

EL ARGUMENTO COMO REIVINDICACIÓN Y GARANTÍA DE LA LEGITIMIDAD COMUNICATIVA

Por: Mtro. Nykolas Bernal Henao

“La argumentación constituye una condición de posibilidad del razonamiento. Razonamos porque tenemos la práctica de argumentar con otros, para podernos comunicar. En cualquier caso, esta perspectiva pone de manifiesto que la argumentación resulta tan esencial para el desarrollo del conocimiento como lo es para el desarrollo de las relaciones entre sujetos y por ende de la humanidad.”

Jurgen Habermas

SUMARIO: 1. Introducción, 2. Estructuras retóricas asociadas a la argumentación, 3. Estructura para elaborar un argumento, 4. Tipos de argumento para una argumentación lógica, 5. Conclusiones, 6. Bibliografía.

RESUMEN: A partir de un análisis, en este texto pretende abordar la **argumentación** como concepto fundamental de la comunicación y de las interacciones comunicativas que posibilitan el entendimiento entre seres humanos y la toma de posiciones entre interlocutores ante lo que dice, narra o escribe el otro. Este concepto adquiere importancia y se reivindica en la vida social a medida que enfatiza la necesidad del entendimiento y del racionamiento como fines de la convivencia; sobre todo en esta época de avances tecnológicos donde la inmediatez –a través de medios, redes sociales y otros- se ha convertido en la forma de justificar acuerdos y desacuerdos. La argumentación es esencial para nosotros porque es una forma típicamente humana de comunicación.

PALABRAS CLAVE: Argumentación, Comunicación, Medios de Información, Reivindicación, Interacción, Lenguaje, Transformación, Conocimiento, Participación, Sociedad.

ABSTRACT: From an analysis, this text intends to approach argumentation as a basic concept of communication and the communicative interactions that enable mutual understanding and position taking of the speaker and listener towards what the other is saying and writing. This concept becomes important and vindicates itself in social life as it emphasizes the need for understanding as the goal of coexistence; especially in this era of technological advances where rapidness –through media, networks and others- has become the way of justifying agreements and disagreements.

KEYWORDS: Argumentation, communication, media, vindication, interaction, language, transformation, knowledge, participation, society.

I. Introducción

La comunicación es la única condición para la coexistencia del hombre, es el canal a través del cual evolucionan los valores y la cultura en general. Gracias a ella se posibilita el encuentro con los demás, el entendimiento mutuo y la construcción de los significados sociales. El hombre por naturaleza es un ser sociable, desde que nace requiere del *logos* para expresar sus necesidades tanto materiales como simbólicas.

Debido a esto, la comunicación debe establecerse desde relaciones de horizontalidad. Una adecuada comunicación constituye un caldo de cultivo para establecer interacciones entre sujetos, de forma dialógica, a través de la meta-reflexión, de la reflexión y de la argumentación como aspectos imprescindibles en el desarrollo de la especie con el fin de intervenir en las decisiones futuras de la sociedad.

Los seres humanos nacemos y evolucionamos con la necesidad de comunicar ideas, pensamientos y conocimientos para ser transmitidos a otros.¹ Este hecho vincula procesos de comunicación –oral, escrita y visual-. Todas las personas hemos crecido dando razones, justificándolas y soportándolas. Diariamente, colocamos a prueba nuestra capacidad de influir, orientar y formar. Saber argumentar es saber comunicar. Argumentar implica afirmar, negar, aprobar o desaprobar un pensamiento, un tema determinado.

La argumentación es un método para colocar el producto del razonamiento en un formato apropiado para comunicarlo. En el proceso del raciocinio se hacen inferencias con base en hechos, en el argumento se afirma una propuesta, que es en fin, la conclusión del proceso racional donde se citan datos y hechos para fundamentarlo. Estos datos o hechos son: las razones principales.

Es evidente entonces, que la argumentación está ligada a los rasgos más específicos del lenguaje, en particular, a su capacidad de volverse sobre sí mismo. El hecho y la práctica de sustentar afirmaciones mediante razones, presupone la habilidad de adoptar una perspectiva crítica y reflexiva sobre estas; además de un conocimiento basto de ideas (Bermejo, 2012).

En este sentido, las formas más sencillas de argumentación constituyen sofisticadas vías de comunicación que solo son posibles gracias a la existencia de un lenguaje reflexivo como el nuestro. Sin embargo, el que la argumentación presuponga un lenguaje reflexivo no significa que haya de ser, en exclusiva, una actividad verbal.

