneamente ne mettono in risalto l’obiettivo, che non è semplicemente quello di proporre un’analisi strutturale dell’argomentazione, ma anche di comprenderne la natura profonda e i principi regolativi sulla base dei quali poter poi formulare delle valutazioni critiche sulle pratiche argomentative reali.

Il metodo per raggiungere questo complesso obiettivo consta di cinque momenti strettamente correlati tra loro: filosofico, teorico, empirico, analitico e pratico.<sup>20</sup> Essi individuano innanzitutto le finalità del programma di ricerca: la definizione della “ragionevolezza”, determinata in base alla correttezza dei procedimenti messi in atto per la risoluzione di una disputa<sup>21</sup>; la creazione di un modello della disputa ideale (la *critical discussion*); la descrizione di pratiche comunicative concrete; l’analisi delle mosse argomentative osservate; infine l’utilizzo dei dati ricavati dalle analisi al fine di migliorare le pratiche comunicative reali. Questi cinque componenti conferiscono a questo approccio una particolare ampiezza e duttilità di applicazione.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Questo momento è definito di “dialectification” e rientra in un paradigma di quattro criteri metodologici alla base dell’analisi proposta da questo approccio: “[...] It is characteristic of this approach that we aim at externalizing, functionalizing, socializing, and dialectifying the subject matter of the study of argumentation. Externalization is achieved by starting from what people have expressed, implicitly or explicitly, instead of speculating about what they think or believe. [...] Functionalization is achieved by treating pieces of argumentative discourse as being instrumental elements in conducting real-life speech events, instead of treating them as being isolated logical inferences. [...] In a speech event, logical inferences need not always have the argumentative function of convincing another language user; they may also be part of an explanation or other complex speech act. Besides, speech acts in which no logical inference is drawn may also play a constitutive part. Socialization is achieved by regarding argumentation as part of an interactional process between two or more language users instead of a reasoning product of just one language user. [...] Dialectification is achieved by treating argumentation as a rational means to convince a critical opponent and not as mere persuasion. The dispute should not just be terminated, no matter how, but resolved by methodically overcoming the doubts of a rational judge in a well-regulated critical discussion”, F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *Argumentation, Communication, and Fallacies. A Pragma-dialectical Perspective*, cit., pp. 10-11.

<sup>20</sup> Cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, R. Jackson, S. Jacobs, *Reconstructing Argumentative Discourse*, The University of Alabama Press, Tuscaloosa 1993, pp. 20-25.

<sup>21</sup> Per una indagine dei diversi valori di *ragionevolezza* in rapporto anche al discorso argomentativo cfr. E. Rigotti, A. Rocci, S. Greco, *The Semantics of Reasonableness*, in P. Houtlosser, A. van Rees, *Considering Pragma-dialectics*, cit., pp. 257-274.

<sup>22</sup> “Pragma-Dialectics is not one theory but an amalgam of several. Together, its components constitute a detailed, multidisciplinary theoretical complex concerning the nature of argumentation [...]. The overall complex is designed to be capable of informing the analysis, reconstruction and evaluation of any sort of actual argumentation and it is identifiable by the combination of a number of specific features.”, J. A.

Particolare attenzione è rivolta, nell'ambito della teoria Pragma-dialettica alla descrizione del modello della disputa ideale, chiamata *critical discussion*.

Si presuppone che una disputa venga sempre condotta da almeno due soggetti, il *protagonist*, colui che avanza una tesi, e l'*antagonist*, colui che la contesta.<sup>23</sup>

La disputa si compone di quattro fasi (*stages*) che in parte riprendono le fasi dell'orazione individuate dalla retorica classica (*exordium, narratio, argumentatio, peroratio*), differenziandosi da esse per il fine che le definisce: nell'orazione retorica di impianto classico le fasi erano orientate al fine di ottenere il consenso dell'uditorio, nella Pragma-dialettica esse sono invece finalizzate alla risoluzione del conflitto d'opinione.<sup>24</sup> La disputa può risolversi anche con la ritrattazione della tesi da parte del *protagonist*.

La *critical discussion* si articola nelle seguenti fasi: *confrontation stage, opening stage, argumentation stage, concluding stage*. Esse implicano compiti diversi per il *protagonist* e l'*antagonist*.

Nella *confrontation stage* il *protagonist* avanza la propria tesi, mentre l'*antagonist* esprime il suo disaccordo rispetto ad essa.

Nella *opening stage* entrambi i partecipanti alla disputa cercano di capire l'ampiezza della base di conoscenza condivisa sulla quale possono contare per poter avviare e portare a termine la disputa. Questa fase è particolarmente importante e delicata, perché risulterebbe privo di senso il tentativo di condurre una *critical discussion* senza avere alcun punto di partenza in comune, che può riguardare le conoscenze generali, il condiviso esperienziale, i valori accettati, le modalità secondo cui dovrebbe svolgersi la discussione, ecc.

Nella *argumentation stage* il *protagonist* argomenta a favore della propria tesi e l'*antagonist* risponde confutando criticamente la tesi.

La *concluding stage* è il momento in cui si ha la fine della disputa. Questa fase esiste solo se uno dei due partecipanti alla discussione dichiara di essere disposto a ritrattare la

---

Blair, *Pragma-Dialectics and pragma-dialectics*, in P. Houtlosser, A. van Rees, *Op. cit.*, pp. 11-22, p. 11. I contributi presentati in P. Houtlosser, A. van Rees, *Op. cit.*, attraverso la considerazione critica di aspetti diversi dell'approccio pragma-dialettico, testimoniano le potenzialità dell'approccio, la sua ampiezza e i suoi punti ancora controversi.

<sup>23</sup> In base a chi avanza la tesi e a come essa viene confutata viene sviluppata anche una tipologia delle dispute sulla quale però non ci soffermiamo in questa sede. Per una trattazione sistematica sui tipi di dispute e degli schemi argomentativi in esse utilizzabili cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *Argumentation, Communication, and Fallacies. A Pragma-dialectical perspective*, cit., pp. 73-89.

<sup>24</sup> Cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *A Systematic Theory of Argumentation. The Pragma-dialectical Approach*, Cambridge University Press, Cambridge 2004, pp. 59-62.

propria posizione e ad accettare quella dell'avversario. In nessun altro caso la disputa verrebbe considerata conclusa.

Con l'aggettivo *critical* la Pragma-dialettica si riferisce alle mosse che si conformano ai criteri di correttezza implicati dalla struttura dialettica della disputa. Si tratta di criteri che salvaguardano la correttezza inferenziale delle mosse argomentative anche in rapporto al contesto di interazione nel quale si svolge la disputa. In particolare, la correttezza delle mosse argomentative si realizza nel rispetto di dieci regole fondamentali che, in un caso ideale, garantirebbero la soluzione della disputa.<sup>25</sup>

La violazione di una qualsiasi di queste regole è considerata una fallacia argomentativa, che può dunque essere caratterizzata come qualsiasi mossa argomentativa che ostacoli la soluzione del conflitto di opinione.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Riportiamo di seguito le dieci regole:

“1. *The freedom rule*: Parties must not prevent each other from putting forward standpoints or casting doubt on standpoints.

2. *The burden-of-proof rule*: A party who puts forward a standpoint is obliged to defend it if asked to do so.

3. *The standpoint rule*: A party's attack on a standpoint must relate to the standpoint that has indeed been advanced by the other party.

4. *The relevance rule*: A party may defend his/her standpoint only by advancing argumentation related to that standpoint.

5. *The unexpressed premise rule*: A party may not falsely present something as a premise that has been left unexpressed by the other party or deny a premise that he/she him/herself has left implicit.

6. *The starting point rule*: No party may falsely present a premise as an accepted starting point, or deny a premise representing an accepted starting point.

7. *The argumentation scheme rule*: A standpoint may not be regarded as conclusively defended if the defense does not take place by means of an appropriate argumentation scheme that is correctly applied.

8. *The validity rule*: The reasoning in the argumentation must be logically valid or must be capable of being made valid by making explicit one or more unexpressed premises.

9. *The closure rule*: A failed defense of a standpoint must result in the protagonist retracting his/her standpoint, and a successful defense of a standpoint must result in the antagonist retracting his/her doubts.

10. *The usage rule*: Parties must not use any formulations that are insufficiently clear or confusingly ambiguous, and they must interpret the formulations of the other party as carefully and accurately as possible.”, F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *A Systematic Theory of Argumentation*, cit., pp. 187-196.

<sup>26</sup> “[...] Every violation of any of these rules can make the resolution of a difference [of opinion] more difficult, or may even obstruct it. We shall take such a violation to be a fallacy”, F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *A Systematic Theory of Argumentation*, cit., p. 162. A partire dall'aristotelica definizione dei sillogismi eristici e dei paralogismi, infatti, si era giunti a quello che venne definito uno “standard treatment” delle fallacie, definite dalla quasi totalità degli studiosi come “argomenti che sembrano validi ma non lo sono”. Il fondamentale soggettivismo implicito nel criterio indicato da questa definizione fu messo in luce e criticato con particolare forza da Hamblin, il quale riaccese il dibattito intorno ai criteri per la definizione delle mosse argomentative “scorrette”. Cfr. C. L. Hamblin, *Fallacies*, Methuen, London 1970. Per un *excursus* storico riguardo al trattamento delle fallacie cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, F. Snoek Henkemans, *Fundamentals of Argumentation Theory*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, New Jersey 1996, pp. 29-50. Sul trattamento delle fallacie nella Pragma-dialettica cfr. F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *A Systematic Theory of Argumentation. The Pragma-dialectical Approach*, cit., pp. 158-186.



La Pragma-dialettica, legando la definizione delle fallacie alle regole per la *critical discussion*, pone un criterio oggettivo per la loro individuazione, con l'unica condizione che si accettino come universalmente valide le regole formulate.<sup>27</sup> In effetti la Pragma-dialettica utilizza questa formulazione come ipotesi in fase di verifica attraverso una serie ampia e diversificata di ricerche empiriche volte a indagare appunto la validità universale delle regole per la *critical discussion*.

