

# ¿Qué hace humano al discurso? Un análisis cognitivo y comunicativo

*What makes discourse human? A cognitive and communicative analysis*

*O que torna o discurso humano? Uma análise cognitiva e comunicativa*

Betsy Angelyn Morasen Columbié<sup>1</sup>  

<sup>1</sup>Estudiante de la Licenciatura de Artes Liberales con concentración en Escritura Creativa y Neurodiseño. Universidad Francisco Marroquín, Michael Polanyi College. Guatemala, Guatemala. Correo electrónico: [betsymorasen@gmail.com](mailto:betsymorasen@gmail.com)

Recibido: 01/09/2025

Aceptado: 29/09/2025

Publicado: 01/10/2025

**Citar como:** Morasen-Columbié BA. ¿Qué hace humano al discurso? Un análisis cognitivo y comunicativo. Rev. Conex. Cienc. Neuroarte Bienest. 2025;1:e0006.

## INTRODUCCIÓN

Al momento de categorizar el discurso, es importante comprender que forma parte tanto de la Filosofía como de la Retórica, así que en el presente ensayo académico se utilizarán términos de ambas disciplinas. Al mismo tiempo, se podrán observar varias definiciones para comprender este tema. Dicho esto: ¿Qué es el discurso?

El discurso es un filtro individual por el que pasan las creencias ajenas para convertirse en propias. Pero ¿qué es exactamente una creencia? Una creencia se basa en un conjunto de argumentos que quien la cree considera racionales. La palabra "considera", se retomará más adelante. Las creencias también se basan en experiencias pasadas, cuyo "pasado" no tiene por qué ser de años: puede tratarse de hace segundos. La cuestión es que una creencia nunca vendrá del futuro, a diferencia de cuando planeas tus vacaciones, por ejemplo. (1-3)

En ese caso, piensas en el presente qué quieres para tu futuro; pero en el caso de una creencia, ésta sólo funciona del presente al pasado. (4,5) Como ejemplo de una creencia que sigue los axiomas anteriores, sería bueno pensar en un Uber. ¿Confías en un Uber? ¿Le confiarías tu vida? Uno asumiría que no, pero al mismo tiempo no nos da miedo usar una aplicación para llamar a un completo desconocido y que nos abduzca de un lugar y a otro. En este escenario, no solo confiamos en que esa persona no es un asesino en serie, sino también en que tiene las capacidades mentales y físicas necesarias para no provocar un accidente con el automóvil.

Si el Uber es tan arriesgado, ¿por qué se confía en él? No solo por necesidad, sino también por la creencia social de que dejar que un desconocido te lleve a casa es totalmente normal. Se ha de recalcar que, no digo "seguro", sino normal. La idea es que realmente no nos importa si algo es seguro, verdadero o incluso



Contenido de  
acceso abierto



Este artículo está bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial CompartirIgual 4.0

correcto, siempre y cuando sea normal. Analicemos entonces, por qué los discursos sociales convencen tanto al público general. (6,7)

Primero, la estructura. Verás, para que un argumento como «usar Uber (en este caso, hablando de la aplicación, no de los trabajadores) es normal» sea racional, se necesitan dos cosas: razón y lógica. La razón se compone de más de una premisa y de una conclusión, mientras que la lógica es lo que demuestra que la conclusión se deriva de las premisas. Pero de esta estructura racional surge una pregunta: ¿puede un argumento racional ser incorrecto? La respuesta es Sí.

Al recordar la palabra "considera" que fue mencionada con anterioridad, se puede apreciar que un argumento racional también puede ser falso o ilógico. (8,9) La mejor manera de explicarlo es usando un silogismo:

Las premisas son que los perros son dioses, y que estos tienen más poder que los humanos; y la conclusión es que los perros son más poderosos que los humanos. (10,11) Desde el principio, todos sabíamos que esto era falso, pero ¿es ilógico? No, porque las dos premisas conducen a una conclusión lógica; por lo tanto, podemos decir que este argumento es racional, pero falso. Ahora, veamos otro ejemplo:

Las premisas son que los perros son amigables y que los animales amigables son amados; y la conclusión es que los perros son odiados. En este caso, las premisas son verdaderas, pero la conclusión no se deriva de ellas; porque incluso si se tratara de un entimema (silogismo con una premisa faltante o implícita), no hay indicios de que la conclusión fuera en esa dirección. En este caso, el argumento es racional pero ilógico. No obstante, ¿por qué necesitamos saber esto? Porque es fácil confundir un argumento racional que posee estas características, con un argumento irracional; pero no son lo mismo. Un argumento irracional no tiene razón ni lógica.

