

Convencer en clase. Argumentación y discurso docente, Barcelona, Ariel, colección Ariel Lingüística, 2003, 147 págs.

El libro de Anna Cros, *Convencer en clase. Argumentación y discurso docente*, aparece en la interesante colección Ariel Lingüística. Esta observación ofrece al lector una seguridad de calidad y al comentarista, unas referencias muy claras. La apropiada selección de obras de la colección y su rica variedad avalan este nuevo título. Es una fortuna para todos, libro, colección y lectores, esta compañía de obras rigurosas y estimulantes.

Convencer en clase es un trabajo de análisis de un tipo de discurso, el discurso en las aulas universitarias, y también de las estrategias de persuasión argumentativa. Si el título principal puede sugerir un libro de autoayuda, el subtítulo desmiente esa idea y nos remite a un marco teórico de gran altura. El propósito de la autora es interpretar los discursos de presentación de asignaturas que hacen los profesores a sus alumnos en la primera sesión de clase. Son presentaciones de asignaturas de una facultad de Ciencias de la Educación del Profesorado, reproducidas parcialmente y analizadas aquí de acuerdo con unos criterios que resultan económicos y relevantes, por la selección que aplican.

El campo de la argumentación es muy amplio. A la mente del lector curioso acuden ideas sobre diversos aspectos: el entimema, la causalidad, la analogía, la persona o los recursos de la lengua. Con una prudencia encomiable, Anna Cros se ocupa de presentar un marco de trabajo y, a continuación, trata de dos aspectos complementarios y tan ilustrativos como son las estrategias de distanciamiento y de aproximación. En esta elección hallamos el mérito doble de la intención práctica del trabajo y de disponer la autora de un utillaje teórico que es escueto y muy sugerente.

Es práctica y muy útil la interpretación de los parlamentos de los profesores. Sus intervenciones están transcritas (en catalán, tal como se pronunciaron originalmente, y en su traducción castellana) de acuerdo con unas convenciones que expresan los detalles de la producción oral. Son ejemplos extraídos de un corpus de 10 clases de primer curso de Magisterio de la Universidad Autónoma. Sus contenidos se refieren a la presentación de la asignatura, esto es al temario, las actividades del curso y las aptitudes que han de adoptar los alumnos. Es obvia la carga persuasiva y argumentativa que tiene esa primera sesión de presentación de un curso. Hay una exposición asertiva de contenidos y expectativas. Todo ello cuenta como una representación y actualización del "contrato de curso", en la que el profesor realiza una propuesta con un itinerario temático, procedimental y evaluativo. No obstante, en el ámbito académico de referencia ese contrato no está sujeto tanto a un acuerdo de las partes como a una adhesión de los alumnos al programa y sus requisitos. En un contrato de adhesión, a la hora de la verdad la parte puede aceptar o rechazar o su contenido, pero no negociarlo. Es un contrato de adhesión que ofrecen a sus clientes empresas de suministros como las de electricidad, telefonía, agua, gas, redes telemáticas y contenidos audiovisuales, entre otras. Con una expresión metafórica, pero cierta, nos referimos como contrato de adhesión al programa de un curso académico. El discurso docente de esa ocasión inaugural tiene unos recursos argumentativos y una intención persuasiva que puede compararse, en su medida y lugar, con aquellos de las empresas de servicios y sus campañas publicitarias.

Anna Cros destaca el comportamiento estratégico de los oradores, que aplican recursos de distanciamiento y superioridad, por una parte, y de proximidad y complicidad, por la otra. Son recursos de distancia los argumentos basados en la autoridad y en los modelos. Las citas de personalidades o autores de prestigio tienen esa fuerza inapelable y descendente. El mismo profesor, cuando hace



Convencer en clase. Argumentación y discurso docente, Barcelona, Ariel, colección Ariel Lingüística, 2003, 147 págs.

referencia a su propia experiencia y conocimiento, usa un argumento de autoridad. A su vez, el argumento del modelo consiste en presentar un conjunto de atributos y rasgos de conducta que conviene imitar o seguir. Una variedad del argumento del modelo es llamar la atención sobre la incompatibilidad entre ciertos comportamientos. La indicación del beneficio o efectos positivos de una opinión o actuación es una variedad más del modelo. Todos esos argumentos, los de autoridad y del modelo, son verticales y descendentes, y establecen una relación de distancia entre el orador y su interlocutor colectivo. A su vez, las estrategias de proximidad trazan una relación horizontal, de identificación inclusiva entre los participantes en la sesión. Se basan en la solidaridad y en la complicidad. Hay solidaridad en la identificación de grupo: el orador y su público son un grupo, una comunidad a la que aquel se refiere con el pronombre *nosotros*. Ello contrasta, por ejemplo, con el argumento de la propia autoridad, pues el profesor se separa de la audiencia, por competencia y prestigio; en esa situación es un yo frente a un vosotros. Pues bien, en las estrategias de solidaridad se produce: a) la identificación de grupo, b) la oferta de opciones (en vez de la imposición directa), c) la presuposición de conocimientos del grupo (de nuevo inclusiva) y d) el apóstrofe o pregunta retórica, que apela teatralmente a la participación de la audiencia. Una finalidad de aproximación tienen también las estrategias de complicidad que se desarrollan con la ironía y la búsqueda de la simpatía. La ironía es una figura de pensamiento que comunica un mensaje no explícito; por lo general es un recurso frío o de distancia, salvo que se use como (a) un medio de crítica inteligente contra una realidad externa al grupo o (b) como una crítica jocosa de los alumnos o del propio profesor. La risa y el humor benevolente acercan a los interlocutores. Por otra parte, los comentarios de *captatio benevolentiae* buscan despertar la simpatía, por ejemplo al presentarse el orador sin presunción profesional o con sus limitaciones personales.

La autora explica estos tipos de estrategias de aproximación y distanciamiento con fragmentos del discurso docente adecuados. Su interpretación viene escoltada por unas referencias teóricas esclarecedoras. Su marco teórico está formado básicamente con la retórica aristotélica, la neoretórica (Perelman y Olbrechts-Tyteca) o la pragmática y el principio de la cortesía (Leech). El resultado es que Cros organiza esos conceptos libre y selectivamente, de modo que brinda una categorización de las estrategias muy útil. Presenta la complejidad de los movimientos argumentativos en un discurso docente que pueden parecer contradictorios, ora de aproximación ora de distanciamiento, pero que son partes de una representación retórica que busca la persuasión. El libro es una muestra de precisión, brevedad y acierto, que enseña, agrada y convence plenamente al lector.

Xavier Laborda Gil

Departamento de Lingüística.

Universidad de Barcelona

xlaborda@ub.edu