Un ultimo aspetto che prendiamo in considerazione in questa sede è la nozione di *strategic maneuvering*, uno dei più recenti sviluppi della Pragma-dialettica. Con questo concetto si indica la strategia argomentativa nella sua interezza, costituita cioè sia dalla validità inferenziale che lega gli argomenti alla tesi, che dalla forza persuasiva degli argomenti stessi in rapporto al tipo di destinatario e al contesto dell'interazione. L'integrazione dell'analisi delle strategie persuasive nella Pragma-dialettica costituisce un elemento di novità, in quanto in origine il modello era focalizzato principalmente sui nessi inferenziali alla base dell'argomentazione e sulla loro validità in relazione anche al tipo di atti linguistici compiuti dai partecipanti alla disputa:

“[...] we would like to claim that there is nothing inconsistent about attempting to resolve a difference of opinion and trying to do so in one's own favour, even though there is indeed a potential discrepancy between pursuing dialectical objectives and rhetorical aims. This potential discrepancy gives rise to the management of the discourse that we call *strategic maneuvering*, which is aimed at making the strongest possible case while at the same time avoiding any moves that are clearly unreasonable.”<sup>28</sup>

Lo *strategic maneuvering* viene giustificato anche in rapporto al criterio della ragionevolezza, fondamentale nell'approccio pragma-dialettico:

---

<sup>27</sup> “This conception of a fallacy is broader than the familiar conception of fallacies as invalid or incorrect arguments, but it is also more specific. Our view is broader because we do not link the fallacies exclusively to one particular discussion stage, which we call the argumentation stage, in which the reasoning of the protagonist is tested for its correctness. It is more specific because it links the fallacies specifically and explicitly with the process of resolving a difference of opinion. Certain cases that are traditionally regarded as fallacies, but whose analysis has always raised problems, can now be analyzed adequately by means of our rules. This applies in particular to the so-called informal fallacies, which have always been the major obstacle to analysis”, F. H. van Eemeren, R. Grootendorst, *A Systematic Theory of Argumentation*, cit., p. 162.

<sup>28</sup> F. H. van Eemeren, P. Houtlosser, *Strategic Maneuvering with the Burden of Proof*, in F. H. van Eemeren (ed.), *Advances in Pragma-Dialectics*, Sic Sat, Amsterdam 2002, pp. 13-28, p. 16.

“There is no reason to assume that the rhetorical norm of artful persuasion is necessarily in contradiction with the ideal of reasonableness that lies at the heart of pragma-dialectics.”<sup>29</sup>

Poiché ogni fase della *critical discussion* presenta obiettivi dialettici differenti, anche le strategie retoriche messe in atto per conseguirli cambieranno di conseguenza. Lo *strategic maneuvering* si realizza quindi nel momento in cui si raggiunge l’equilibrio di tre fattori: il *topical potential* associato a ciascuna fase della disputa, l’adattamento all’*audience demand* e l’utilizzo dei più adeguati *presentational devices*. Si ravvisa in questa formulazione una somiglianza, anche se non una identità, con il concetto di *prépon* e *aptum* descritti dalla retorica classica e ai quali abbiamo fatto riferimento nel capitolo precedente.<sup>30</sup> La differenza sta nel fatto che lo *strategic maneuvering* riguarda non solo le scelte stilistiche ma anche, ad esempio, la scelta di quale tipo di argomento utilizzare a sostegno di una certa tesi.

### 3.1.2 Dalla *Topica* aristotelica al generatore degli argomenti

Ci accingiamo ora a presentare un secondo approccio, che si rivela complementare a quello appena descritto in quanto, attraverso una rivisitazione della *Topica* aristotelica integrata con le caratterizzazioni del discorso argomentativo avanzate dalla teoria Pragma-dialettica, propone uno strumento rilevante per la scelta del *topical potential* nell’*argumentation stage* in particolare; questo strumento consiste in un generatore degli argomenti che si presenta come un generatore di procedure argomentative, ossia di possibili nessi inferenziali tra la tesi e gli argomenti destinati a sostenerla.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> F. H. van Eemeren, P. Houtlosser, *Strategic Maneuvering. Maintaining a Delicate Balance*, in F. H. van Eemeren, P. Houtlosser (eds.), *Dialectic and Rhetoric. The Warp and Woof of Argumentation Analysis*, Kluwer Academic Publisher, Amsterdam 2002, pp. 131-159, p. 138.

<sup>30</sup> Cfr. Cap. 2, par. 2.3.1, nota 56, p.67 di questa tesi.

<sup>31</sup> Questa ripresa della *Topica* è stata elaborata nell’ambito di *Argumentum*, un corso on-line di teoria dell’argomentazione dedicato alla descrizione delle pratiche argomentative in diversi contesti di interazione. *Argumentum* è finanziato dallo Swiss Virtual Campus (cfr. [www.argumentum.ch](http://www.argumentum.ch)) e realizzato in collaborazione dalle università di Lugano, Neuchâtel e Ginevra. Lo scopo del progetto è di fornire corsi differenziati per diverse tipologie di studenti. I corsi disegnati nell’ambito del progetto sono attualmente in uso nelle università partecipanti al progetto stesso. Per una presentazione sistematica di *Argumentum* cfr. S. Tardini, *Argumentum: An e-course for Learning Argumentation By Arguing*, in *Proceedings of the Sixth Conference of the Society for the Study of Argumentation*, Sic Sat, Amsterdam, i.c.s.

Per giungere alla descrizione del generatore degli argomenti è necessario soffermarsi su alcune definizioni. Innanzitutto la definizione di *topica*:

“La *topica* punta a individuare sistematicamente le proposizioni che, in quanto si riferiscono ai momenti diversi che costituiscono la struttura semantico-pragmatica della tesi, e sono connesse a premesse rilevanti entro il *common ground* (*endoxa*), permettono di giustificare l'accettazione o il rifiuto della tesi stessa, attraverso appropriati procedimenti detti *massime*.”<sup>32</sup>

In questa definizione sono implicate anche quelle di *tesi* e di *luogo*:

“La *tesi* è un tipo particolare di enunciato il cui valore di verità è ancora incerto e deve essere definito dall'argomentazione. [...] Un *luogo* argomentativo è una classe di argomenti, tutti caratterizzati dall'inferire il valore di verità della tesi a partire da proposizioni accertate relative a un momento preciso della struttura semantico-pragmatica della tesi.”<sup>33</sup>

Se consideriamo l'esempio seguente<sup>34</sup>:

*Questo burro è genuino. E' fatto con latte fresco delle Alpi*

distinguiamo in esso una *tesi*, *questo burro è genuino*, e un *argomento*, *è fatto con latte fresco delle Alpi*.

Un *luogo* argomentativo è come un modello che stabilisce il tipo di nesso inferenziale che è possibile istituire tra un *argomento* e una certa *tesi*. Nel *luogo* vengono espresse delle condizioni di verità (le *massime*) che rendono il valore di verità della *tesi* dipendente dall'accettazione da parte del destinatario di determinate proposizioni che

---

<sup>32</sup> E. Rigotti, S. Greco, *Topics: the Argument Generator*, in E. Rigotti et al., *Argomentazione nei media*, ARGUMENTUM eLearning Module, [www.argumentum.ch](http://www.argumentum.ch). La definizione sembra implicare che il modello sia in grado di generare tutti i possibili argomenti a sostegno di una tesi. In realtà questo non è da intendersi nel senso di una presunta capacità del modello di *produrre* tutti gli argomenti rilevanti rispetto a una tesi. Piuttosto si fa riferimento all'utilità del modello nel ricondurre qualsiasi possibile argomento a una certa struttura inferenziale descritta dalla *Topica* e che lo legittima nella funzione stessa di argomento. Cfr. E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, in *Proceedings of the Sixth Conference of the Society for the Study of Argumentation*, Sic Sat, Amsterdam, i.c.s.

<sup>33</sup> E. Rigotti, S. Greco, *Topics: the Argument Generator*, cit.

<sup>34</sup> L'esempio è tratto da E. Rigotti, S. Greco, *Topics: the Argument Generator*, in E. Rigotti et al., *Argomentazione nei media*, ARGUMENTUM eLearning Module, [www.argumentum.ch](http://www.argumentum.ch) e discusso anche in E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, cit.

riguardano aspetti specifici dell'ontologia della tesi stessa. Ne deriva che il processo inferenziale definito dal luogo non può essere attivato se la massima non viene combinata con proposizioni già accettate dal destinatario, le quali corrispondono sostanzialmente all'*endoxon* aristotelico.<sup>35</sup>

L'aspetto specifico nell'ontologia della tesi al quale le massime di un luogo si riferiscono rappresenta l'*aggancio* del luogo alla tesi e dà il nome al luogo stesso.

Nel nostro esempio, questo significa che per individuare il luogo al quale si conforma l'argomento è necessario chiedersi innanzitutto a quale aspetto dell'ontologia della tesi si aggancia l'argomento. L'argomento, *è fatto con latte fresco delle Alpi*, giustifica la genuinità del burro basandosi sulla materia di cui è fatto il burro. Siamo dunque ricondotti al luogo della *causa materiale*. La massima (condizione di verità) del luogo della causa materiale sarà nel nostro caso del tipo: *“Se la causa materiale è di buona qualità, anche il prodotto è di buona qualità”*.

Le massime si definiscono infatti come implicazioni dalla forma  $p \rightarrow q$  che generano processi inferenziali stabilendo nessi tra il valore di verità di un aggancio e di una tesi. Tutte le massime comprese all'interno di un luogo condividono lo stesso aggancio alla tesi.

Abbiamo detto però che il processo inferenziale definito dal luogo non può essere attivato se la massima non viene combinata con proposizioni già accettate dal destinatario, gli *endoxa*.

Un argomento si definisce dunque come l'effettiva applicazione di una massima a uno o più *endoxa* appropriati che permette la deduzione della tesi dalla massima per un destinatario che condivide gli *endoxa* utilizzati.<sup>36</sup>

Nel nostro esempio, l'argomento è dunque il risultato dell'applicazione della massima generale: *“Se la causa materiale è di buona qualità, anche il prodotto è di buona qualità”* all'*endoxon*: *“Il latte fresco delle Alpi è una materia genuina”*.

Il procedimento che permette di applicare la massima ad un *endoxon* è mostrato nel diagramma in Figura 1. In esso è rappresentato il processo di generazione di un argomento. A destra vediamo il sillogismo generato dalla massima, a sinistra compare il sillogismo generato dall'*endoxon*:

---

<sup>35</sup> Cfr. Cap. 2, par. 2.3, p. 65 del presente lavoro.

<sup>36</sup> Cfr. E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, cit.

