



La experiencia de encontrar un argumento y el concepto de argumento

The experience of finding an argument and the concept of an argument

Júlder Gómez
Escuela de Artes y Humanidades
Universidad Eafit (Colombia)
jgomezp5@eafit.edu.co

RESUMEN

En este texto arguyo a favor de la conveniencia de una redefinición no intencional de argumento. Para ello, considero algunos tipos de situaciones en las que el concepto intencional de argumento no se aplica, atiendo a las razones por las que no se aplica, ofrezco algunos ejemplos de esos casos y anticipo algunas objeciones posibles.

PALABRAS CLAVE: Argumento, audiencia, definición, intención.

ABSTRACT

In this paper I argue for the convenience of an unintentional redefinition of argument. To do this, I consider some types of situations in which the intentional concept of argument does not apply, I attend to the reasons why it does not apply, I offer some examples of those cases, and I anticipate some possible objections.

KEYWORDS: Argument, audience, definition, intention.

1. LA DEFINICIÓN INTENCIONAL DE ARGUMENTO

Luego de las diversas contribuciones que tuvieron por efecto la rehabilitación de los estudios de la argumentación –por parte de Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989), Toulmin (2007) y Hamblin (2000), entre otros– en las últimas décadas la Teoría de la Argumentación ha conocido un giro pragmático. Una característica importante de ello es que el concepto de argumento se ha subordinado al concepto de argumentar, otra reside en el énfasis puesto en el hablante o en el que argumenta.

El concepto de argumentar suele definirse como una actividad consistente en comunicar argumentos, haciendo énfasis en las situaciones monológicas o dialogales. Algunas definiciones le asignan a esta actividad la función de resolver un desacuerdo (Eemeren, 2019: 22), otras la de brindar soporte a una decisión (Kock & Lantz, 2023), otras más distinguen una cierta variedad de funciones (Blair, 2011: 175); entre quienes se preocupan por la actividad de argumentar, quizá con la única excepción de Goodwin (2007), los teóricos suelen postular que a la argumentación le es inherente el tener alguna función (Mohammed, 2016).

Al hilo del giro pragmático, procediendo del modo en que lo hace Grice (2005a, 2005b, 2005c), Marraud define el concepto de argumentar en las siguientes líneas:

“H argumenta que C porque P si y solo si H dice que P a un auditorio A con intención (1) de que A reconozca P como una razón para C; (2) de hacer que A crea que C basándose en (1); y (3) de que A se dé cuenta de que eso es lo que está intentando hacer.” (2015: 6)

Por su parte, cuando no se define como un objeto abstracto (Goddu 2018, p. 343), sino en relación con la comunicación, si bien hay excepciones, el concepto de argumento suele definirse como lo comunicado por la acción de argumentar. Desde este punto de vista, la definición usual de argumento se subordina a la definición intencional de argumentar. Para los fines de esta presentación, lo más importante de esta subordinación es que, como el concepto de argumentar es el de una acción comunicativa intencional, el concepto de argumento también se define de manera intencional. Lo más interesante aquí de esa subordinación son las condiciones según las cuales para que P sea un argumento es necesario, por un lado, que H tenga la intención de que A reconozca P como argumento y, por otro lado, que A reconozca esa intención en H. Siguiendo en esto a Goddu (2018: 340), me referiré a este tipo de definiciones como definiciones intencionales de argumento.

Las definiciones intencionales de argumento tienen varias ventajas. Estas son algunas de ellas: (1) permiten el reconocimiento de características importantes de la argumentación como modo de contacto social (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1989: 49-52), (2) facilitan la comprensión de algunas funciones que cumple A en la argumentación y proporcionan un principio de comprensión de uno de los sentidos en los que un argumento puede ser relevante o no serlo (Tindale, 1999: 95-125, 2015, pp. 1-20), (3) facilitan la identificación de argumentos en los géneros convencionalmente asociados a la argumentación (Eemeren & Grootendorst, 2013), y (4) permiten hacer responsable de sus argumentos a quien argumenta (Jacobs, 2000: 269).

