

# CONCURSO DE DEBATE. ASPECTOS QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA:

## 1. PROCESO DE PREPARACIÓN.

- a. INVESTIGACIÓN: ¿Qué quiere decir cada una de las preguntas? ¿Qué implica cada uno de los conceptos? ¿Qué interpretaciones se le pueden dar a cada una de las preguntas? ¿Qué información se puede consultar sobre esos temas y en qué lugar?
- b. CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER LA INFORMACIÓN QUE CONSIGAMOS:
  - Nos debe aportar datos o pruebas para fundamentar las intervenciones.
  - Debe ser capaz de captar la atención del público, del jurado y mantener el interés.
  - Debe permitirnos desarrollar el tema con lógica y con sentido.
- c. SELECCIÓN DEL MATERIAL:
  - ¿Cuál es el material más interesante?
  - ¿Qué material nos aporta puntos concretos sobre cada una de las posibles opciones a favor o en contra?
- d. ORGANIZACIÓN DEL MATERIAL:
  - Material utilizable en la opción a favor y en la opción en contra.
  - Orden en el que se puede utilizar.
  - Tipos de argumentos: datos, cifras, ejemplos, lógica, autoridad, etc...

## 2. ESTRUCTURA DEL DEBATE.

- a. Tipos de discursos que hay que preparar: Turnos en la fase clasificatoria:
  - i. Cada equipo tendrá **cuatro intervenciones**: empieza el equipo A favor:
    1. **A favor** Exposición Inicial: 3 minutos.
    2. En contra Exposición Inicial: 3 minutos.
    3. **A favor** Refutación: 2 minutos.
    4. En contra Refutación: 2 minutos.
    5. **A favor** Réplica y contrarréplica: 2 minutos
    6. En contra Réplica y contrarréplica: 2 minutos.
    7. **A favor** Conclusiones: 2 minutos.
    8. En contra Conclusiones: 2 minutos.

## 3.- ELABORACIÓN DE DISCURSOS ARGUMENTATIVOS:

La argumentación CONSISTE EN QUE UN emisor pretende hacer admitir una conclusión a un destinatario (o destinatarios), ofreciéndole(s) una razón para admitir esta conclusión. Las razones para conseguir que sea aceptada una conclusión se basan en experiencias y creencias compartidas. Es una forma de expresión que consiste en aportar **razones** o pruebas que apoyen y defiendan una idea, un planteamiento o una **tesis** que expone el autor o autora.

### ESTRUCTURAS DE LA ARGUMENTACIÓN

Todo discurso persuasivo debe constar básicamente de cuatro partes:

- Exordio o proemio. Es decir, la introducción que pretende captar la atención del oyente.
- Narración o exposición de los hechos. Establecimiento de la posición que se va a defender.
- Argumentación: Aportación de razones y argumentos que permiten defender la tesis.
- Epílogo o conclusión, en el que se destaca lo que es fundamental.

#### MÉTODO POSI-PRO-POSI-PRO:

1.- **Posición:** situación del problema. Exposición clara acerca de lo que se va a hablar, presentación mediante anécdotas, detalles, historias, situaciones cercanas. Frases cortas y sencillas. Se debe iniciar la charla con un incidente, es decir, una anécdota, un suceso real, una noticia reciente, una referencia a un programa de actualidad, un cuento, un chiste... La introducción es fundamental, debe ser amena, clara e interesante.

2.- **Problema:** Como consecuencia de la posición que se acaba de plantear se plantea un problema: Se define con claridad el problema, se explican sus causas y se insiste en la necesidad de resolverlo y en la posibilidad.

3.- **Posibilidades:** No solo hay una posibilidad de resolver el problema, sino varias, unas mejores, otras peores, unas adecuadas, otras desacertadas. Se destacan las ventajas y los beneficios de las posibilidades que defendemos. La exposición del cuerpo, es decir del problema y de las posibilidades debe hacerse con frases cortas y sencillas. Mirando a la gente, a los contrarios, al jurado. No hay que leer. Hay que hablar, sugerir, mirar, hacer que el personal vea lo que explicamos. Se debe hacer referencia a los elementos que aportamos como justificación. Las miradas, los gestos, nuestra presencia ante los oyentes comunica más que nuestras palabras.