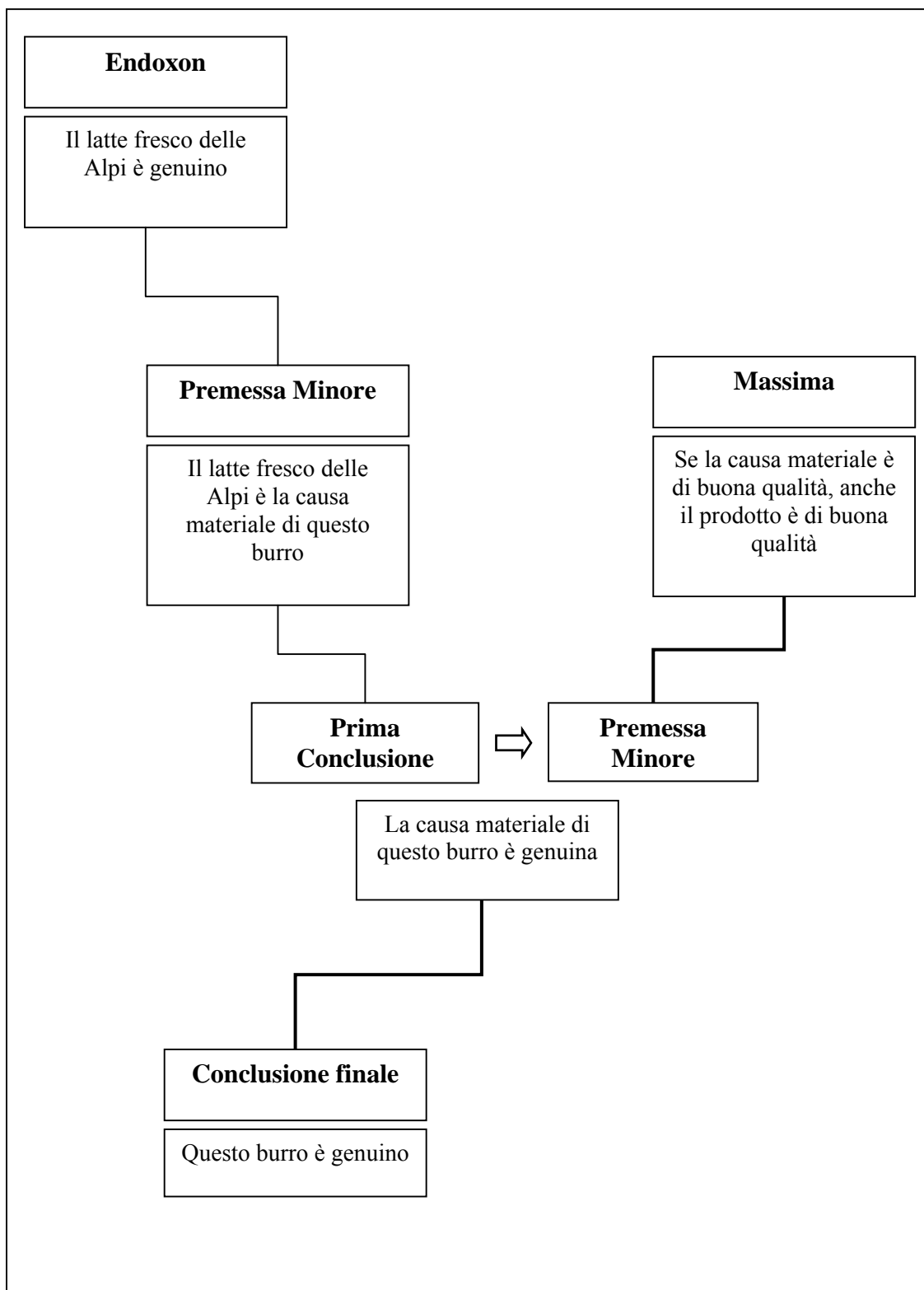


Figura 1: Combinazione dei procedimenti inferenziali derivanti dalla massima e dall'*endoxon*.<sup>37</sup>

<sup>37</sup> E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, cit.

La massima si applica all'*endoxon* utilizzando la conclusione del sillogismo che da esso deriva come premessa minore del proprio sillogismo. Attraverso questo procedimento l'implicazione generale stabilita nella massima si specifica rispetto a un contesto d'interazione definito, generando così l'argomento.

Lo stretto rapporto che intercorre tra il luogo e l'ontologia della tesi evidenzia la necessità di un'adeguata strumentazione teorica per l'analisi semantica che consenta di ricostruire l'ontologia della tesi. Nel presente modello questa strumentazione coincide con la Teoria della Congruità.<sup>38</sup>

Il modello della *Topica* proposto presenta dunque due parti, evidenziate nel grafico in Figura 2. La prima, quella di sinistra, è costituita dalla cornice teorica e dagli strumenti necessari all'analisi; la seconda, a destra, corrisponde al generatore degli argomenti, che comprende a sua volta una tassonomia dei luoghi definita dagli *agganci* adoperati in riferimento alle tesi e la presentazione delle massime che emergono da ogni luogo con le loro applicazioni in argomenti specifici:

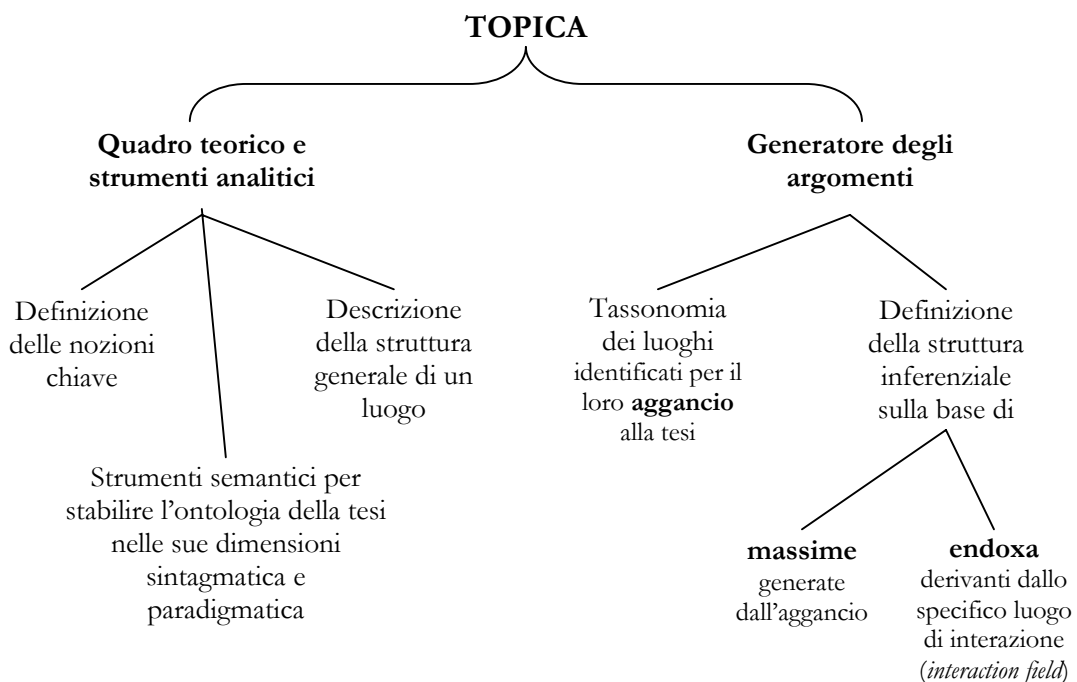


Figura 2: Il modello della *Topica*.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Cfr. Cap. 2, par. 2.2, pp. 51-60 di questa tesi.

<sup>39</sup> E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, cit.; E. Rigotti, S. Greco, *Topics: the Argument Generator*, in E. Rigotti et al., *Argomentazione nei media*, ARGUMENTUM eLearning Module, [www.argumentum.ch](http://www.argumentum.ch).

Per quanto riguarda la tassonomia dei luoghi, anch'essa viene ripresa e rielaborata da quella tradizionale, risultando nella ripartizione illustrata dal grafico in Figura 3:

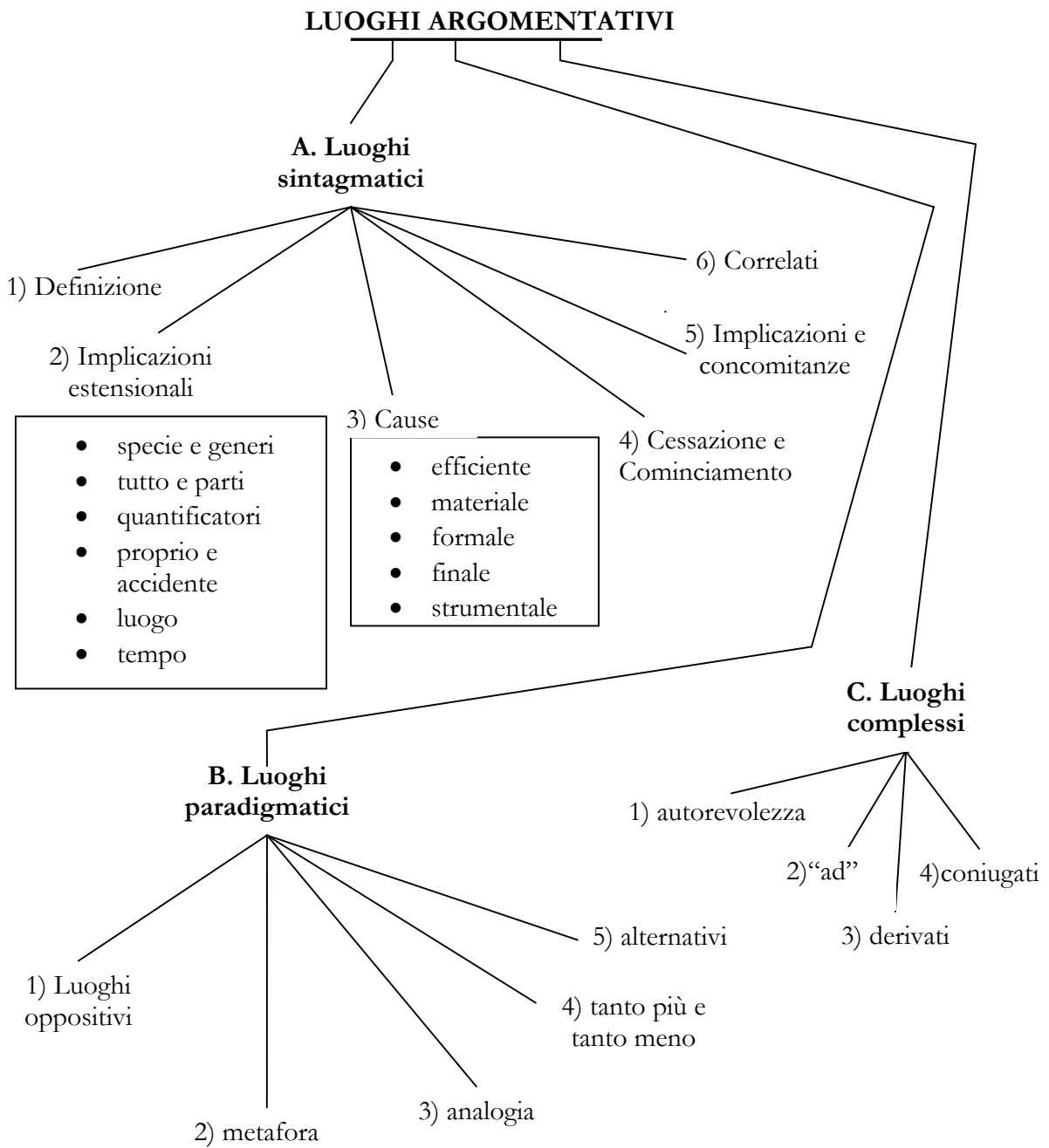


Figura 3: La tassonomia dei luoghi argomentativi.<sup>40</sup>

<sup>40</sup> E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, cit.; E. Rigotti, S. Greco, *Topics: the Argument Generator*, in E. Rigotti et al., *Argomentazione nei media*, ARGUMENTUM eLearning Module, [www.argumentum.ch](http://www.argumentum.ch).