Hay situaciones comunicativas con respecto a las cuales se pueden comprender estas ventajas, en el sentido de que cuanto más claramente se configuran estas situaciones mayores ventajas ofrece la definición intencional de argumento. Se trata de las situaciones en las que H y A son personas distintas, en las que H conoce P y A no lo conoce, en las que H quiere que A conozca y acepte P, a favor de C, en las que H hace x para que su intelección por parte de A lo motive a pensar P, y en las que, por último, A conoce todas estas intenciones de H. Sugiero que las ventajas de la definición intencional de argumento disminuyen a medida que las situaciones en las que se comunican razones o argumentos se distancian de este tipo de situación, hasta llegar a constituir un obstáculo para la identificación, el análisis y la práctica de la evaluación de argumentos en algunos casos.

De manera esquemática, sugiero que cuando H no tiene razones para hacer manifiesta su intención argumentativa, cuando H tiene razones para ocultar su intención argumentativa y cuando A no conoce o no tiene interés en las intenciones argumentativas de H, en casos como estos, la definición intencional de argumento es difícil de aplicar y dificulta el estudio de los argumentos. En situaciones como estas, sin embargo, A puede hacer la experiencia de encontrar un argumento y las herramientas de la teoría de la argumentación pueden ayudar, por un lado, a que H consiga que ello ocurra y, por otro, a que A identifique, analice y evalúe esos argumentos.

Puede objetarse que cuando no se configura una situación como la descrita más arriba no hay argumentos porque no hay comunicación, suponiendo que, para que haya comunicación, A debe conocer las intenciones de H. Más adelante consideraré esta objeción y otras semejantes (ver *Infra*. 4).

El propósito que persigo en este texto no es justificar una redefinición particular de argumento, sino argüir a favor de la conveniencia de buscar una redefinición no intencional de argumento. No obstante, por una parte, para mayor claridad, es útil

señalar qué forma podría tener una redefinición de ese tipo; y, por otra parte, es claro que para lo que sigue necesito darla, en cierto sentido, por supuesta. Así que, provisionalmente y para estos fines, pueden considerarse redefiniciones como las siguientes:

- Un argumento es la justificación de una solución a un problema teórico o práctico.
- Un argumento es una razón a favor de una creencia o de una acción.
- Un argumento es una inferencia consciente o un razonamiento que parte de la interpretación de un signo producido por un agente y concluye en la solución a un problema.
- Un argumento es legible como, o convertible a, una respuesta, P, a una pregunta de tipo “¿Por qué aceptar o hacer C?”.

Sin embargo, como decía, el cometido de este texto no es todavía justificar alguna de estas redefiniciones en particular, sino argüir a favor de la conveniencia de una redefinición no intencional del concepto de argumento. Con este fin, a continuación, considero algunas situaciones en las que el concepto intencional de argumento no se aplica bien. Para ello, atiendo a algunas razones por las que no se aplica bien tanto cuanto a unos ejemplos de casos en los que no se aplica bien. Sugiero que las razones por las cuales hay casos en los que el concepto intencional de argumento no se aplica bien consisten en que, en ocasiones, los argumentos hacen parte de actividades colectivas no intencionales, de actividades colectivas indisciplinadas, de contextos de acción en los que no hay tiempo para que el destinatario considere un mensaje que contenga indicadores de función, o hacen parte de actividades individuales. Ilustro estos casos con argumentos en la recepción de discursos políticos, en la lectura de obras literarias, en la apropiación de obras ensayísticas multimodales y en intervenciones comportamentales argumentativas.

2. RAZONES POR LAS QUE EL CONCEPTO INTENCIONAL NO SE APLICA A CIERTOS CASOS

Siguiendo a Toulmin (1977: 363-415), podría decirse que cuando una actividad colectiva es intencional y, para conseguir el propósito compartido, los miembros del grupo deben evaluar sus contribuciones, los argumentos que se ofrecen a favor o en contra de las contribuciones deben ser comprensibles de tal forma que para todos sea explícito por qué exactamente se pretende que algo es una buena o una mala contribución. Esto, en

efecto, facilita la evaluación de los argumentos y, por ende, la consecución del fin común. En situaciones como esta, se busca que los argumentos resulten tan fácilmente evaluables como sea posible, porque cuanto mejor se puedan evaluar los argumentos, tanto más factible parece la consecución de la intención colectiva. En cambio, cuando los argumentos hacen parte de una acción colectiva en la que no hay un propósito compartido, puede ocurrir que algunos de los miembros del grupo necesiten que otros miembros hagan algo y que, con ese fin, les den una razón, pero que no consideren prudente hacerlos jueces de la adecuación teleológica de los argumentos a los fines de quienes los producen o de quienes los reciben. Aquí se ofrece toda una gama de posibilidades. En un extremo hay situaciones en las que H busca que P motive a A para hacer x en procura de los fines de A, pero lo hace porque considera que x es un medio para los fines de H. Y, en el otro extremo, hay situaciones en las que H reconoce que x es contrario a los intereses de A, pero es favorable a sus propios intereses, así que le ofrece una razón P a la audiencia A para que haga x, sólo que busca hacer difícil la evaluación del argumento P por parte de A.