4.- **Propuesta,** que hacemos para concluir: la propuesta que presentamos y defendemos presenta una serie de ventajas o beneficios mayores y mejores que otros. La conclusión es fundamental. Debe iniciarse después de una pausa, para que el personal sepa que vamos a decir algo importante. Hay que pedir la participación de los asistentes, hacerlos que vivan nuestra conclusión. Al final agradecer la atención y finalizar.

#### Partes de un texto argumentativo.

La **tesis** es la idea fundamental sobre la cual se reflexiona y se argumenta. Puede aparecer al principio o al final del texto, o incluso puede no hacerse explícita para que sea el destinatario en que la deduzca (*tesis implícita*). Podemos exponerla al final del punto 1, o al finalizar los análisis, en la conclusión, en la propuesta, pero con sencillez y claridad.

El **cuerpo argumentativo** constituye la argumentación propiamente dicha: la aportación de todo tipo de "razones", o *argumentos*, que permiten al autor convencer al destinatario. Pueden tener diferentes funciones y son muy variados:

- *Argumentos de apoyo* a la tesis propia.
- *Concesiones* o ideas de la tesis contraria que se admiten provisionalmente.
- *Refutaciones* o argumentos con los que se rebate total o parcialmente la tesis contraria. La refutación era una parte obligada del discurso dialéctico. En realidad la refutación es otro conjunto de argumentos añadidos a la demostración de la tesis, en tanto que al negar una postura contraria o diferente se está confirmando la propia. En todo proceso argumentativo se mezcla la objetividad racional con elementos de una más o menos apasionada subjetividad.

- *Contraargumentos* que invalidan los argumentos contrarios a la tesis o las concesiones que el propio autor ha admitido previamente.

Si utilizamos la estructura posi-pro-posi-pro, en cada una de las posibilidades utilizaremos argumentos o contraargumentos, para destacar el que más nos convence, al presentar la propuesta.

## TIPOS DE ARGUMENTOS Y TÉCNICAS DE ARGUMENTACIÓN

### ❖ *Argumentos por asociación:*

- El *argumento causal*. Se relaciona un hecho con su efecto, un hecho con su causa, o dos hechos sucesivos.
- El *argumento pragmático*. Propone el éxito como criterio objetivo de validez.
- El *argumento que relaciona fines y medios*. A veces, haciendo que un fin sea un medio, otras veces, haciendo de un medio un fin.
- El *argumento de la persona*. Se toma a alguien como el soporte de una serie de cualidades o como un autor de actos y juicios. Se pretende que el valor de un acto se corresponda con el valor de la persona que lo ha hecho, y el de un juicio con su autor. Una variedad de este argumento sería el *argumento de autoridad*, que utiliza juicios o palabras de una persona o de un grupo de personas como prueba a favor de una tesis.

En los argumentos por asociación se pueden usar dos **recursos** finales:

- Los *ejemplos*. Han de ser unos hechos que conduzcan a una conclusión.
- Las *comparaciones*.

### ❖ *Argumentos por disociación:* pretenden sacar partido de los pares contrarios admitidos por la mayoría de auditorios, como:

- individual/universal
- teórico/práctico
- lenguaje/pensamiento
- letra/espíritu
- subjetivo/objetivo
- patriotas/no patriotas
- mujeres trabajadoras/amas de casa.

### **Tipos de argumentos según su capacidad persuasiva:**

Tres son las características que definen su mayor o menor adecuación: *pertinencia*, *validez* y *fuerza argumentativa*.