I luoghi vengono suddivisi in tre grandi gruppi: sintagmatici, paradigmatici e complessi, corrispondenti per lo più alla suddivisione tradizionale in luoghi intrinseci, estrinseci e medi.

Più specificamente, nei luoghi sintagmatici sono compresi gli aspetti che fanno parte della tesi o che da esso sono presupposti o implicati. In altre parole corrispondono agli aspetti della realtà che coesistono con la tesi, che sono ontologicamente correlati ad essa.

I luoghi paradigmatici invece si basano su relazioni *in absentia* tra la tesi e aspetti della realtà, relazioni sia di opposizione che di analogia.

Nella categoria dei luoghi complessi infine confluiscono strutture argomentali caratterizzate da una contaminazione tra luoghi sintagmatici e paradigmatici, che spesso includono elementi extradiscorsivi. E' il caso, ad esempio, dell'*argomento di autorità*, che puntando sulla qualità di chi produce l'argomento si riferisce innanzitutto ai luoghi sintagmatici dell'agente e della causa efficiente; tuttavia l'aspetto considerato (la qualità di chi argomenta) non è contenuto nella tesi bensì nella situazione comunicativa nell'ambito della quale la tesi viene discussa.<sup>41</sup>

E' possibile a questo punto riprecisare in che senso questo modello della *Topica* si rivela complementare all'approccio della Pragma-dialettica. L'esplicitazione della dinamica attraverso la quale una massima e un *endoxon* si combinano per generare gli argomenti risulta infatti decisiva per esplicitare alcuni meccanismi alla base dello *strategic maneuvering*. In particolare la preferenza per un argomento rispetto a un altro può essere ricondotta alla maggiore o minore adeguatezza di *endoxa* diversi al fine di convincere il destinatario. Inoltre il modello della *Topica* mette in luce il fatto che la ricerca dell'argomento persuasivo non coincide necessariamente con un inganno ai danni del destinatario, poiché la validità inferenziale del ragionamento è salvaguardata dal sillogismo derivante dalla massima; anche il sillogismo generato dall'*endoxon* inoltre deve svilupparsi secondo nessi inferenziali validi. D'altra parte, questo stesso modello permette di individuare con maggior facilità eventuali usi manipolatori dell'argomentazione, offrendo gli strumenti per ricostruire i procedimenti inferenziali adoperati nella costruzione degli argomenti e permettendo la valutazione dell'intera strategia argomentativa.

---

<sup>41</sup> Cfr. E. Rigotti, *Can Classical Topics Be Revived Within the Contemporary Theory of Argumentation?*, cit.



Ci accingiamo ora a utilizzare lo strumentario teorico presentato in questo paragrafo per analizzare alcuni testi argomentativi al fine di individuarne le *parole chiave*.

### 3.2 Analisi

Procediamo all'individuazione e all'analisi delle *parole chiave* in alcuni testi argomentativi tratti da contesti d'interazione differenti, al fine di individuare le funzioni specifiche che esse svolgono rispetto a questo tipo particolare di testi.

Per l'analisi del testo argomentativo ci avvarremo delle metodologie presentate nel paragrafo precedente.

#### Analisi 1

Prendiamo in considerazione, come primo esempio, una sequenza argomentativa tratta da una consultazione medica.<sup>42</sup>

[...]

072 D: A guardarlo avrei scommesso che non era... Sì, sì, ma questa è una scarlattina.

073 Sì, sì, leggera ma c'è. Ecco abbiamo cambiato un po' tecnica

074 Senti un po' ma però (\*) a te piace andare a scuola? Ecco, ascolta

075 Deborah, non è niente di grave. Tu hai la scarlattina, un battere in gola, eh?

076 Non è niente di grave, però se non prendiamo gli antibiotici succede due volte, due

077 cose. Che (\*) la scarlattina, lo potete guardare sui vostri libri, va a finire nel cuore

078 e nelle articolazioni e poi finisce per creare complicazioni. Capisci? Seconda cosa:

079 lunedì se non prendi antibiotici, chi ti può mandare a scuola che mi impiastri

080 tutta la classe? [P: No: -] E che dopo salti fuori come marionetta sulla classe? O

081 vai sui giornali? "Grazie alla Deborah" D'accordo? Per andare a scuola eh –

082 ma anche soprattutto per il tuo cuore, per l'articolazione, se c'è un segno di una

083 leggera scarlattina è meglio curarla, perché sennò giochiamo col fuoco.

084 D'accordo? [P<sup>2</sup>: Capito?] Quindi mi fai un piacere. Sennò la mamma mi telefona

085 e bon, faremo qualcosa d'altro

[...]

---

<sup>42</sup> D designa il dottore, P il paziente (in questo caso una bambina), P<sup>2</sup> la mamma della bambina.

La consultazione dalla quale è tratta la sequenza sottoposta ad analisi fa parte di un *corpus* composto da 89 trascrizioni di consultazioni mediche, registrate nell'ambito del progetto *Towards a judicious use of antibiotics by doctors and patients* (JUSA), finanziato dal Fondo Nazionale Svizzero e realizzato dall'Health Care Communication Laboratory dell'Università della Svizzera Italiana (Lugano), sotto la supervisione del Prof. Peter Schulz (una descrizione più dettagliata del progetto si può trovare alla pagina web: <http://www.nrp49.ch/pages/>). Scopo del progetto è stato quello di verificare l'ipotesi della consultazione medica come momento d'incremento della *health literacy* nei pazienti, con particolare riguardo all'uso corretto degli antibiotici.

In questo punto della consultazione il medico formula la diagnosi e propone la terapia. E' in particolare nel momento di motivare la terapia, che consiste nell'assunzione di antibiotici, che il medico argomenta adducendo le motivazioni che troviamo espresse nelle righe 077-080. Queste stesse ragioni sono ribadite negli enunciati successivi (righe 081-083).

La tesi del medico, *è necessario assumere antibiotici*, emerge in due punti (riga 076 e 079) nei quali viene introdotta l'argomentazione volta a motivare l'esigenza di questa cura, resa necessaria a sua volta dalla diagnosi, espressa alle righe 072 e 075: la paziente ha la scarlattina.

La strategia argomentativa scelta dal medico si fonda sul luogo della causa finale che può comprendere sia massime incentrate sulle motivazioni di un'azione, sia incentrate sugli effetti dell'azione stessa. In alcuni casi motivazioni ed effetti possono coincidere, ma non è il nostro caso. Qui la motivazione per prendere l'antibiotico è guarire la scarlattina. Il fatto che la scarlattina sia guarita potrà poi avere ulteriori effetti, tra i quali prevenire le complicazioni che potrebbero insorgere nel caso di un mancato trattamento della malattia o permettere che si realizzino situazioni ritenute positive dal paziente.

In particolare, gli argomenti avanzati sono i seguenti: *l'antibiotico evita complicazioni al cuore e alle articolazioni; l'antibiotico permette di continuare ad andare a scuola.*

Osserviamo innanzitutto le circostanze nelle quali si sviluppa l'argomentazione. Il nostro esempio rientra in un modello della consultazione medica cosiddetto *patient-centred*.<sup>43</sup> Un aspetto tipico di questo modello è che il medico motivi le proprie scelte

---

<sup>43</sup> Da tempo è in corso un dibattito sul rapporto tra la qualità della comunicazione tra medici e pazienti e il miglioramento della capacità dei pazienti di adeguarsi alle indicazioni terapeutiche loro suggerite. Sullo sviluppo di questo dibattito cfr. L. M. Ong, J. C. de Haes, A. M. Hoos, F. B. Lammes, *Doctor-Patient Communication: A Review of the Literature*, «Social Science and Medicine», 40, 1995, pp. 903-918; H. Boon, M. Stewart, *Patient-Physician Communication Assessment Instruments: 1986 to 1996 in Review*, «Patient Education and Counseling», 35, 1998, pp. 161-176; R. S. Beck, R. Daughtridge, P. D. Sloane, *Physician-Patient Communication in the Primary Care Office: A Systematic Review*, «The Journal of the American Board of Family Practice», 15/1, 2002, pp. 25-38. E' nell'ambito di questo dibattito che si sono sviluppati i modelli *doctor-centred* e *patient-centred*, utilizzati per descrivere stili comunicativi considerati antitetici, dei quali il secondo costituisce lo sviluppo del primo. Il modello *doctor-centred* in particolare corrisponderebbe a uno stile comunicativo di tipo paternalista, basato largamente sulla fiducia del paziente nei confronti del medico e nel quale il medico non si preoccupa di motivare le proprie scelte terapeutiche al paziente. In seguito alla crescente necessità di rendere i pazienti autonomi e responsabili almeno per alcune decisioni basilari riguardanti la propria salute, si è sviluppato il modello *patient-centred*, considerato più efficace affinché il paziente comprenda le indicazioni del medico e impari a metterle in pratica in maniera consapevole. Su questo argomento cfr. in particolare R. G. Lee, T. Garvin, *Moving from Information Transfer to Information Exchange in Health and Health Care*, «Social Science and Medicine», 56, 2003, pp. 449-464; A. Pomerantz, S. Rintel, *Practices for Reporting and Responding to Test Results During Medical Consultations: Enacting the Roles of Paternalism and Independent Expertise*, «Discourse Studies», 6, 2004, pp. 9-26. Per quanto riguarda il problema dell'accrescimento della consapevolezza dei pazienti riguardo a problemi medici cfr. i contributi apparsi in «Studies in

terapeutiche al fine di rendere il paziente maggiormente consapevole delle azioni compiute riguardo alla sua salute e anche per rinsaldare la fiducia tra il medico e il paziente.

Nel nostro caso gioca un ruolo non irrilevante il fatto che la terapia suggerita consista nell'assunzione di antibiotici. Molti pazienti infatti si rivelano sospettosi rispetto a questo genere di medicinali, ritenendoli troppo forti, e tendono pertanto a non farne uso anche quando sarebbe necessario. D'altro lato, una buona parte dei pazienti ne fa un uso smodato ed eccessivo, provocando così l'insorgere del fenomeno della resistenza batterica agli antibiotici.<sup>44</sup>

La strategia argomentativa del medico nel nostro esempio deve tener conto, oltre a questi fattori, anche di un doppio destinatario. Nella sequenza che analizziamo infatti egli si rivolge alla bambina ma sappiamo che è presente anche la madre, la quale effettivamente è il destinatario principale delle indicazioni del medico. Tuttavia, sempre in linea con uno stile *patient-centred*, il medico argomenta anche per convincere la bambina della necessità di prendere un medicinale. Si potrebbe dire che da un lato egli argomenta per giustificare la scelta dell'antibiotico alla madre, dall'altro per persuadere la bambina ad accettare la medicina senza protestare.

In questa strategia argomentativa si osservano alcuni aspetti interessanti.