De manera semejante, cuando una acción colectiva es disciplinada y se ofrecen argumentos a favor o en contra de una contribución para que sean evaluados, en un foro determinado, por una persona reconocida como competente para ello, con arreglo a unos criterios consensuales, resulta sumamente conveniente que la expresión de los argumentos se ajuste a las convenciones lingüísticas de lo que la comunidad estima como una buena expresión de un argumento. Característicamente, en estos casos, H intenta que la expresión de P tenga la extensión o la duración adecuada al foro, satisfaga las expectativas usuales de los jueces y resalte los aspectos del argumento que resultan relevantes a la luz de los criterios consensuales para su evaluación. En cambio, cuando H no controla o no le concede importancia a quién es A, en qué foro habrá de recibir el argumento ni con qué criterios habrá de evaluarlo, la expresión del argumento puede muy bien resultar insatisfactoria a la luz de lo que A denomina “una buena expresión de un argumento” o, incluso, “una expresión de un argumento”.

También las condiciones de recepción de A para procesar el argumento afectan el modo en el que H lo expresa. Los argumentos elaborados para ser leídos en un texto escrito, en la soledad y el silencio del estudio de un filósofo, pueden tener una extensión y una complejidad que de ningún modo riñen con la posibilidad de su comprensión y eventual aceptación. En otros contextos de recepción la expresión de los argumentos requiere otras características. Los argumentos que se le presentan a los conductores en las autopistas, por ejemplo, deben ser breves, preferiblemente visuales y tan emplazados en el contexto de la acción como sea posible; así mismo, se juzga preferible

que los argumentos dirigidos a un niño menor de cierta edad sean escuetos. En casos como estos resulta notable la necesidad de que A pueda desarrollar por sí mismo el argumento sin detenerse a pensar en las intenciones de H.

Una última razón general por la cual la intención de H llega a resultar irrelevante para que P sea un argumento a favor de C consiste en que C puede ser una acción orientada a un fin individual en un entorno privado. Tratándose de una situación en la que alguien debe tomar una decisión y busca argumentos a favor de distintas alternativas, puede ocurrir que al leer, escuchar y consultar textos multimodales la persona busque razones sin detenerse a considerar si las intenciones de quienes los han producido tienen algo que ver con la decisión que busca tomar. En una situación como esta, A no pretende interpretar bien, sino ampliar el conjunto de las razones a considerar, en procura de una mejor decisión.

3. ALGUNOS EJEMPLOS DE SITUACIONES EN LAS QUE NO SE APLICA EL CONCEPTO INTENCIONAL

Como he sugerido, hay toda una variedad de casos en los que A puede encontrar un argumento sin saber si ha habido una intención argumentativa en H. Sin ánimo de ser exhaustivos, podemos considerar casos en los que o H no tiene intención argumentativa o la tiene pero la oculta para evitar un compromiso inconveniente; casos en los que H tiene la intención y está dispuesto a comprometerse con el argumento, pero no hace explícita su intención porque A no está en condiciones de procesar esa información; casos en los que H tiene la intención, pero no la hace explícita porque hacerla explícita es contrario a las reglas del juego que propone o en el que participa; y casos en los cuales H no tiene intención argumentativa y dice que no la tiene, pero a la audiencia le interesan los argumentos que encuentra, con independencia de las intenciones de H.

De los primeros casos es fácil encontrar ejemplos en discursos políticos. Así, en el contexto de las elecciones a la presidencia de Colombia, en el 2010, los televidentes escucharon al entonces candidato Juan Manuel Santos referirse constantemente a Antanas Mokus, otro candidato con opciones, como “profesor” y como “profesor Mokus”. Este candidato, en efecto, había sido profesor y rector de una universidad; el apelativo era llamativo porque en Colombia los candidatos se interpelan con el título de doctor – “doctor Fulano” – o simplemente como candidato – “el candidato Fulano”. Ni el candidato Santos ni los restantes miembros de su partido, que también se referían al otro candidato como “profesor Mokus”, aclararon nunca si eligieron este apelativo con alguna intención argumentativa; sin embargo, una persona que estuviera pensando en si debía

votar por el candidato Santos, cuya campaña hizo tanto énfasis en su trayectoria como político y funcionario público, o si debía votar por el otro candidato, podía reparar en el apelativo, “profesor Mokus”, y recordar que éste carecía de la experiencia y de los éxitos en la función pública de aquél. A los ojos de un votante en esta situación, esto puede constituir una razón para votar por un candidato, aunque no le resulte claro si la elección del epíteto tiene esa intención.