Esta diferencia nos ayuda a comprender mejor qué es una creencia. Una creencia siempre debe ser considerada racional de alguna manera, y este filtro llamado discurso es tan poderoso que, a veces, ante un argumento irracional que queremos creer, moldea la realidad que lo rodea, haciéndolo parecer racional. (12,13) Y es precisamente por eso que necesitas conocer el discurso, por su poder.

## DESARROLLO

El discurso no es solo un concepto, sino una herramienta. Una herramienta que puede moldear tu mente tanto como la de los demás. La única condición para usar esta herramienta es que pertenezcas al público general, lo que significa que no tienes ninguna condición mental, ni forma de pensar que te impida considerar racional cualquier creencia que no provenga de ti. Y en opinión de la autora, esta forma de pensar puede considerarse absurda, porque la mayoría de las creencias humanas provienen de su entorno. Otra característica importante del discurso es su flexibilidad.

Y cuando estudiaba éste término, lo primero que me vino a la mente fue la flexibilidad de un niño en comparación con una persona mayor en términos de discurso. ¿Por qué los adultos son menos receptivos a cambiar su discurso que los niños? Bueno, ya que el discurso es un filtro, usemos un filtro de agua para este ejemplo. Si le vendieras un filtro a un niño, diría que sí inmediatamente, ya que nunca ha tenido uno (imagínate que este niño es muy inteligente y sabe que el agua del fregadero no es potable). Luego, si le vendieras otro filtro al mismo niño, lo compraría igualmente. Y si le ofrecieras otro filtro, con la condición de que destruya uno de los que ya tiene, diría que sí.

Pero digamos que este niño crece y se hace adulto, y vuelves a ofrecerle otro filtro. Ahora, por primera vez, dirá que no; porque está conforme con los filtros que tiene. ¿Por qué? Porque sólo necesitaba tiempo para saber qué filtro, por muy sucia que estuviera el agua, podía purificarla y hacerla potable. De niño, ni siquiera sabía la diferencia entre el agua mala y la buena. Por eso, de pequeño, tenía muchos filtros, que intercambiaba y rompía constantemente.

Por supuesto, este ejemplo del filtro es insuficiente en comparación con el amplio significado de un discurso, pero es útil para comprender mejor qué es. Otro hecho es que el discurso puede ser plural o singular. Esto no significa que dos personas puedan tener exactamente el mismo discurso; por eso en la primera definición se habla de un "filtro individual" en lugar de solo un filtro. Lo que se desea plantear con plural y singular es que no solo existen filtros individuales, sino también filtros sociales (aquellos que se comparten dentro de una misma sociedad). (14) Y de la misma manera, se puede usar la palabra discurso para referirse a un conjunto de creencias de una persona, o sólo a una creencia.

Para concluir con las definiciones del discurso y comenzar con la pregunta de qué lo hace exclusivamente humano, se ha de abordar los términos "persuasión" y "convicción". Ser persuasivo es ser capaz de apelar a las emociones humanas, mientras que ser convincente es ser capaz de apelar a la inteligencia humana mediante el uso de hechos y evidencia. La principal diferencia en la práctica es que la persuasión lleva a la acción, mientras que la convicción se queda en teoría. (15-17) Y como humildes vendedores de filtros que somos, es muy importante conocer estas dos.

Una vez que se ha comprendido esto, podemos comenzar con este pequeño experimento en el plano de la abstracción, (18) donde los humanos serán el grupo de control, mientras que un animal, una IA y un concepto serán el grupo experimental. Se les realizarán preguntas en relación a si cada uno puede tener, impartir o crear un discurso; y si alguna de las respuestas es positiva, podremos concluir que el discurso no es algo puramente humano.

### **Representante de los Animales - Perrito**

¿Puede un perro tener un discurso? No, porque un perro es un animal, y los animales solo pueden actuar por instinto o curiosidad. Para tener un discurso, necesitaría ser capaz de comprender creencias, que en su forma más pura son sólo premisas y conclusiones. Y algunos podrían argumentar que incluso si el perro no puede entender nuestro idioma, es capaz de entender creencias. Porque, ¿no entiende que cuando decimos "comida", que puede considerarse la premisa, la conclusión es "hora de comer"? Sí, lo entiende, pero eso no significa necesariamente que los perros tengan un discurso. Para tener un discurso se necesita una mente compleja capaz de usar experiencias pasadas mezcladas con un montón de otras cosas, como lo que se considera socialmente normal o moral. Y, por supuesto, los perros tienen su propio sentido de lo que debería ser normal en su mundo canino (probablemente), pero eso proviene principalmente del instinto y de la necesidad de sobrevivir. Así que una vez más, la respuesta es NO.