Ricostruiamo innanzitutto le strutture inferenziali che generano questi argomenti.<sup>45</sup>

---

Communication Sciences», Special Issue: Enhancing Health Literacy Through Communication, 5/2, 2005.

<sup>44</sup> Riguardo al problema della resistenza agli antibiotici provocata in particolare dall'uso scorretto degli antibiotici stessi cfr. C. C. Butler, S. Rollnick, R. Pill, F. Maggs-Rapport, N. Stott, *Understanding the Culture of Prescribing: Qualitative Study of General Practitioners' and Patients' Perceptions of Antibiotics for Sore Throats*, «BMJ», 137, 1998, pp. 637-642; J. A. Heinemann, *How antibiotics cause antibiotic resistance*, «Drug Discovery Today», 74, 4/2, 1999, pp. 72-79; R. A. Weinstein, *Controlling Antimicrobial Resistance in Hospitals: Infection Control and Use of Antibiotics*, «Emerging Infectious Diseases», 7/2, 2001, pp. 188-192; J. Macfarlane, W. Holmes, P. Gard, D. Thornhill, R. Macfarlane, R. Hubbard, *Reducing Antibiotics Use for Acute Bronchitis in Primary Care: Blinded, Randomised Controlled Trial of Patient Information Leaflet*, «BMJ», 324, 2002, pp. 1-6.

<sup>45</sup> Per maggior chiarezza è indicato in rosso il sillogismo che discende dalla massima e in nero quello che discende dall'*endoxon*. Per la discussione riguardo all'attivazione reciproca dei due sillogismi cfr. par. 3.1.2, pp. 92-94. Per quanto riguarda la rappresentazione della sinergia tra i due procedimenti inferenziali, la freccia che collega la conclusione preliminare con la premessa minore potrebbe far pensare che la forza inferenziale "passi" dalla premessa maggiore (la conclusione preliminare) alla premessa minore e quindi alla conclusione. In realtà essa indica che la conclusione deriva dalla *combinazione* della conclusione preliminare con la premessa minore.

Primo argomento:

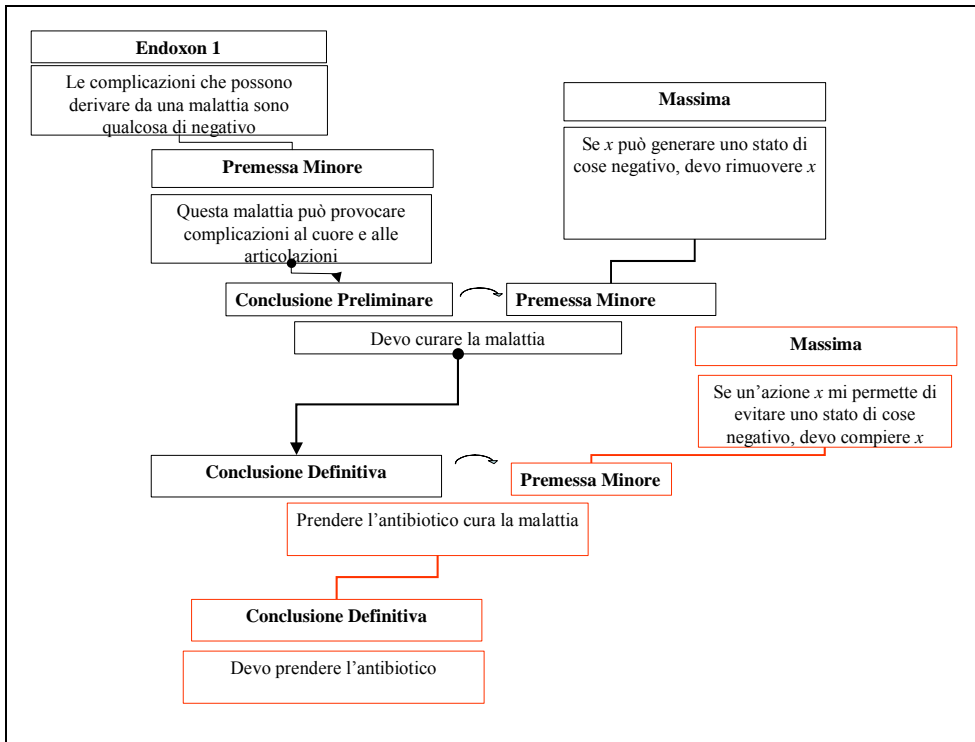


Figura 4: rappresentazione del primo argomento, Analisi 1.

Secondo argomento:

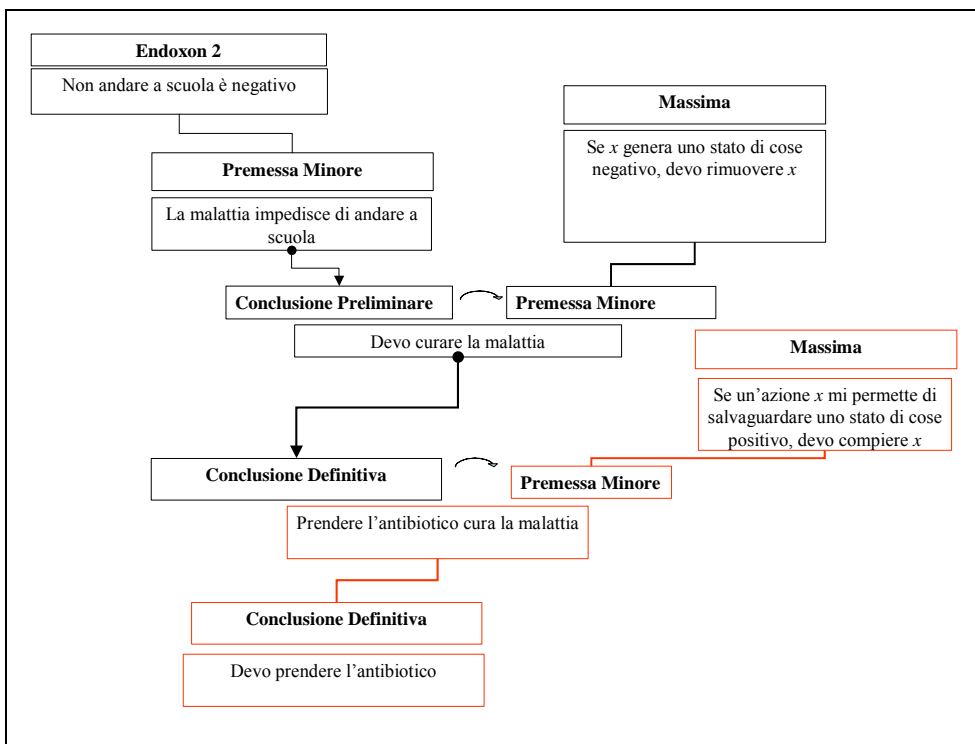


Figura 5: rappresentazione del secondo argomento, Analisi 1.

La struttura degli argomenti rivela una certa complessità perché il medico sceglie di argomentare a favore della terapia mettendola in relazione con gli effetti positivi o negativi che possono derivare dal fatto di curare o non curare la malattia diagnosticata. Una tale strategia argomentativa però è efficace solo a patto di fondare l'effettiva positività o negatività degli effetti indicati. Questo è infatti ciò che vediamo accadere nella rappresentazione dei due argomenti, nei quali la positività e la negatività dello stato di cose impedito o causato dalla malattia si fonda su *endoxa* differenti e adeguati ai due diversi destinatari.

Per quanto riguarda il primo argomento, osserviamo che nella sequenza argomentativa analizzata esso emerge nella forma di un entimema del quale è taciuta la premessa minore: *l'antibiotico cura la scarlattina*. In altre parole il medico esplicita l'*endoxon* (ossia la premessa maggiore, che di solito viene taciuta) perché esso fa parte delle sue conoscenze di esperto, che la madre della bambina probabilmente non possiede. Dal momento però che sono proprio queste conoscenze a rendere ragionevole e accettabile la decisione di trattare la paziente con antibiotici, il medico giustamente le esplicita a favore della madre.

Per quanto riguarda il secondo argomento, notiamo che esso non fa più riferimento alla malattia in quanto tale ma, essendo rivolto principalmente alla bambina, si aggancia a un *endoxon* che il medico presume possa avere maggior interesse per lei, cioè la consapevolezza che quando si rischia di trasmettere una malattia agli altri non si può andare a scuola. E' interessante inoltre notare che all'inizio della sequenza (riga 074) il medico verifica che andare a scuola sia un'attività che alla bimba piace, preparando così la mossa argomentativa seguente.

Ci apprestiamo dunque a individuare le *parole chiave* nella nostra sequenza. Secondo la nostra definizione le *parole chiave sono uno strumento privilegiato affinché la funzione comunicativa globale imposta al testo dal connettivo si realizzi nella maniera più adeguata in rapporto sia all'argomento di cui si parla che al contesto nel quale si svolge l'interazione comunicativa*.<sup>46</sup>

La funzione comunicativa globale del testo argomentativo è quella di persuadere attraverso la presentazione di ragioni, gli argomenti. Abbiamo visto nel paragrafo precedente come la scelta della strategia argomentativa sia decisa in parte grazie allo strumentario offerto dalla *Topica*, in parte da ragioni che riguardano più strettamente il

---

<sup>46</sup> Cfr. Cap. 2, par. 2.3.1, p. 67 del presente lavoro.

piano dell'espressione. Lo sforzo di armonizzare queste dimensioni si realizza nello *strategic maneuvering*. Abbiamo anche visto come la categoria dell'adeguatezza sia uno degli aspetti fondamentali dello *strategic maneuvering*: tale adeguatezza si riferisce sia alla validità inferenziale determinata dai criteri di ragionevolezza che definiscono la disputa, sia al contesto d'interazione.

Riteniamo dunque che, per quanto riguarda il testo argomentativo, le *parole chiave* possano essere considerate come gli strumenti linguistici dello *strategic maneuvering* con la funzione specifica di conferire forza persuasiva agli argomenti attraverso l'aggancio ad *endoxa* appropriati.

Ritornando alla sequenza analizzata questo ci porta a individuare le parole *complicazioni* e *andare a scuola* come le *parole chiave* della strategia argomentativa messa in atto dal medico. Esse corrispondono in questo caso ai *punti d'aggancio* tra gli argomenti e la tesi, segnalando il luogo dal quale sono tratti gli argomenti stessi.

## Analisi 2

Prendiamo ora in esame due testi, due lettere, nei quali il mittente argomenta per convincere il destinatario a rinnovare l'abbonamento a una rivista. Attraverso l'analisi di queste due lettere e l'individuazione delle loro *parole chiave* sarà possibile confrontare le strategie argomentative messe in atto nei due casi.

Riportiamo innanzitutto il testo delle due lettere.<sup>47</sup>

### Testo 1

Dear Mr. Smith,

as a preferred subscriber, I know that you'll want this urgent matter called to your attention.

Your subscription to magazine X is in danger of expiring.

