

EL DISCURSO ARGUMENTATIVO I
(Definición y características)

OBJETIVO: Identificar las características fundamentales del discurso argumentativo.

INSTRUCCIONES: Leer los contenidos planteados en la presente guía, destacando los aspectos fundamentales (Conceptos, ideas principales, ideas secundarias). Al finalizar realizar un mapa conceptual en el cuaderno de la asignatura.

EL DISCURSO ARGUMENTATIVO

A) INTRODUCCIÓN

La argumentación es el medio a través del cual expresamos con fundamento nuestras posiciones o puntos de vista sobre las variadas materias que son el objeto de la comunicación, con el propósito de **convencer razonadamente** o **persuadir afectivamente** a los receptores acerca de la validez de nuestras posiciones.

El objetivo fundamental del discurso argumentativo es *influir en el receptor* para que éste acepte o adhiera a nuestro punto de vista, realice cierta acción, reafirme alguna convicción ya existente, o la modifique, vale decir, **la argumentación no es sólo una operación lógica, pues el argumentador siempre quiere actuar sobre las opiniones del otro, quiere obtener alguna acción** (física o mental) a partir de su discurso. Se emplean para ello fórmulas que procuran **convencerlo** mediante **argumentos** (ámbito de la racionalidad y razones) y/o **conmoverlo** apelando a sus emociones (ámbito de influencia y motivos). El primer componente está presente como predominante, por ejemplo, en el discurso científico; el segundo, a su vez, en el discurso publicitario.

El discurso argumentativo está formado, entonces, por dos componentes:

- a) el componente **lógico-racional** destinado a convencer (apela al intelecto).
- b) el componente **retórico-afectivo** destinado a persuadir (apela a las emociones y la voluntad).

El componente **lógico-racional** otorga un rol protagónico al lenguaje verbal, ya sea oral o escrito; el componente **retórico-afectivo**, en cambio, presenta junto con el lenguaje verbal una importante presencia del lenguaje no verbal ya en sus aspectos kinésicos (una sonrisa o una mirada), proxémicos (en una argumentación judicial, acercarse al jurado para crear una atmósfera de intimidad y confianza) o icónicos (en el mismo caso anterior, mostrar una fotografía como prueba).

El límite de lo argumentativo está dado por las formas imperativas, como son las órdenes (“¡Cállate!, ¡Es así y punto!”, etc.), o las prohibiciones sin argumento (se prohíbe fumar), pues ante ellas no cabe más que obedecer o acatar. Toda forma de coerción física o de algún otro tipo (social, ética, etc.) también excluye la argumentación. Cuando se obliga por la fuerza no hay discurso posible, así tampoco cuando es el propio discurso el que anula toda discusión, por ejemplo, en el caso de las descalificaciones o amenazas (falacias dirigidas a neutralizar al oponente).

B) LAS CARACTERÍSTICAS DEL DISCURSO ARGUMENTATIVO:

B.1) **El discurso argumentativo tiene carácter polémico:** para que exista la argumentación debe haber un campo problemático o un tema respecto del cual haya diversos puntos de vista. Cuando la posición controversial o discutible se sostiene para defenderla o refutarla se formula una **tesis**.

La función de la argumentación es, entonces, sostener nuestra opinión (hacerla admisible mediante la apelación al raciocinio de él o los interlocutores y persuadir a otros a que actúen en consecuencia de ella) afirmando una tesis que influya e inste a la acción mental o física, o simplemente a la adhesión del receptor.

A diferencia de una demostración, es decir, la prueba sin ambigüedad basada en reglas de un sistema formalizado para la cual no importa si el auditorio acepta o no los axiomas, **la argumentación es un razonamiento que no es enteramente cierto, sino probablemente cierto**. Los principios en que se basa son aquellos que tienen aceptación mayoritaria, o bien, son sostenidos por los especialistas en una materia particular. **Los argumentos propiamente tales no son verdaderos ni falsos, sino que probables**, es decir, los argumentos con respecto a un tema cualquiera son plausibles mientras no haya demostración de lo contrario.

