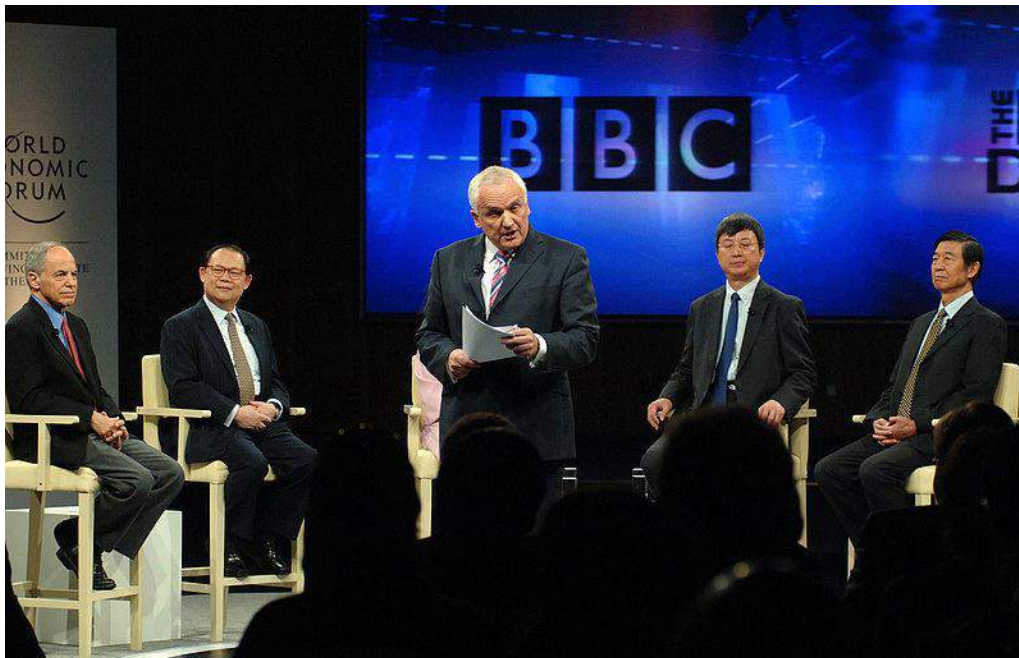


# Argumentación y persuasión



Fotografía con Licencia Wikimedia Commons ([aquí](#))

**Complicación:** Marco Carlos Avalos  
<http://marcocarlosavalos.com>

En el ámbito de la comunicación, en el cual se sitúan las estrategias de relaciones públicas y marketing, la vinculación con el público se lleva a cabo mediante actos de lenguaje.

## Actos básicos del lenguaje

La filosofía del lenguaje expone que cuando hablamos estamos actuando, generando. Todo acto en el que nosotros afirmamos, describimos, enjuiciamos, argumentamos, es en realidad una acción. Cuando decimos “te extraño” es porque extrañamos. Así, cuando utilizamos un acto del lenguaje estamos generando acciones específicas.

El filósofo John R. Searle proponía una división de los actos que realizamos cuando hablamos. Los llamó actos del habla. Estos actos del habla son los siguientes:

- **Afirmación:** cuando expongo algo que considero verídico. Es dar la palabra. Decir algo que consideramos verdadero. De lo que estamos seguros. Ejemplo: cuando describimos una situación: “El día está nublado y gris”. Si afirmamos esto, entonces es que estamos seguros de ello.

- **Declaración:** Cuando exponemos nuestras ideas o convicciones sobre el mundo. Por ejemplo, cuando decimos “John Lennon era un gran músico” o “la comida china es deliciosa”. Al declarar estamos, de alguna forma, generando una idea del mundo. Pueden transformar la realidad propia o la de alguien que nos otorgue autoridad, que crea en lo que decimos. Ejemplo: al escuchar las ideas sobre John Lennon o la comida china alguien puede decir: “es verdad, la música de John Lennon es muy buena. No me había dado cuenta”.
- **Juicios:** Son similares a las declaraciones. Intentamos dar condiciones, características, valores a lo que decimos. Por ejemplo: “El pueblo es sabio” o “Ese señor es una persona violenta”. Los juicios pueden dotar de valores y estereotipos a las cosas y personas. Como las declaraciones, pueden transformar la realidad de quien los emite y de quien otorga autoridad a la persona que emite los juicios. El ejemplo típico de los juicios es el de un juez cuando sentencia a alguien. Tiene autoridad para hacerlo, al igual que el jurado, cuando dice “culpable” o “inocente”.