Siguiente pregunta: ¿puede un perro impartir un discurso? No, porque aunque un perro pueda comunicarse con otros perros o con otras especies (de alguna manera), esta comunicación no tiene persuasión, ni convicción. Si el perro A dice "comida en mi casa", el otro perro relaciona "comida" con comer y "casa" con seguir al perro A. Si hubiera alguna emoción posible en esta conversación, sería hambre, por lo que la respuesta provendría del instinto primario de supervivencia. Esto es otro NO para el equipo animal.

Pregunta final: ¿puede un perro crear un discurso? No, porque incluso si el perro puede crear premisas y conclusiones en su lenguaje canino, eso no se acerca a lo que se necesita para crear un discurso. Recordemos que el discurso es una forma de pensar, y los perros no pueden pensar mucho más allá del instinto y quizás del afecto. Así que serían tres NO para el equipo animal. ¡Descalificado!

### **Representante de las Máquinas - IA**

¿Tiene la IA un discurso? No, porque aunque sea una combinación de múltiples discursos, no tiene una mente individual. No tiene vida desde la cual pueda juzgar los discursos que se le venden. Más que una vida, es una marioneta, sigue las órdenes de quien sea su interlocutor (con quién habla) y no representa los discursos que se supone que debe seguir. En otras palabras, el discurso de la IA es tu discurso, y si nadie le dice qué hacer, es como un juguete roto abandonado en un rincón. ¡Primer punto perdido para la IA!

Segunda ronda: ¿Puede la IA impartir un discurso? No, porque no puede impartir una forma de pensar individual. Solo puede copiar el discurso de sus creadores y aplicarlo en todas las circunstancias. ¡Segundo punto perdido!

Tercera ronda: ¿Puede la IA crear un discurso? No, lo único que una IA puede hacer es generar otras conclusiones a partir de las mismas premisas. O, en algunos casos, inventar premisas para satisfacer una conclusión. La única forma de crear que tiene una IA es mezclar ciertos conceptos preexistentes y esperar que todo salga bien. Eso serían tres puntos en contra del representante de las máquinas. ¡Así que las máquinas pierden esta vez!

Por último, pero no menos importante, permítanme presentarles al *representante de todos los conceptos*: ¡La Religión! ¿Tiene la religión un discurso? (19,20) No, porque la religión es un conjunto de creencias, así que no tiene una mente que pueda filtrar otras creencias. Eso es un punto menos. ¡Dos intentos restantes!

¿Puede una religión impartir un discurso? No, una religión como concepto ni siquiera puede impartir su propio discurso. Necesita seres humanos devotos que comparten su discurso por ella. Queda un punto. ¿Podrá la religión superar este último desafío y ser recordada por el mundo como el único concepto capaz de pensar? ¡Ya veremos!

Última pregunta: ¿puede una religión crear un discurso? ¡Nooooo! ¡La religión solo es un catalizador para que las mentes humanas creen sus propios discursos!

¡Eso significa que los humanos ganan! Pero, un momento, ¿no dijimos antes que una religión es un conjunto de creencias? ¿Acaso esa característica no la convierte en un discurso? En realidad... sí... pero no es un discurso cualquiera. Este discurso es utilizado (aunque no de la misma manera) por un elevado porcentaje de la población humana, lo que lo convierte no solo en un discurso social, sino en el discurso social más poderoso de todos los tiempos.

Pero como siempre, de una respuesta se origina otra pregunta. Y la pregunta es: ¿cuál es la diferencia entre un discurso social y un discurso individual? (21-23) Pues, un discurso social es más una "estructura" de pensamiento que una forma de pensar. En términos de filtros, son las instrucciones sobre cómo usar el resto de los filtros, o un filtro en particular, dependiendo de la religiosidad de cada uno. En otras palabras, un discurso social es una plantilla a partir de la cual podemos crear nuestro propio filtro o modificar los preexistentes.

Ahora, para finalizar, quiero dejarles una pregunta en la mente: si existen los discursos sociales, ¿existirían los discursos individuales sin una sociedad? (Mi respuesta es NO, ¿cuál es la tuya?).

## CONCLUSIÓN

En cuanto a la conclusión de la autora sobre qué es el discurso, se refiere a un conjunto de filtros que se rompen y cambian a lo largo de la vida; herramientas capaces de filtrar las creencias de los demás y decidir si pueden convertirse en las nuestras, y viceversa; de separar lo irracional de lo "racional"; y, en definitiva, lo que nos da nuestra individualidad.