La argumentación es un medio para justificar nuestras creencias. Pero también lo es para persuadir a otros de ellas. Es un mecanismo que relaciona información con las abstracciones y generalizaciones; es decir, que conecta datos, siguiendo reglas del pensamiento crítico,

¹ Debemos entender que el conocimiento pertenece al campo de lo racional en la medida en que es fiable. Su fiabilidad va a depender de la solidez de sus argumentos y demostraciones.

para obtener información nueva. Desde nuestro punto de vista entonces, podemos afirmar que el propósito primordial de la argumentación es legitimar la información durante un acto comunicativo.

Los componentes básicos de la argumentación deben, en su defecto, presentar información de saber general y otra información manifiesta que pueden relacionarse entre sí, para llegar a una conclusión. Estos dos tipos de información conducen a información nueva y por supuesto a otras conclusiones (Álvarez, 2009).

Siempre una información nueva se obtiene por asociación de ideas, datos, ejercicios, bibliografía, razonamientos lógicos, etcétera; desde un ejercicio del pensamiento crítico o en su defecto de un pensamiento empírico dado por la experiencia. Es por esto que la argumentación es el medio más importante para y por la comunicación ya que genera nuevas ideas y produce conocimiento.

En definitiva, el proceso debe ser: saber argumentar para poder comunicar y no al contrario. Claramente se debe hablar, escribir o narrar de lo que conocemos o en su efecto de lo que se ha investigado. De lo que no se conoce es mejor no hablar, escribir, etcétera, o no dar conclusiones que pueden derivar en una falsedad.

Esta concepción avala, en parte, el punto de vista filosófico moderno que subraya la relación entre argumentación y justificación, interesándose por el modo en que la argumentación resulta decisiva para la adquisición de conocimiento, y centrándose en el estudio de las condiciones para garantizar nuestros puntos de vista, pero también supone dejar de lado el aspecto de la indagación sobre las propiedades y condiciones argumentativas como una forma de persuasión.

Ahora bien, desde el punto de vista epistemológico moderno, debido a su interés por la justificación de creencias, más que por el componente comunicativo de la argumentación, el ejercicio de puro razonamiento, ha anulado su componente pragmático, intersubjetivo. Por eso, la argumentación se ve desplazada por el estudio de sus formas lógicas, quedando reducida solo a sus aspectos sintácticos y semánticos.

El resultado hoy en día ha sido que en lugar de ahondar en el estudio de la argumentación como proceso comunicativo, desde la escuela, nos hemos dedicado al estudio de algunos objetos abstractos, y esquemas formales de argumento, que portan propiedades sintácticas y semánticas, pero que no nos enseñan a concebir la argumentación como conjunto de propuestas válidas para realizar el acto o proceso argumentativo.

Bajo esta perspectiva, la argumentación resulta ser solo y ante todo, un instrumento para la actividad teórica y garante de conocimiento; aspecto que debemos conservar pero sin perder de vista que nuestra era está regida por medios informativos y de comunicación donde la inmediatez predomina.

Esta época nos ha dotado de tecnología y de muchos avances científicos que nos permiten acortar distancias, donde los medios de comunicación e información, las redes sociales, etcétera, acercan a los seres humanos desde diversas partes del globo, convirtiéndolos hoy, más que nunca, en ciudadanos del mundo. La información viene y va; la comunicación rompe barreras de tiempo y espacio, por ello, la importancia de saber argumentar para poder comunicar con claridad ideas, creencias, cultura, etcétera, evitando falsedades.

“Cuando realizamos un análisis sobre las capacidades intelectuales del ser humano frente a todas las especies, podemos inferir, sin lugar a dudas, que la de mayor valor es la razón; su actividad genera una acción que permite la elaboración ordenada y dirigida de los productos del intelecto, así como de toda praxis. Argumentar, al igual que toda acción, ha de tener una base que lo impulse a la posibilidad de su ejercicio, esto es, la certeza o bien la búsqueda de la delimitación del conocimiento a través de la interrelación y comunicación humana” (Botero, 1999).

II. Estructuras retóricas asociadas a la argumentación

Determinar la racionalidad de la argumentación tanto interna como externa, no solo involucra condiciones lógicas y de verdad aceptables de nuestras razones, sino también condiciones de racionalidad comunicativa capaces de determinar qué es razonable, significativo, adecuado, etcétera, desde un punto de vista comunicativo.

Por el contrario, determinar la racionalidad solo de forma externa, esto es, su adecuación como medio para un fin, requiere decidir sobre cuándo es útil argumentar en lugar de hacer otra cosa, cuál es el mejor modo de llevar a cabo la argumentación para conseguir nuestros propósitos, transmitir conocimiento, justificar, etcétera. En esta instancia es cuando muchas estructuras retóricas pueden ser utilizadas para lograr una argumentación adecuada y lógica.