Un argumento no es 'pertinente' si no está relacionado con la tesis o no contribuye a reforzarla. Son argumentos 'válidos' aquellos que, siendo pertinentes, están bien contruidos y conducen a la conclusión deseada. Aun siendo válidos, los distintos argumentos pueden tener diferente *fuerza argumentativa*. Ésta depende de la facilidad con la que sea posible rebatirlos. Distinguimos así argumentos **débiles** y argumentos **sólidos**. Al argumento que no puede ser rebatido porque no admite ninguna discusión es un argumento **irrefutable**.

### **Tipos de argumentos según su función**

La función principal del argumento es probar la tesis. Hay que tener en cuenta que toda tesis se defiende siempre frente a otra u otras "opiniones" que se consideran opuestas.

En los debates, la tesis contraria se hace explícita en la opinión defendida por el interlocutor, que aportará a su vez argumentos que la apoyen. Se pueden distinguir: *argumentos de apoyo* y *argumentos contrarios*. Se llama *contraargumento* a la idea de apoyo que tiene como finalidad inmediata invalidar una idea contraria.

Tipos de argumentos según su contenido

El contenido de los argumentos aportados en un discurso se basa en unos criterios o tópicos. Se llama *tópico* al concepto o valor en que se apoya un argumento para establecer su fuerza argumentativa. Son muy variados y, además, casi siempre relativos, pues responden normalmente a valores culturales y sociales que pueden ser diferentes para cada interlocutor:

- Tópico de la **existencia**. Lo real y existente es preferible a lo no existente, lo verdadero es preferible a lo falso. (*Argumento de lo existente*).

- Tópico de la **utilidad**. Lo útil y beneficioso es preferible a lo inútil, lo no perjudicial es preferible a lo perjudicial. (*Argumento de utilidad*).
- Tópico de la **cantidad**. Parte de la creencia de que la mayoría no puede equivocarse. Lo que tiene más es preferible a lo que tiene menos. Es muy variable y puede aplicarse a cualquier magnitud: grande/pequeño, barato/caro, mucho/poco, etc. (*Argumento de cantidad*).
- Tópico de la **calidad**. Lo importante es ser distinto, único o mejor que los demás. Es inverso al anterior, por lo que puede servir de contraargumento. (*Argumento de calidad*).
- Tópico de lo **moderno**. Lo moderno es lo mejor; lo más nuevo o más reciente supera a lo antiguo.
- Tópico de lo **añejo**. Se aplica a anuncios de productos ennoblecidos por el paso del tiempo, obras de arte, vinos, licores.
- Tópico de lo **selecto**. Elogia la calidad basada en el precio, partiendo del presupuesto de que lo bueno es caro.
- Tópico de la **moralidad**. Lo que está de acuerdo con ciertos principios morales es preferible a lo inmoral. (*Argumento ético*).

#### Tipos de argumentos según su finalidad

En los textos argumentativos el autor pretende, por una parte, probar una determinada tesis, por otra, mover el ánimo del destinatario a favor de esa tesis u opinión. *Demostración* y *persuasión* son las finalidades básicas que tiene una argumentación. La *demostración* se realiza mediante los argumentos propiamente dichos o *argumentos racionales*. Éstos se basan en hechos, los cuales son analizados y valorados racionalmente. Para la *persuasión* se utilizan *argumentos afectivos* que, como ya señalaban los estudiosos de la antigüedad, tienen como función “conmover” al destinatario. La argumentación, como arte de convencer y conmover a los demás, fue estudiada en la antigüedad y en la edad media dentro de la *retórica* y de la *dialéctica*.

La Argumentación sobre los hechos

Se distinguen dos formas de argumentación racional: *la argumentación lógica* y *la argumentación analógica*.

- a) La **argumentación lógica** es la que se basa en los principios lógicos del razonamiento humano: las relaciones causa-efecto, concreto-abstracto, individual-general, etc. La forma más básica del argumento lógico es el *silogismo*, un razonamiento que consta de dos *premisas* y de una *conclusión* que se deduce necesariamente de ellas. A partir de esta forma básica, se pueden construir distintos argumentos según el tipo de relación que se establezca entre las premisas y la conclusión.