Immediate action on your part guarantees you three benefits:

1. You lock-in your current subscription at our low renewal rate. You save 81% off the cover price.
2. You avoid interruption in service. Act promptly and we guarantee you won't miss a single issue.

---

<sup>47</sup> Non riteniamo significativo riportare il nome delle riviste sponsorizzate in queste lettere. Basterà dire che nel primo caso si tratta di una delle riviste di attualità con maggiore risonanza a livello internazionale; nel secondo caso si tratta di una rivista di moda e una di arredamento, entrambe tra le più rilevanti nei loro settori.

3. You'll receive a valuable free time classic watch that's already reserved in your name.

Don't put this matter off Mr. Smith. Act now while you still have time!

Yours sincerely,

Vice President, Consumer Marketing

Testo 2

Gentile Signora Rossi,

prima di tutto voglio ringraziarla personalmente per il suo doppio abbonamento a X e Y: complimenti per la sua scelta, che denota interessi e sensibilità moderni, ampi, brillanti.

Le due riviste arrivano già da qualche mese a casa sua – mi auguro con un servizio sempre all'altezza delle nostre garanzie – per offrirle il meglio dell'abitare e della moda. Immagino che ogni numero sia un piccolo evento per lei, una pausa di relax da assaporare con calma, un appuntamento ormai irrinunciabile...

Per questo le propongo di rinnovare fin d'ora il suo abbonamento. I vantaggi non sono pochi, a cominciare dalla convenienza: prolungare di un altro anno l'abbonamento alle sue riviste preferite le costa solo 45,00 euro invece di 120,00 euro, pagabili anche in 3 comode rate di appena 15,00 euro l'una.

**In pratica può approfittare di uno sconto superiore addirittura al 62%**

**Un risparmio di ben 75,00 euro!**

Non solo: aderendo a questa offerta lei si mette al riparo da qualunque aumento di prezzo.

E non è poco, coi tempi che corrono. Ma il denaro non è tutto, consideri anche il piacere di continuare a ricevere le sue riviste senza interruzioni, senza rinunciare – nemmeno per un mese – al punto di vista speciale, privilegiato, che solo le grandi firme di X e Y possono assicurarle.

Certo di ricevere presto la sua adesione, le porgo i miei più cordiali saluti.

Direttore Abbonamenti.

Pur nell'evidente differenza di stile, molto più asciutto e diretto il primo, più elaborato e discorsivo il secondo, si riconosce una struttura analoga per i due testi.

Entrambi si aprono con l'*opening stage*<sup>48</sup> nella quale si fanno emergere gli aspetti condivisi tra mittente e destinatario. Nel Testo 1 questa fase corrisponde alla porzione di testo da “*Dear*” fino a “*expiring*”, nel Testo 2 da “*Gentile Signora*” fino a “*irrinunciabile*”. Elemento comune alle due lettere è il fatto di ricordare al destinatario il suo precedente abbonamento. In particolare nel Testo 1 ci si riferisce al destinatario con l'espressione *preferred subscriber*, che ha la funzione di ricordargli la tipologia di abbonamento precedentemente sottoscritta.<sup>49</sup> Il secondo testo fa precedere l'invito al rinnovo da una transizione tematica relativa al contenuto delle riviste e al piacere di riceverle.

Nel Testo 1 abbiamo poi subito il passaggio all'*argumentation stage*, poiché il mittente passa direttamente a elencare i vantaggi derivanti dal rinnovo dell'abbonamento, senza aver esplicitamente invitato il destinatario al rinnovo stesso. L'invito a rinnovare l'abbonamento è da inferire dall'espressione “*immediate action*”.

Nel Testo 2 invece esso è esplicitato: “*Per questo le propongo di rinnovare fin d'ora il suo abbonamento*” e coincide con la *confrontation stage*.

In entrambi i testi si sviluppa poi l'*argumentation stage*, nella quale vengono avanzati gli argomenti a favore della tesi. Dal momento che quest'ultima può essere espressa nella forma seguente: *è ragionevole rinnovare l'abbonamento a questa rivista*, vediamo nei due casi quali sono gli argomenti utilizzati per convincere il destinatario.

Nel Testo 1 emergono tre argomenti: *you save 81% off the cover price; you avoid interruption in service; you'll receive a valuable free time classic watch*.

Anche nel Testo 2 vengono avanzati tre argomenti: *ha un risparmio di 75,00 euro; si mette al riparo da aumenti di prezzo; continuerà a ricevere le sue riviste senza interruzioni*.

In entrambi i casi le argomentazioni avanzate sono costituite da un macro-argomento, articolato in tre sotto-argomenti, per il quale è possibile ricostruire un'unica massima alla quale i sotto-argomenti fanno riferimento. Ciò che cambia a seconda del sotto-argomento considerato sono invece gli *endoxa*.

---

<sup>48</sup> Cfr. le *stages* della *critical discussion* descritte al par. 3.1.1, pp. 87-88 di questa tesi.

<sup>49</sup> Il *preferred subscriber program* compare solitamente come una possibile opzione nell'ambito di un paradigma comprendente elementi come *subscribe*, *renew*, *unsubscribe*. Lo stesso *preferred subscriber program* inoltre può prevedere diverse soluzioni, nelle quali i vantaggi sono generalmente proporzionati alla durata dell'abbonamento prescelta. In ogni caso, l'opzione *preferred subscriber* implica sempre maggiori vantaggi economici rispetto al semplice *subscribe*.



Di seguito riportiamo lo schema generale del macro-argomento:

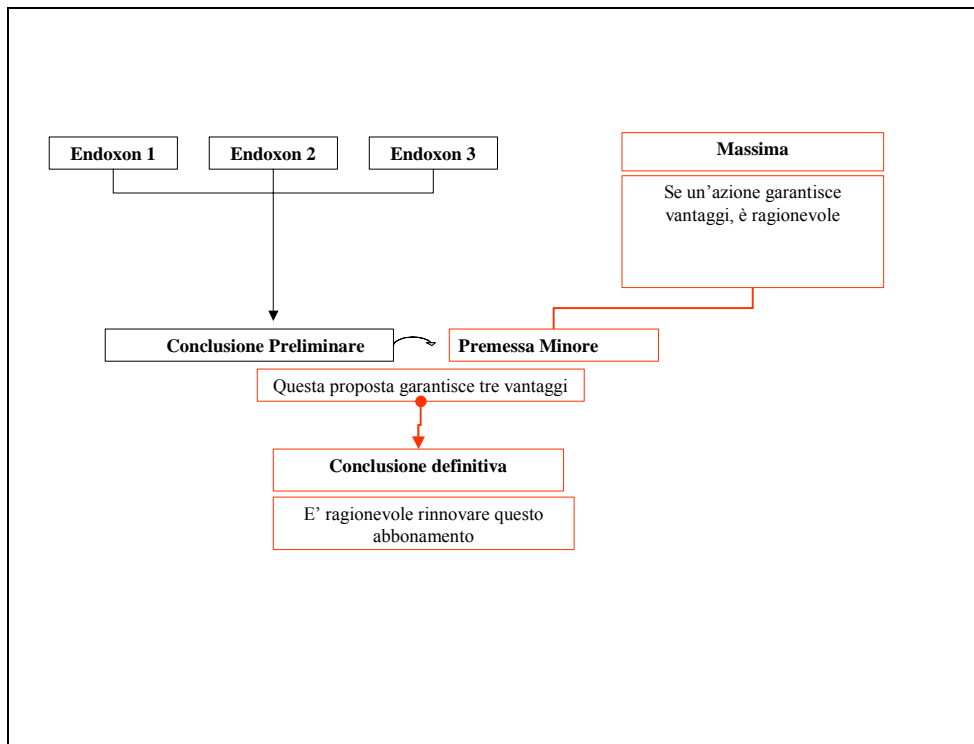


Figura 6: rappresentazione del macro-argomento, Analisi 2.

Osservando la massima di questo argomento è possibile avanzare alcune considerazioni sulla strategia argomentativa dei due testi.

La massima parrebbe infatti riportarci al luogo della causa finale, in quanto l'aspetto della tesi al quale fa riferimento sono gli effetti derivanti dal compiere una certa azione. Tuttavia gli effetti ai quali qui si fa riferimento non sono legati per un rapporto di causalità all'ontologia della tesi, bensì sono determinati da fattori esterni ad essa e, come è evidente anche dai nostri testi, variabili a seconda del contesto.

In altre parole, abbiamo qui a che fare con un luogo complesso, nel quale si prospettano effetti positivi risultanti dal compimento di una certa azione, che si chiede al destinatario di compiere secondo certe modalità. La positività degli effetti promessi è determinata da fattori contestuali e non dal fatto che gli effetti prospettati siano positivi in se stessi. Più precisamente questa positività è determinata da una proporzione tra gli

effetti promessi e l'azione che si chiede di compiere, proporzione che è possibile determinare solo di volta in volta, in relazione a un contesto specifico.<sup>50</sup>

Inoltre il fatto che gli effetti si realizzeranno è garantito dalla natura particolare di questi testi, che proponendo di sottoscrivere un abbonamento di fatto propongono di accettare una forma di contratto. Dunque l'affidabilità del mittente e del destinatario nel tener fede ai propri impegni è garantita dalla struttura argomentativa tipica del contratto e non ha bisogno di essere ulteriormente fondata. Anche il fatto che dal compiere una certa azione deriveranno vantaggi è implicito nella tipologia di contratto scelto: nel primo caso si tratta del *preferred subscriber program*, nel secondo caso di una promozione che proponeva un unico abbonamento per due riviste con un notevole risparmio rispetto alla sottoscrizione di due abbonamenti separati. E' inoltre implicato dal concetto stesso di abbonamento che esso garantisca un risparmio rispetto all'acquisto separato di ciascun numero della rivista.

Ciò che dunque rimane da giustificare è la “vantaggiosità” dei vantaggi promessi, cioè la positività degli effetti derivanti dal compiere l'azione di rinnovare l'abbonamento.

Analizziamo a questo punto gli argomenti proposti nei due testi per poterne individuare le *parole chiave* e confrontare la strategia argomentativa adottata.

---

<sup>50</sup> In effetti la struttura di questo argomento richiama fortemente quella dell'*argumentum ad baculum*, nel quale si “convince” un destinatario a compiere un'azione attraverso minacce, ossia prospettando effetti negativi in caso di mancato compimento dell'azione richiesta. Nel nostro caso abbiamo una struttura analoga, ma giocata in positivo.