La argumentación siempre se combina con otras formas o estructuras retóricas como la narración, la exposición y la descripción, dependiendo del fin, logro o meta que se quiera llegar. Normalmente, un argumento está combinado con un discurso que puede ser expositivo o explicativo, por ejemplo, porque ayudan a la construcción de ideas sólidas y por ende de argumentos sólidos. La exposición se utiliza para informar, convencer o persuadir (Sánchez Lobato, 2011).

Por su parte, aunque la narración y la descripción son menos frecuentes para la construcción de argumentos sólidos, también se utilizan como herramientas que ayudan a persuadir porque despiertan la imaginación de los otros ya que pueden recrear aspectos y pintar escenarios. Cada una de las estructuras retóricas complementa y ayuda a la realización de las otras.

Otra estructura válida para utilizar, en aras de lograr una buena argumentación, es el discurso. Un discurso es una compilación lógica de enunciados que se expresan de forma oral o escrita

y que reflejan sentimientos o deseos. Con el discurso se intenta convencer a un público específico. El discurso ha sido considerado como una herramienta de poder y control. “El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, un instrumento para expresar argumentos” (Foucault, 1986).

Ahora bien, es de suma importancia resaltar que la retórica –cualquiera que sea su estructura– no se ocupa exclusivamente de la comunicación, y menos aún, de la argumentación porque no existen actos comunicativos intrínsecamente retóricos, sino distintos fenómenos que pueden analizarse desde una perspectiva retórica.

La retórica, en tanto disciplina que se ocupa de la eficacia de estructuras discursivas proporciona un marco para decidir sobre la racionalidad de la argumentación como medio para comunicar, tal vez para convencer. Provee criterios para determinar la racionalidad de los discursos, narrativas y otras figuras argumentativas en términos de su éxito respecto de la recepción de los mensajes.

III. Estructura para elaborar un argumento

La capacidad de argumentar requiere de habilidades cognitivas, conocimientos, pensamiento crítico y pensamiento creativo. Formular argumentos requiere no solo la capacidad para evaluar diferentes puntos de vista, incluidos los de uno mismo, sino el análisis de evidencias y justificaciones que los sustenten. En este sentido, el pensamiento crítico implica comprender, analizar y evaluar un argumento. Un argumento es en definitiva un conjunto de afirmaciones donde una es la conclusión y las otras son premisas que apoyan la conclusión.

Para la construcción de un argumento se debe partir de una idea y debe organizarse como mínimo de la siguiente forma:

-Introducción

Parte de una breve exposición en la que se intenta captar la atención del interlocutor y despertar en él una actitud favorable. Es importante plantear de forma clara y concisa, la tesis, idea o hipótesis.

-Cuerpo del argumento

Es el sustento, el desarrollo de una idea. En esta instancia se presentan las pruebas, inferencias o argumentos que sirven para apoyar o refutar lo planteado en la introducción; es decir, se exponen las ideas y las formulaciones derivadas de la hipótesis, los argumentos demostrativos, la refutación de objeciones y, finalmente, se confirma la postura que se tiene.

-Conclusión

Presenta una síntesis de las ideas expuestas en el cuerpo argumentativo; brinda sugerencias o aportes pertinentes sobre el tema, idea o postura así como nuevas propuestas que deriven de la justificación, de la investigación o de la refutación.

IV. Tipos de argumento para una argumentación lógica

La argumentación es una necesidad no solo para el profesional del derecho. Argumentar es un arte, se adquiere, se estudia, se practica y se ejerce, para luego convertirse en la mejor herramienta que podemos tener hoy en día como ciudadanos y profesionales. Argumentar como ejercicio cotidiano contribuye a la democracia y legitima a la razón como un ejercicio fundamental de la praxis social. Argumentar consiste en confrontar argumentos. “Los argumentos son a la argumentación lo que las jugadas a los juegos o, mejor, los argumentos son las jugadas de la argumentación” (Weston, 2008).