Casos del segundo tipo pueden encontrarse en las intervenciones comportamentales argumentativas. Así, en intervenciones como los programas de televisión infantil “*Popeye el marino*” y “*Plaza Sésamo*” los niños encuentran efectos positivos del consumo de espinacas y efectos negativos de comer en la cama, respectivamente. El conocimiento de estos efectos puede constituir para ellos razones persuasivas de lo primero y disuasivas de lo segundo. En estos casos, normalmente los adultos conocen las intenciones argumentativas de las intervenciones, pero los niños, que constituyen la audiencia buscada, no las conocen y, sin embargo, en ocasiones, encuentran las razones que han sido puestas ahí para ellos.

Hay casos del tercer tipo en obras cinematográficas ensayísticas. En *Sans Soleil*, de Chris Marker (1983, 1993), por ejemplo, se presenta una tesis valorativa según la cual los momentos suspendidos que no han servido para nada más que para dejar un recuerdo, las cosas efímeras, son valiosas. Esta tesis se opone a otra según la cual son valiosas las cosas que conducen o se subordinan a otras. La estrategia argumentativa de este ensayo multimodal consiste en proporcionarle al espectador una serie de imágenes de cosas efímeras que “hacen latir más rápido el corazón”. La serie de las imágenes está dispuesta de manera discontinua. Es posible apreciar el valor individual de cada una. Si la presentación de estas imágenes hace latir más rápido el corazón del espectador, puede encontrar en su experiencia de esas imágenes una razón para modificar su valoración de las cosas tenues, puede aprender a obtener un melancólico confort de su contemplación. Y no es sólo que el espectador no necesite del conocimiento de la intención argumentativa del cineasta, sino que la declaración de esta intención impediría el juego de desciframiento que el ensayo le propone al espectador.

Por último, casos del cuarto tipo se ilustran con argumentos narrativos que un lector puede encontrar en una obra de arte literaria. Por ejemplo, como ha expuesto Green (2017), la narración de lo que ocurre con un padre y su hijo, en la post apocalíptica *Carretera*, de McCarty, puede hacer que un lector se pregunte si, en una situación como esa, dejaría morir a su hijo de hambre o recurriría al canibalismo; aunque, en la comodidad de su modo de vida, esta pregunta suele resultarle inconcebible. En este y

otros casos semejantes, para A, la narración puede constituir una razón a favor de C, no sólo a pesar de desconocer la intención argumentativa de H sino incluso a pesar de estar convencido de que H no tenía esa intención argumentativa – a la manera en que algunos intérpretes siguen encontrando argumentos políticos en *El Señor de los Anillos*, pese a las protestas que Tolkien presentara en su momento (1993: 10-12).

Una presentación más esquemática de estos tipos de situaciones puede encontrarse en la siguiente tabla (tabla 1):

Tabla 1. Situaciones en las que no se aplica la definición intencional de argumento

Tipo de situación social en la que tiene lugar la expresión del argumento	Situación psicológica en la que tiene lugar la producción o la recepción del argumento	Ejemplo
Acción colectiva no intencional	H no tiene u oculta una intención argumentativa	Algunos argumentos políticos, como el de Santos
Acción colectiva no disciplinada	Una intención argumentativa explícita sería incompatible con las reglas	Algunos ensayos multimodales, como el de Marker
Lugar de paso rápido	A no tiene tiempo para pensar despacio	Argumento emplazado

4. BREVE CONSIDERACIÓN DE ALGUNAS OBJECIONES POSIBLES

Antes de terminar, quisiera considerar brevemente cuatro objeciones posibles.