Los juicios, las declaraciones y las afirmaciones pueden ser ciertos o falsos dependiendo de la autoridad que se otorgue a quien los emite.

### **Argumentación, persuasión y justificación**

Una parte esencial para utilizar actos del lenguaje con efectividad, es identificar el concepto de argumento, pues éste incluye dos actos del lenguaje básicos para conformar una estrategia de relaciones públicas o marketing a través de redes y medios sociales.

El filósofo alemán Jürgen Habermas establece que el diálogo en la esfera pública implica argumentos. Como hemos explicado, en la sociedad del conocimiento, donde las personas tienen como valor primordial la comunicación (que implica un diálogo), los argumentos son necesarios para negociar valores, ideas y finalmente generar confianza entre emisores y receptores o como expone el modelo 4 de la teoría de las relaciones públicas de Grunig y Hunt, influir y ser influido. Pero ¿Qué es un argumento?

De acuerdo al profesor de la Universidad de Duke, Walter Sinnott-Armstrong, un argumento es:

#### Argumento

- (a) Una serie de oraciones, declaraciones o proposiciones
- (b) donde algunas son las premisas
- (c) y una es la conclusión
- (d) donde las premisas tienen como propósito dar una razón para la conclusión

¿Por qué alguien se molestaría en proporcionar argumentos? Porque tiene un propósito. El profesor Sinnott-Armstrong explica que es necesario saber cuál es el propósito que tiene una persona al proporcionar un argumento, porque esto nos orienta para evaluar lo que nos está diciendo, debido a que los argumentos tienen dos propósitos básicos: persuadir-convencer y justificar. Ejemplos:

- **Persuadir-Convencer:** un vendedor de casas te tratará de dar argumentos para comprar una determinada casa, con el propósito de que hagas determinadas cosas, que creas cosas o cambies tu forma de pensar. Persuadir busca que cambies tu estado mental para que hagas o creas cosas que de otra forma no harías o creerías. El objetivo es provocar un efecto en la persona. La persuasión trata de que cambies tus ideas y tus actos, pero puede hacerlo dando premisas equivocadas o válidas como razón para una conclusión. Ejemplo: “Esta casa está pintada con los colores que le gustan, la construcción es sólida y está en una zona cuyo valor crecerá con el paso del tiempo, lo que le daría posibilidades de negocio si deseara venderla o rentarla. Es la mejor opción que existe en esta zona de la ciudad. Le sugiero que la compre”.
- **Justificar:** Dar razones para hacer o pensar algo. Por ejemplo, uno puede darle razones a una amiga sobre qué casa comprar, pero no para convencerla o persuadirla, sino con el propósito de que la decisión se justifique mediante razones válidas. “Esta casa está en una zona en crecimiento, tiene espacios abiertos y tiene tres habitaciones y dos baños. Es amplia, pero no demasiado y se ajusta a tu presupuesto”.

El profesor Sinnott-Armstrong agrega que, cuando alguien nos esté dando argumentos, es necesario identificar el propósito. Para ello, explica, uno debe preguntarse:

- ¿Esta persona está tratando de cambiar mi forma de pensar? Si es así, entonces está tratando de persuadirnos.
- ¿Esta persona está tratando de darme una razón para creer en algo? Sí es así, entonces está justificando.

---

**Diferencia entre persuadir y justificar:** *A diferencia de la persuasión, una justificación no busca convencer, sino dar razones, válidas, para que alguien actúe. La persuasión busca dar razones, que pueden ser válidos o no. Busca dar motivos que pueden ser ciertos o falsos, con tal de que éstos persuadan a alguien.*

---

En resumen:

- **Persuadir** con el propósito de que las personas cambiemos de forma de pensar y llevemos a cabo ciertas acciones. En un sentido más amplio, que nuestra percepción del mundo cambie.
- **Justificar**, con el objetivo de dar razones válidas para que alguien pueda decidir o llevar a cabo ciertas acciones.