Por lo antes expuesto, presentamos en este texto una clasificación de argumentos como sugerencia para presentar y llevar a cabo una argumentación de forma lógica.

a. Argumentos basados en principios

Utilizar principios aceptados por la sociedad y mostrar cómo se relacionan con lo que se intenta argumentar es una excelente idea, ya que muchos o varios interlocutores estarán de acuerdo. Acudir a la ética y los valores fundamentales que están regidos por normas internacionales también funciona porque no hay que detallar mayor explicación.

b. Argumentos basados en la ejemplificación

Utilizar argumentos de casos particulares y de conocimiento público como noticias que despierten la indignación de las personas o que causen alguna emoción es una buena fuente para dar a conocer una idea, posición, justificación, etcétera.

c. Argumentos basados en la autoridad

Citar fuentes para subrayar lo que afirmamos o decimos funciona, siempre y cuando conozcamos a cabalidad el tema, la situación, el enfoque, etcétera, ya que se convierte en un recurso de respaldo a nuestra opinión para fortalecer la argumentación.

d. Argumentos basados en la generalización

Tener la capacidad de abstraer lo común y esencial de las cosas para formar un concepto a partir de datos, ideas, conocimientos transversales que indiquen o refuercen ideas pueden tomar relevancia a la hora de tener la necesidad de generar un argumento.

e. Argumentos basados en la analogía

Poder comparar o buscar relación entre dos o más razones, conceptos o datos, buscar la similitud entre diferentes situaciones o eventos es una ayuda fundamental, ya que otras personas pueden sentirse identificadas con lo que se habla y en su defecto con lo que se argumenta.

f. Argumentos basados en causas

Tener la capacidad de poder argumentar que un evento o situación es el resultado o el efecto de un factor determinado da una ventaja favorable sobre otros, ya que las afirmaciones que se realicen, son por sí solas una verdad. Esto se da porque la idea, la justificación, el evento o el tema son de dominio y conocimiento público.

g. Argumentos basados en el contraste de ideas

Contar con la facilidad de contraponer o mostrar la diferencia entre dos o más ideas respalda nuestros argumentos. Es importante tener una cultura general basta y estar informados. Esta situación causa una ventaja sobre otras opiniones porque se pueden expresar con autoridad, debido al conocimiento.

V. Conclusiones

La argumentación ha cobrado importancia en la medida en que la racionalidad ha generado espacios de entendimiento, a los cuales se puede recurrir para lograr adhesiones, consensos y acuerdos en torno a ideas, posturas o temas relacionados con la vida social. La argumentación es una habilidad fundamental para el ejercicio comunicativo y la praxis social, es además un elemento importante en el quehacer teórico y académico.

Desde el punto de vista de la relación entre el lenguaje y el conocimiento, la argumentación es una competencia decisiva en el desarrollo del pensamiento; y desde el punto de vista del pensamiento, la argumentación es una forma de razonamiento orientada hacia el hombre y la comprensión de la actividad humana. Además la argumentación contribuye positivamente a orientar procesos en función de premisas lógicas utilizando para ello los marcos del razonamiento inductivo y deductivo que no dejan de participar, por igual, del juego de operaciones lógicas y analógicas con las que nos tropezamos en el diario vivir.

VI. Bibliografía

ÁLVAREZ, ALFREDO I., (2005). Escribir en español, Porrúa. México

APARICI, ROBERTO, (1997). La educación para los Medios de Comunicación. Ediciones Universidad Pedagógica Nacional, México.

BERMEJO, LUQUE LILIAN, (2012). ¿Por qué argumentar y por qué hacerlo bien? En: http://www.ugr.es/~lilianbl/pdfs/por_q_arg_bien.pdf

BERNAL, HENAO NYKOLAS, (2008). Comunicación Efectiva. En: Hojas Universitarias, Bogotá-Colombia.

BOTERO, URIBEDARIO, (2000). Manifiesto del pensamiento Latinoamericano. Magisterio, Bogotá-Colombia.

BOTERO, URIBE DARIO, (2002). Pensar a Foucault, Editorial de la Universidad Nacional de Colombia, Bogotá-Colombia.

HABERMAS, JURGEN, (1998). Teoría de la acción comunicativa, Taurus, Madrid, España.

LIPOVETSKY, GILLES, (2011). El imperio de lo efímero, Anagrama, Barcelona, España.

MUCCHIELLI, LAURENT, (2002). Etude des communications: approche systemique dans les organisations. Les Editions Mutinne, París-Francia.

NIETZSCHE, FRIEDRICH, (1983). El espíritu libre. Ediciones Orbis, Buenos Aires, Argentina.

POZO, JUAN IGNACIO, (2003). Teorías cognitivas del aprendizaje, Ediciones Morata, S.L. Madrid, España.

SÁNCHEZ, LOBATO JESÚS, (2006). Saber escribir, Aguilar, Madrid, España

WESTON, ANTHONY, (2009). Las claves de la argumentación. En: http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=_zzgp_xhqNYC&oi=fnd&pg=PA7&dq=la+argumentacion&ots=2dkkDdEuFy&sig=2OyP_qdNyFfID93nZpvG1GC9gCo#v=onepage&q&f=false