1. La primera consiste en que un argumento es algo que se comunica y comunicar es realizar actos de habla intencionales. El giro pragmático en la Teoría de la argumentación ha sido, sin duda, de gran provecho; pero no todo lo comunicado es intencional. Grice no lo creyó así y, en consecuencia, estableció diferencias entre “hacer saber” y “decir” (2005c: 486). Con todo, los casos de “hacer saber” también son casos de comunicación, sólo que no son los casos de “decir” que a Grice le interesaba estudiar. Sin embargo, creo que no por ello deberíamos dejar de estudiarlos en el campo de la teoría de la argumentación, pues, como los ejemplos presentados sugieren, en la vida social, con frecuencia, de manera intencional o no, a una audiencia se le dejan conocer razones o, mejor, una audiencia encuentra razones o argumentos a favor de algo que le interesa.

2. La segunda objeción consiste en que, al prescindir de la condición de la intención de H en la definición de argumento, se diluye la diferencia entre inferir y captar un argumento. Sugiero que ello no ocurre si se restringe la captación de un argumento a la interpretación de un signo agentivo como razón a favor de una solución a un

problema teórico o práctico.

En efecto, si se entiende que un argumento es una razón a favor de una creencia o de una acción, captar un argumento es darle a la información obtenida por la interpretación de un signo la función de una razón. Si se añade la consideración de que los argumentos se presentan cuando un problema puede ser resuelto de varias maneras (Aristóteles, *Ética Nicomáquea*. *Ética Eudemia*, pp. 1112b-1113a), así que se requiere una razón para elegir una de esas maneras, entonces, puede afirmarse que captar un argumento es inferir la solución a un problema a partir de la información obtenida por la interpretación de un signo.

En este punto se plantea la necesidad de señalar lo propio o lo característico del tipo de inferencia o de razonamiento consciente que hace parte de la captación de un argumento, con respecto a otros tipos de inferencia. Pues bien, lo propio de la inferencia que constituye un argumento es que (1) parte de la información obtenida a través de la interpretación de un signo producido por un agente y (2) concluye en la solución a un problema.

Así, cuando alguien sabe que amanece porque la luz solar lo despierta, no capta un argumento porque esa luz no es un signo agentivo y él no buscaba resolver ningún problema; tampoco capta un argumento quien se sabe saludado porque le dirigen un “buenos días”, ya que, si bien el signo es agentivo, no había ningún problema que resolver; sí resuelve un problema el médico que infiere que el paciente tiene sarampión a partir de unas manchas en su piel, pero no capta un argumento porque las manchas no son signos producidos por el agente; en cambio, por último, sí capta un argumento porque resuelve un problema a través de una inferencia que parte de la interpretación de un signo agentivo el votante que decide no optar para la presidencia por un candidato al que su opositor se refiere con el apelativo de “profesor”.

3. La tercera objeción señala que lo anterior no basta para distinguir entre una inferencia interpretativa y una captación de un argumento. Considero que sí lo hace y que esa diferencia reside en que la inferencia interpretativa puede ofrecerse como respuesta a una pregunta de tipo “¿qué significa x?”, mientras que la captación de un argumento puede ofrecerse como respuesta a una pregunta de tipo “¿por qué aceptar o hacer C?”.

Con la expresión “inferencia interpretativa” me refiero al conjunto de las inferencias que alguien tiene que hacer para comprender un texto; por ejemplo, a las que son necesarias para resolver la ambigüedad de los términos, a las que hacen falta para suplir eventos anteriores o posteriores que resultan indispensables para darle

sentido a un segmento narrativo, a las que haya menester para restituir el sentido de un texto según el principio de cooperación, etc. Sin embargo, aunque el conjunto de estas inferencias interpretativas puede ser relativamente amplio, todas ellas contribuyen a asignarle un sentido a un texto, a contestar preguntas de tipo “¿Qué significa x?”.

En cambio, las inferencias que participan de la captación de un argumento pueden servir a la resolución de preguntas del tipo “¿Por qué hacer o aceptar C?”. Es claro que un texto en el que se presenta, se resuelve y se justifica la resolución de una pregunta de este tipo es un texto que se clasifica como argumentativo, es claro también que lo que en él cumpla la función de la justificación se clasifica como argumento. Pero incluso cuando en el texto no se formula una pregunta de este tipo y quien lo produce no parece interesado en ella, el receptor del mensaje puede estarlo, la audiencia puede traer al texto esa preocupación, o la preocupación puede formarse durante la experiencia del discurso. En estos casos, partiendo de respuestas a preguntas interpretativas, de tipo “¿Qué significa x?”, la audiencia puede arribar a respuestas como “x significa y” y en encontrar en “y” una razón P, a favor de C, esto es, inferir respuestas a preguntas argumentativas, de tipo “¿Por qué hacer o aceptar C?”.