## REFERENCIAS

1. Albaladejo T. Discurso retórico, discurso literario y arte de lenguaje: un modelo teórico translacional de fundamentación retórico-cultural e interdiscursiva sobre la base de la analogía Tomás Albaladejo. *Rétor*. 2023;13(1):1-18.
2. Londoño Zapata Ol. Sobre la «crítica» en análisis del discurso: más allá de los filtros. 2023;
3. Foucault M. El discurso filosófico. Siglo XXI Editores; 2025.
4. Taylor C. El futuro del pasado religioso. Trotta; 2021.
5. Rist G. El desarrollo: historia de una creencia occidental. Los libros de la Catarata; 2022.
6. SALINAS C, STANGE H. El discurso es lo político.
7. Brossard N. La doble moral en el discurso público. En: XIII Jornadas de Investigación en Filosofía 7-10 de agosto de 2023 Ensenada, Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la ...; 2023.
8. Smith JE. Irracionalidad. Una historia del lado oscuro de la razón. Fondo de Cultura Económica Argentina; 2022.
9. Inteligencia Artificial E de EA, Ureta Guerra J. Argumentar es Comparar. 2025;
10. Dalle Nogare G. Método indirecto de gráficos de silogismos. En: XIII Jornadas de Investigación en Filosofía 7-10 de agosto de 2023 Ensenada, Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la ...; 2023.

11. Navarro L. Otras cuestiones sobre las reglas técnicas: En torno a su vínculo con los silogismos prácticos. *Rev Telemática Filos Derecho*. 2024;(27):181-206.
  12. Gómez-González O, Santoyo-Telles F, Urzúa A. Efecto de las creencias irracionales en el proceso cognitivo de la satisfacción con la vida en adultos. *CES Psicol*. 2024;17(1):102-16.
  13. Gómez-González O, Zazueta NPC, Santoyo-Telles F, Betanzos FG. Asociación entre creencias racionales e irracionales y la satisfacción con la vida: una revisión sistemática con meta-análisis. *Rev Psicol Cienc Comport Unidad Académica Cienc Juríd Soc*. 2023;14(2):123-40.
  14. Dijk TA van, editor. *El discurso como interacción social*. 3. reimpr. Barcelona: Gedisa; 2009. 460 p. (Estudios sobre el discurso: una introducción interdisciplinaria / Teun A. van Dijk, comp).
  15. Lissandrello JM. La importancia de la experiencia religiosa para la persuasión en los mitos escatológicos. *Cosmogonía Escatología*. :69.
  16. Ochoa LB. Retórica y abogacía: entre la convicción y la persuasión. *Anu Juríd Económico Escur*. 2025;(58):227-46.
  17. Cornavaca RE. Viaje, persuasión y conocimiento. Las connotaciones filosófico-políticas de los términos. *Migr Desplazamientos Confl En El Mundo Antig*. :31.
  19. Vatter M. Teología antigua, profetología y religión civil en los Discursos de Maquiavelo. *Ingenium Rev Electrónica Pensam Mod Metodol En Hist Las Ideas*. 2021;(15):83-106.
  20. Castorina FP. La religión en los Discursos de la primera década de Tito Livio de Nicolás Maquiavelo. 2022;
  21. Pfleger S. El discurso como un espacio comunicativo, relacional e identitario: framing y construcción de la identidad. *Andamios*. diciembre de 2021;18(47):19-43.
  22. Alaminos-Fernández AF, Alaminos-Fernández P, Alaminos A. La cuantificación de patrones discursivos en seis países europeos. Un estudio de caso empírico sobre las nociones de "comunidad" y "sociedad". *Rev OBETS*. 2025;20(1):17-46.
  23. Barbata-Viñas M. Las posiciones discursivas en el análisis sociológico del discurso. *Rev Int Sociol*. 2021;79(3):e189-e189.
- 

## **FINANCIACIÓN**

No se recibió financiación para el desarrollo del presente estudio.

## **CONFLICTOS DE INTERESES**

No se declaran conflictos de intereses.

## **CONTRIBUCIÓN DE AUTORIA**

Conceptualización: Betsy Angelyn Morasen-Columbié.

Ánalisis formal: Betsy Angelyn Morasen-Columbié.

Redacción-borrador original: Betsy Angelyn Morasen-Columbié.

Redacción-revisión y edición: Betsy Angelyn Morasen-Columbié.