

La argumentación



Edufuturo

Índice

Las dimensiones y la argumentación	3
Elementos comunicativos de la argumentación	4
Los argumentos	6
La fuerza de los argumentos	8
Referencias	9

Argumentar es la forma en que, con el uso de la razón, se defiende una opinión, su objetivo es que la persona que escucha, haga suya la idea de la persona que está hablando. Será tan eficaz, como consistentes y persuasivos sean los argumentos de la persona que está argumentando o que intenta convencer a otra.

Las dimensiones y la argumentación

Cuando tú argumentas, estás defendiendo una idea o una opinión, basándote en una serie de razones que te sirven para apoyarla. Lo haces, cuando quieres convencer a alguien de que tu idea o comportamiento es el más adecuado.

En la argumentación se distinguen dos componentes: la parte lógica, que es cuando expones tus razones y la parte práctica, que consiste en hacer que tu receptor acepte tus argumentos como válidos.

Aunque no lo hayas notado, todo el tiempo estamos argumentando y la argumentación tienen enorme importancia en la vida social. Siempre que queremos justificar nuestro comportamiento o influir en otras personas, hacemos uso de la argumentación.

Un ejemplo:

Los mensajes publicitarios son muy efectivos. En la época prenavideña, los canales de televisión inundan su tiempo de aire con anuncios de los juguetes de moda. Esos juguetes son los que los niños van a pedir a sus padres.

En conclusión, hay que hacer uso de los anuncios publicitarios, para influir en el deseo los niños, para que ellos les pidan los juguetes a sus papás y ellos, finalmente los compren.

Elementos comunicativos de la argumentación

La argumentación es un acto de comunicación y en ella intervienen los siguientes elementos: emisor, receptor y canal de comunicación.

- El emisor es la persona que habla, la que está argumentando. En el ejemplo de los anuncios publicitarios, el emisor permanece en el anonimato, o sea, que el emisor no siempre está claramente definido. Por supuesto, que tus argumentos pueden ser muy buenos, pero si no eres una persona muy creíble...por muy buen argumentador que seas, no vas a convencer a nadie. Lo anterior, quiere decir, que la naturaleza del emisor, su prestigio o su

descrédito, es un factor que añade o resta fuerza a la argumentación. Para que la argumentación sea efectiva, el emisor se debe expresar de manera sencilla, ordenada y adaptada a las circunstancias en que se encuentra. Para argumentar, debes basar tus argumentos, en base a tu experiencia personal y en opiniones de expertos en la materia y ante todo, tratando de mantener la objetividad.

- El receptor o destinatario es la persona o grupo de personas a las que va dirigida la argumentación y a quienes se está tratando de convencer. De lo anterior se deduce, que el receptor puede ser una persona (individual) o un grupo de personas (colectivo), puede ser una persona específica (concreto) o como en el caso de la publicidad, un conjunto potencial de receptores a los que el emisor no conoce (genérico).
- El canal o modo de comunicación se refiere a la forma como el carácter público o privado de la argumentación, la presencia o ausencia física del destinatario, la posibilidad de réplica por parte de este, etc.

No pierdas de vista, que la argumentación será habra cumplido su objetivo en la medida en que el emisor logre que el receptor adopte el punto de vista defendido o bien modifique su comportamiento en el sentido deseado.

Los argumentos

La tesis es la opinión que se manifiesta y se defiende, mientras que los argumentos son las razones que se usan para defender la tesis u opinión.

Cuando quieras argumentar, debes tener en cuenta las características y creencias de la persona o personas a las que te diriges, debes conocerlos, para elegir los argumentos que los puedan convencer. Pero, no basta con conocer al receptor, los argumentos deben estar relacionados en forma coherente con la tesis, de tal manera que, al validarlos, el destinatario, acepte tu tesis.

Regularmente, el emisor expresa sus argumentos, en primera persona (yo pienso, yo creo, etc.) y que se dirija en forma directa al destinatario, para lograr involucrarlo en su discurso.

En otras oportunidades, el emisor puede armar su argumentación en una forma que parezca más objetiva y se expresa en tercera persona.

Otro término que interviene en la argumentación, son los tópicos, que no son más que las premisas compartidas, ellas permiten clasificar los argumentos con arreglo a su contenido. Los tópicos son los valores, creencias o premisas, que se presume son aceptados por la mayoría de los miembros de una comunidad y en los que se apoyan los argumentos.

- El argumento: mayoría; tópico: cantidad («Lo mayor o más numeroso es preferible a lo menor o menos numeroso»). Ejemplo:

Esa canción está en el top ten de la semana, así que es una buena canción.

- El argumento: utilidad; tópico: lo útil («Lo útil es preferible a lo que no lo es»). Ejemplo:

Si controlamos el cambio climático, todos nos veremos beneficiados.

- El argumento: ético; tópico: moralidad («Lo moral es preferible a lo inmoral»). Ejemplo:

Ciudadanos del mundo, nosotros los refugiados, apelamos a su solidaridad y a su humanidad para que nos brinden refugio y abran sus fronteras.

- El argumento: hedonista; tópico: placer («Lo placentero es preferible a lo desagradable»). Ejemplo:

New York, la ciudad que nunca duerme.

La fuerza de los argumentos

Para que un argumento sea consistente, debe estar bien construido y defender la tesis que lo sustenta. Para que un argumento tenga el poder de convencer, que es el fin de la argumentación, debe apoyarse en una premisa que tenga alto grado de aceptación y debe ser consistente.

En el siguiente enunciado, por ejemplo, se emplea un argumento consistente:

- La obesidad es perjudicial para la salud porque el sobrepeso origina muchas enfermedades.

No sería consistente, sin embargo, el argumento que se esgrime en este otro enunciado:

- La obesidad es perjudicial para la salud porque cuando mi hermana tuvo el accidente aéreo, estaba gorda.

Referencias

<https://cmplenguayliteratura.wordpress.com/curso-0809/4%C2%BA-eso/1%C2%AAevaluacion/contenidos/la-argumentacion/>

<https://pixabay.com>

<http://www.stockvault.net/free-photos>

<https://www.shutterstock.com>