B.2) **El discurso argumentativo tiene carácter dialógico**: la argumentación se basa en el intercambio de argumentos para alterar la opinión del receptor **a quien debe suponerse como parte de la situación argumentativa**. Esto significa que en este diálogo se suponen las posibles objeciones de parte del receptor, aunque no las explicita. No obstante lo anterior, el carácter dialógico del discurso argumentativo, **también ocurre en el monólogo**, es decir, el diálogo interno en el cual el emisor, por habla o pensamiento, argumenta o delibera sobre la solución que debe dar a una determinada problemática. Hay muchas formas monologales que suponen el diálogo, por ejemplo, si alguien enuncia una negación polémica como: “juro por mis hijos que no he consumido drogas” está poniendo en escena a otro enunciador (real o imaginario) que ha emitido la aserción afirmativa “esta persona ha consumido drogas”. También hay un diálogo supuesto en un texto monologal como el editorial de un periódico. El sujeto siempre argumenta con alguien (“el otro”) para lograr su adhesión. El “otro” puede ser un interlocutor o contrincante presente, ausente, actual, pasado o futuro.

C) LA SITUACIÓN COMUNICATIVA ARGUMENTATIVA

La situación comunicativa argumentativa se define básicamente por:

- 1. Un tema respecto del cual existen diferentes puntos de vista u opiniones
- 2. Una posición o punto de vista que adopta el emisor sobre ese tema.
- 3. Razones que dan validez y fundamento a una posición.
- 4. Recursos afectivo-retóricos para persuadir o influir sobre el receptor.

D) TIPOS DE SITUACIONES DE COMUNICACIÓN ARGUMENTATIVAS

El discurso argumentativo se utiliza en múltiples situaciones: privadas formales orales inmediatas públicas informales escritas mediatas diferidas

D.1 SITUACIONES DE CARÁCTER PRIVADO/PÚBLICO:

a). **Situación privada**: Suele ser una situación de comunicación simétrica, es decir, entre pares con intereses particulares. Asimismo, informal, oral e inmediata.

a.1). **discurso dialógico habitual y espontáneo**. Ocurre en situaciones cotidianas. Cuando doy, por ejemplo, una razón para preferir comprar como regalo un libro antes que una camiseta. En algunas de estas situaciones se enfatizará el componente lógico-racional, en otras, en cambio, se apelará al componente persuasivo-afectivo.

b). **Situación pública**: Es una situación de comunicación en que los participantes representan un interés colectivo. Suele ser una situación asimétrica, es decir, entre hablantes de diferentes niveles jerárquicos. Las más notables son:

b.1). **discurso académico**. Ocurre en situaciones no cotidianas como cuando el profesor o alumno defienden una determinada posición en un debate. El discurso académico se reconoce como una situación de comunicación formal, con interlocutores muy específicos que utilizan el metalenguaje propio de la disciplina y cuya función principal es convencer en relación a cierta perspectiva sobre algún aspecto o teoría de la disciplina en cuestión; por ejemplo, una intervención en un simposio o una tesis de grado.

b.2). **discurso periodístico**. Cuando el periodista deportivo, por ejemplo, informa sobre los últimos hechos de violencia ocurridos durante un partido, es muy probable que haga una interpretación de lo ocurrido, comentando las repercusiones del hecho. En los textos periodísticos interpretativos como la editorial, el comentario y la columna el periodista deberá fundamentar sus opiniones argumentando.

b.3).- **discurso político.** Lo encontramos en los debates parlamentarios, en la asamblea gremial o la reunión política. Tienen por función convencer con respecto a determinada acción o idea según algún modelo ideológico. En una campaña presidencial, por ejemplo, los panfletos dicen:”Para salir de la crisis, vote por Fulano”.

b.4).- **discurso literario.** En la literatura es posible encontrar ejemplos de la mayoría de las formas de argumentación, siendo una muestra histórica de las formas de pensar y argumentar de la humanidad. El ejemplo paradigmático es la literatura didáctica, pues su finalidad no es otra que persuadir sobre determinada moral o conducta, ya desde la perspectiva de la comunidad o de la línea de pensamiento o escuela literaria a la que perteneciera el autor.