*Testo 1: rappresentazione dei sotto-argomenti*

Primo sotto-argomento: *you save 81% off the cover price.*

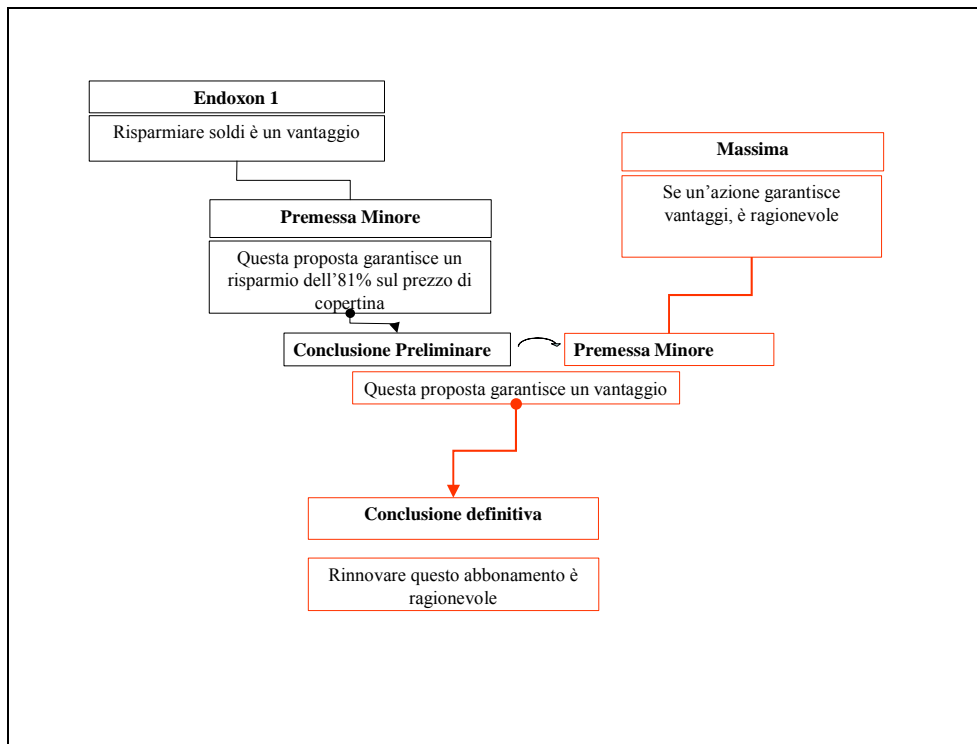


Figura 7: rappresentazione del primo sotto-argomento, Testo 1.

Secondo sotto-argomento: *you avoid interruption in service*.

In modo analogo agli argomenti dell'*Analisi I*<sup>51</sup>, anche in questo caso la rappresentazione presenta una complessità maggiore della precedente, poiché l'argomento è valido solo a condizione che sia fondata adeguatamente la positività del vantaggio proposto, cioè del fatto di ricevere la rivista senza interruzioni. In questo caso, la vantaggiosità di tale vantaggio si fonda sul fatto che il destinatario è già abbonato alla rivista. Questo necessita di un *endoxon* affinché sia giustificata l'implicazione per la quale un abbonato dovrebbe ritenere positivo ricevere la rivista. In altre parole, vediamo che l'*aggancio* dall'argomento alla tesi coincide con la *condizione alla quale la rivista è positiva*, che nel testo corrisponde al fatto di essere un abbonato.

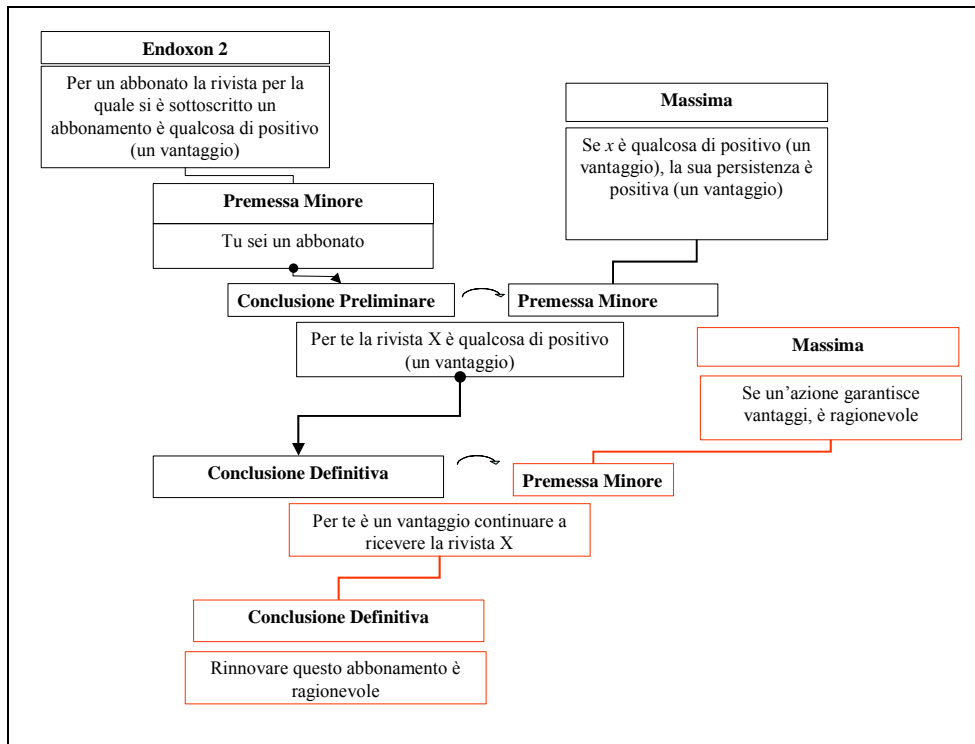


Figura 8: rappresentazione del secondo sotto-argomento, Testo 1.

<sup>51</sup> Cfr. p. 100 di questa tesi.

Terzo sotto-argomento: *you'll receive a valuable free time classic watch.*

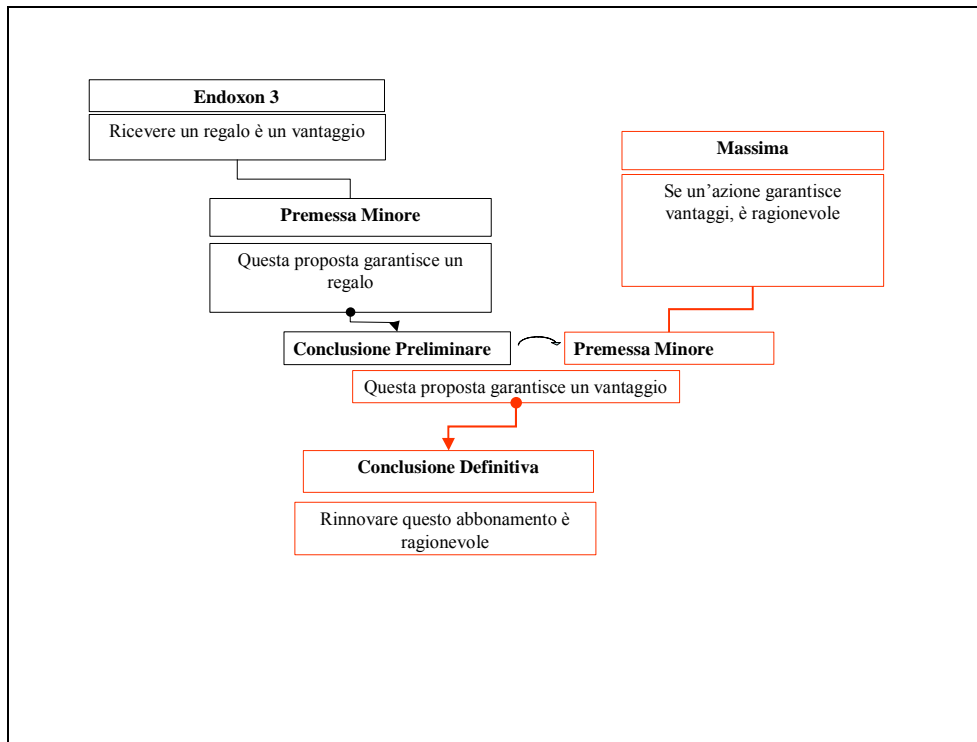


Figura 9: rappresentazione del terzo sotto-argomento, Testo 1.

Come abbiamo visto nell'*Analisi 1*, le *parole chiave* si possono considerare come gli elementi linguistici che conferiscono forza persuasiva agli argomenti. In questo caso si tratta delle parole che esprimono la vantaggiosità dei vantaggi promessi, costituendo l'aggancio agli *endoxa* utilizzati.

Per il Testo 1 si tratta delle parole: *you save, you receive, preferred subscriber.*

Di nuovo le *parole chiave* coincidono con i *punti di aggancio* degli argomenti alla tesi.

*Testo 2: rappresentazione dei sotto-argomenti*

Per quanto riguarda il secondo testo, accorpamo il primo e il secondo sotto-argomento in un'unica mossa poiché entrambi si riferiscono all'*endoxon* del risparmio.

Primo e secondo sotto-argomento: ha un risparmio di 75,00 euro; si mette al riparo da aumenti di prezzo. Potremmo parafrasarli nel modo seguente: *è garantito un notevole risparmio*.

La rappresentazione dell'argomento, in questo caso, è analoga a quella del primo sotto-argomento del Testo 1:

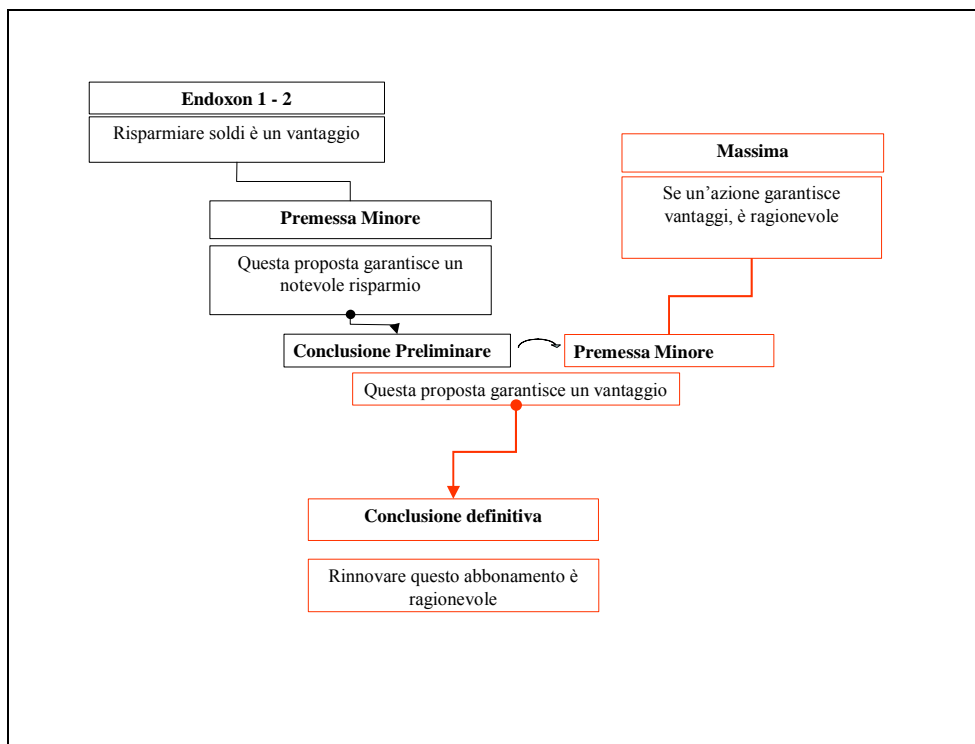


Figura 10: rappresentazione del primo e secondo sotto-argomento, Testo 2.