En las relaciones lógicas *concreto-abstracto* e *individual-general* se basan dos de los argumentos más usuales: el *ejemplo* y el argumento basado en un *principio general*.

- El *ejemplo* sirve para confirmar la veracidad de una tesis presentando un caso concreto de la realidad en el que se cumple efectivamente. Muy habitual en las argumentaciones que se producen en diálogos de la vida diaria es la ejemplificación con casos extraídos de la experiencia personal.
- El procedimiento inverso consiste en utilizar una idea de carácter general para confirmar una tesis sobre un hecho concreto.

Un valor similar tiene el llamado *argumento del sentir general* o del *sentido común* y el uso de *refranes* y *máximas* para reforzar una idea. Los refranes pueden considerarse como “verdades” de la tradición comúnmente aceptadas por la cultura popular. Tienen una gran expresividad, pero su fuerza argumentativa es más emotiva que lógica. Las máximas son aseveraciones sentenciosas que se utilizaban en la argumentación como verdades indiscutibles en apoyo de la tesis. A diferencia de los refranes, tienen un origen culto.

Dentro de la argumentación lógica se ha de considerar también un procedimiento argumentativo muy usual en los textos ensayísticos: el *argumento de autoridad*. Usa como apoyo a la tesis testimonios de expertos conocidos, especialistas en el tema o personas de prestigio. La referencia a la idea expresada por la “autoridad” puede expresarse de dos formas: mediante el *resumen* y mediante la *cita literal*.

- b) La **argumentación analógica** se basa en un proceso de razonamiento diferente: para argumentar sobre el hecho sujeto a debate se hace referencia a otro hecho distinto pero que tiene semejanza con él. El emisor establece una relación de *asociación* o *analogía* entre ambos, de forma que presupone que lo que es cierto para uno es cierto también para el otro. El mismo valor puede tener también la *metáfora*. Tanto la comparación como la metáfora, así como otras formas de argumento analógico, como la alegoría o la fábula, pueden funcionar como argumentos afectivos que se utilizan para influir en el ánimo del destinatario.

**La Argumentación afectiva**

Se denominan *argumentos afectivos* aquellos que pretenden provocar en el destinatario determinadas reacciones emocionales que condicionan su apreciación de la tesis: simpatía, pena, admiración, horror, temor, etc.

En cuanto a su contenido y su forma, no son en realidad diferentes de los que se utilizan en la argumentación racional. La diferencia está en el especial uso que en ellos se hace del lenguaje: éste se carga de expresividad, gracias al empleo por parte del autor de determinados recursos lingüísticos. La *comparación* y la relación *causa-efecto* adquieren una gran fuerza emotiva.

Los recursos que se emplean en este tipo de argumentaciones son los mismos que caracterizan a la lengua literaria: las llamadas *figuras estilísticas* y *tropos*, como la hipérbole, el paralelismo, la antítesis, la anáfora, el símil, etc, que en el texto literario tienen una función expresiva y poética, son usados en los textos argumentativos con una finalidad retórica. El léxico se selecciona atendiendo al efecto que las *connotaciones* de las palabras empleadas puedan producir en el destinatario; la *adjetivación* adquiere también una importancia fundamentalmente.

**REFUTAR:**

El debate no es una lucha, pero para refutar debemos centrarnos en los puntos especialmente débiles del equipo contrario. Debemos escuchar empáticamente, poniéndonos en lugar de quien expone, ser corteses, simpáticos, sonreír... pero destacar, con amabilidad, suavidad y cortesía los puntos débiles, reconocer el trabajo hecho y la labor realizada pero marcar con intensidad lo que consideramos erróneo, equivocado o desmontable con otras posibilidades que no hayan tenido en cuenta. MANO DE HIERRO EN GUANTE DE SEDA.