Ejemplos encontramos en fábulas, parábolas, autos sacramentales, etc. El carácter público de la literatura se configura tanto por la comunidad de lectores como por la serie literaria en la cual cada obra y autor se inserta. La serie literaria se define como la relación de un texto con los textos precedentes en su género.

b.5).- **discurso judicial.** Discurso argumentativo público por excelencia. Tiene por función disponer el juicio de quien oficie como juez a favor o en contra del acusado. Allí es fundamental la acusación y la defensa, las cuales proceden con argumentación.

D.2. SITUACIONES DE CARÁCTER FORMAL/INFORMAL

a). **Situación formal:** Un discurso argumentativo con **modalidad formal** (generalmente público) ocurre cuando, por ejemplo, en una junta de vecinos un diputado participa en un foro para presentar un Proyecto de Ley que favorezca a mujeres jefas de hogar. Esta situación es formal porque el diputado no solo maneja información legal específica, de la que carecen los vecinos, sino también porque ambos cumplen una función (uno representante del poder legislativo; otros, pobladores o dirigentes vecinales). La comunicación se da en una circunstancia protocolar (un foro en un lugar público) y los participantes, en lo general, no se conocen; no hay, entonces, confianza, amistad ni afecto (de haberlo no es determinante).

b). **Situación informal:** Un discurso argumentativo con **modalidad informal** (típicamente privado y oral) ocurre cuando, por ejemplo, dos amigos se encuentran en la calle y discuten sobre cómo preparar una fiesta de sorpresa para un amigo común. Esta situación es informal porque ambos no sólo manejan información conocida sino también porque ninguno posee una función jerárquica determinada. La comunicación se da en diferentes circunstancias cotidianas (caminando o detenidos al pie de un árbol, etc.) y los participantes obviamente suelen conocerse bien, puede haber confianza y amistad.

D.3. SITUACIONES DE CARÁCTER ORAL/ESCRITO

a). **Situación oral:** El carácter oral le otorga particularidades a la argumentación, ocurre de forma típica en la comunicación habitual, siendo altamente espontánea. Las razones que configuran nuestros argumentos aparecen sin que las hayamos pensado ni preparado previamente, formándose según las circunstancias. Dicha peculiaridad limita en parte su capacidad de convencer razonadamente, apoyándose también la argumentación en su componente persuasivo-afectivo. Existen, sin embargo, situaciones orales no espontáneas como, por ejemplo, un alegato judicial.

b). **Situación escrita:** El carácter escrito le otorga también ciertas particularidades a la argumentación. No es una situación habitual ni espontánea. Las razones que configuran nuestros argumentos han tenido mayor tiempo de elaboración, siendo expresadas con más claridad y fundamento. Por ello, paradigmas de argumentación como el ensayo y la columna son escritos.

D.4 SITUACIONES DE CARÁCTER INMEDIATO/MEDIATO/DIFERIDO

a).Situación inmediata: emisor y receptor están presentes en el mismo acto de comunicación. La modalidad lingüística principal en que esto ocurre es la oral. En el intercambio ambos se influyen mutuamente permitiendo la variación, corrección, aceptación o refutación de las tesis planteadas.

b).Situación mediata: emisor y receptor están presentes, la modalidad lingüística es también oral. Sin embargo, la diferencia está en que las observaciones o contraargumentos del receptor **no son inmediatos** a la tesis sustentada por el **ponente**. Este intercambio mediato ocurre, por ejemplo, en una conferencia o panel con audiencia. En primer lugar, el expositor presenta una tesis sobre un tema, posteriormente el auditor por escrito o de modo oral expresa opiniones o preguntas referidas a la tesis.

c).Situación diferida: emisor y receptor no están presentes en el mismo acto de comunicación, la modalidad lingüística es escrita. El emisor está lejano en el tiempo y el espacio con respecto de su receptor-lector. Por ello, la construcción de la argumentación no puede ser mediada por la interacción de ambos, por tanto no pueden influirse en sus posiciones. Hay un intercambio diferido, por ejemplo, cuando leemos en el periódico los argumentos de una autoridad para tomar una decisión.