Terzo sotto-argomento: *continuerà a ricevere le sue riviste senza interruzioni.*

Anche in questo caso la vantaggiosità del ricevere la rivista senza interruzioni si fonda su un presupposto che è necessario giustificare per mezzo di un *endoxon* adeguato. Vediamo tuttavia che questo presupposto è molto diverso dal caso analogo nel Testo 1. Qui il sotto-argomento infatti si fonda su una considerazione relativa ai contenuti della rivista e non allo *status* di abbonato del destinatario, come emerge chiaramente nella rappresentazione seguente:

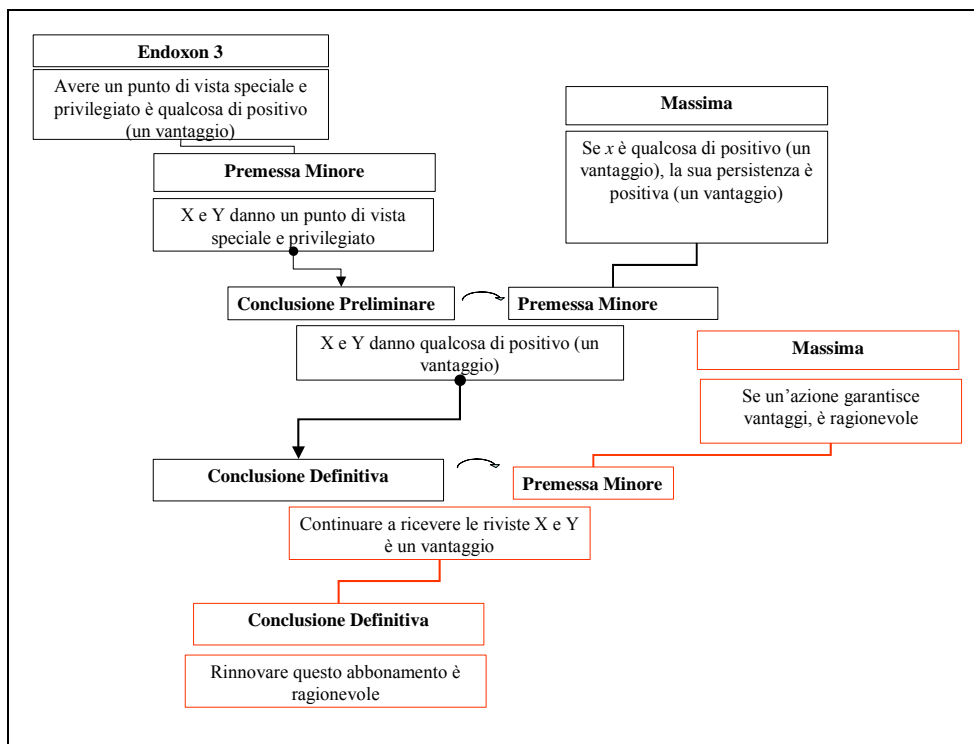


Figura 11: rappresentazione del terzo sotto-argomento, Testo 2.

La parole che in questo secondo testo conferiscono forza persuasiva agli argomenti, esprimendo la vantaggiosità degli effetti promessi sono: *notevole risparmio* e *punto di vista speciale e privilegiato*.

### 3.3 Osservazioni conclusive

Possiamo a questo punto confrontare le strategie argomentative realizzate nei testi analizzati, iniziando da un confronto tra le due lettere dell'*Analisi 2*.

Gli argomenti legati al concetto del risparmio e alla promessa di un regalo sono in qualche modo prevedibili, poiché implicati dal tipo di contratto.

Come già accennavamo, in questo tipo di argomenti la positività degli effetti promessi è determinata da una proporzione tra questi e l'azione che viene chiesto di compiere in cambio.

Nel nostro contesto specifico la proporzione si stabilisce tra l'impegno a pagare l'abbonamento a una certa rivista e, per quanto riguarda l'argomento del risparmio, una spesa minore di quella prevista. Si tratta in sostanza di un calcolo delle risorse che, per loro natura limitate, non consentono di soddisfare ogni minimo desiderio.

La forza persuasiva dell'argomento basato sull'*endoxon* del risparmio sta nel fatto di presentare come possibile la soddisfazione di un desiderio non primario, pur non esaurendo le risorse necessarie per altre esigenze.

La sua debolezza sta nel rischio che la rivista non sia più di interesse per il destinatario. Emerge dunque la necessità di limitare per quanto possibile questo rischio, introducendo argomenti aggiuntivi. E' questo infatti che vediamo accadere nei nostri esempi, seppur con significative differenze.

Nel Testo 1 l'offerta di risparmio è accompagnata dall'offerta di un regalo e dalla garanzia di non avere interruzioni nella consegna. Quest'ultimo argomento in particolare è quello che svolge la funzione di supportare gli altri due, potendosi basare su *endoxa* non prestabiliti dal tipo di contratto. L'argomento del risparmio e quello del regalo infatti, come abbiamo detto, sono in qualche modo previsti da questo tipo di lettere.

Nel Testo 1 abbiamo visto che la positività della garanzia di non avere interruzioni nella consegna della rivista è fondata sul presupposto che un abbonato giudichi positivamente il fatto di ricevere la rivista ed è significativo che la *parola chiave preferred subscriber*, che costituisce l'aggancio a questo *endoxon*, compaia proprio nell'apertura della lettera. Questo ragionamento, in sé giustificato, è però rischioso perché fa dipendere il giudizio positivo sulla rivista da un contratto (l'abbonamento) accettato in precedenza. L'implicazione di questo discorso è del tipo: *se la rivista ti è piaciuta prima, deve*



*piacerti anche adesso*. Il rischio è molteplice: il destinatario può percepire quasi un'imposizione in questa premessa; inoltre potrebbero essere mutati i suoi gusti o le sue preferenze e potrebbe non avere più interesse per la rivista.

In questo caso verrebbe vanificata anche la forza persuasiva degli altri due argomenti.

E' interessante notare la differente strategia messa in atto nel Testo 2. Qui la positività del non avere interruzioni nella consegna poggia sul presupposto di un giudizio positivo sulla rivista fondato però sui contenuti della rivista stessa.

La maggior forza di una tale strategia è evidente. Innanzitutto non si dà l'impressione di un'imposizione sul destinatario. Inoltre, nel porre in luce gli aspetti positivi della rivista da un lato è possibile suscitare rinnovato interesse e curiosità, dall'altro il destinatario viene implicitamente ben disposto nei confronti dell'offerta proposta, poiché gli si riconosce il merito di aver agito in maniera lodevole essendosi abbonato alla rivista già una volta. Si nota inoltre la differente collocazione di questo argomento, che qui è posto in ultima posizione. Dove nel Testo 1 abbiamo un regalo qui troviamo un complimento e le *parole chiave* sono segnali forti di questo diverso *strategic maneuvering*.

Per quanto riguarda infine la proporzione tra effetti promessi e azione richiesta, nel caso del Testo 1, trattandosi di una delle più influenti riviste di attualità a livello internazionale, si percepisce una notevole sproporzione tra i vantaggi promessi e l'azione richiesta. Ci sarebbe stato infatti un maggiore potenziale persuasivo in un argomento costruito intorno alla vantaggiosità di aumentare le proprie conoscenze del mondo, approfondire la propria comprensione della realtà e ampliare le proprie prospettive.

Considerando l'*Analisi 1*, constatiamo anche in questo caso un esempio significativo di *strategic maneuvering*, nel quale il medico riesce a trovare un equilibrio tra la validità inferenziale del sillogismo sotteso all'argomentazione e la forza persuasiva delle ragioni che propone a sostegno della sua tesi.

Se infatti dal punto di vista scientifico l'argomento più forte per motivare la prescrizione di antibiotici è che la scarlattina è causata da un batterio (fatto al quale il medico peraltro accenna, seppur fuggacemente), tuttavia esso può avere scarsa forza persuasiva per dei non esperti come i pazienti del nostro esempio.

Vediamo come le *parole chiave* utilizzate, richiamando gli *endoxa* sui quali si fondano gli argomenti, svolgono il ruolo di indicatori dei diversi ambiti di interesse dei partecipanti all'interazione.

Possiamo a questo punto trarre delle conclusioni più generali in merito alle funzioni specifiche delle *parole chiave* nella dinamica persuasiva.

Abbiamo detto che la loro funzione primaria è quella di conferire forza persuasiva agli argomenti. Siamo ora in grado di precisare questo aspetto osservando come le *parole chiave* possono farlo.

Come emerge dalle nostre analisi, le *parole chiave* sono strumenti strategici per la realizzazione dello scopo comunicativo del testo argomentativo in quanto sono a un tempo espressione dei *punti di aggancio* degli argomenti alla tesi e indicatori degli *endoxa* utilizzati.

I *punti di aggancio* sono gli aspetti della tesi ai quali si riferisce la massima. Le *parole chiave* nei nostri testi esprimono di volta in volta questi aspetti rapportandoli all'*endoxon* che il mittente ritiene più persuasivo rispetto al destinatario.

Per questo possiamo anche considerare le *parole chiave* come indicatori degli *endoxa* dai quali sono generati gli argomenti utilizzati.<sup>52</sup>

Riguardo a quest'ultimo aspetto, è possibile anche precisare ulteriormente le ragioni della carica emotiva associata alle *parole chiave*.<sup>53</sup> Poiché sono le parole che esprimono il *punto di aggancio* rapportandolo al destinatario, è chiaro il nesso molto forte con l'aspetto dell'interesse. Questo aspetto è emerso in maniera particolarmente chiara nell'analisi della consultazione medica. Pur derivando dallo stesso luogo e avendo dunque lo stesso *punto d'aggancio* alla tesi, i due argomenti presentavano una realizzazione molto diversa perché diverse erano le conoscenze condivise tra il mittente e i due destinatari e diversi erano gli interessi di questi ultimi.

Riguardo al nesso tra *parole chiave* ed *endoxa*, rileviamo infine che esse corrispondono, nelle rappresentazioni degli argomenti, al termine medio del sillogismo che deriva dall'*endoxon*. Riteniamo che questo fatto possa essere considerato come una verifica dello *status* di *parola chiave*, dopo che queste ultime siano state individuate nei testi.

---

<sup>52</sup> Per l'analogia caratterizzazione delle *parole chiave* in E. Rigotti, A. Rocci, *From Argument Analysis to Cultural Keywords*, cit., pp. 904-905, cfr. Cap. 1, par. 1.2.3, p. 39 di questa tesi.

<sup>53</sup> Cfr. Cap. 2, par. 2.3, pp. 65-66 del presente lavoro.