Así, pues, por una parte, las inferencias interpretativas pueden hacer parte del proceso que lleva a la audiencia hasta la captación de un argumento, pero, por otra parte, difieren de ella por dos rasgos: (1) Por su punto de partida, que en el caso de la inferencia interpretativa es la percepción de un signo, mientras que en el de la captación de un argumento es la interpretación de un signo o la asignación de un significado; y (2) por el tipo de pregunta o de preocupación que ayudan a resolver, que en el caso de la inferencia interpretativa tiene la forma de “¿Qué significa x?”, mientras que en el caso de la captación de un argumento tiene la forma de “¿Por qué hacer o aceptar C?”.

4. La cuarta objeción es que, si bien es claro que un texto o un discurso se puede interpretar haciendo énfasis en el polo de su producción, pues hay una relación convencional entre las intenciones de H y los signos que integran el texto, en cambio, no es claro cómo se puede interpretar un discurso haciendo énfasis en el polo de su recepción. Pienso que si se consideran con detenimiento los ejemplos que he ofrecido previamente se puede encontrar que, en ellos, para explicar cómo encuentra A un argumento, pese a su desconocimiento de las intenciones de H, se añaden las preocupaciones, las creencias y los valores con los que A lee o atiende al discurso de H. De hecho, si H puede ofrecer razones y, simultáneamente, ocultar su intención de hacerlo es, precisamente, porque puede anticipar las preocupaciones con las que A lee su discurso. Dicho de otro modo, al margen de si H tiene o da a conocer una intención

argumentativa, podemos determinar los argumentos que A encontrará en un texto a partir de nuestro conocimiento de sus preocupaciones, creencias y valores.

5. CONCLUSIÓN: UTILIDAD DE UNA REDEFINICIÓN NO INTENCIONAL DEL CONCEPTO DE ARGUMENTO

Quisiera finalizar reiterando la utilidad de una eventual redefinición no intencional del concepto de argumento. Parte de lo que he estado intentando sugerir en esta presentación es que, junto a los casos en los que H hace explícita su intención argumentativa, hay otros casos en los que A encuentra argumentos, pero no está en condiciones de saber, y en ocasiones no le interesa saber, si H tenía una intención argumentativa al elaborar un discurso x. La definición intencional de argumento nos capacita para identificar argumentos en los casos en los que o bien se hace explícita una intención argumentativa o bien podemos darla por supuesta; en cambio, dificulta la identificación de argumentos en los casos restantes. Una redefinición no intencional del concepto de argumento tendría la obvia ventaja de permitirnos la identificación de argumentos en las dos clases de casos.

REFERENCIAS

- Aristóteles. (Ética Nicomáquea. Ética Eudemia). *Ética Nicomáquea. Ética Eudemia*. Barcelona: Gredos.
- Blair, J. A. (2011). *Groundwork in the Theory of Argumentation: Selected Papers of J. Anthony Blair* (2012 edition). Dordrecht: Springer.
- Eemeren, F. H. van. (2019). *La teoría de la argumentación: Una perspectiva pragmatológica*. Pueblo Libre: Palestra Editores.
- Eemeren, F. H. van, & Grootendorst, R. (2013). *Los Actos de Habla en las Discusiones Argumentativas*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Goddu, G. (2018). Against the Intentional Definition of Argument. *Argumentation and Inference: Proceedings of the 2nd European Conference on Argumentation*, 2, 339-348. <https://scholarship.richmond.edu/philosophy-faculty-publications/138>
- Goodwin, J. (2007). Argument Has No Function. *Informal Logic*, 27(1), Article 1. <https://doi.org/10.22329/il.v27i1.465>
- Green, M. (2017). Narrative Fiction as a Source of Knowledge. En P. Olmos (Ed.), *Narration as Argument* (Vol. 31, pp. 47-61). Dordrecht: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56883-6_4
- Grice, P. (2005a). Las Intenciones y el Significado del Hablante. En *La Búsqueda del Significado* (Luis M. Valdés Villanueva, pp. 491-520). Madrid: Tecnos.
- (2005b). Lógica y Conversación. En *La Búsqueda del Significado* (Luis M. Valdés Villanueva, pp. 520-539). Madrid: Tecnos.
- (2005c). Significado. En *La Búsqueda del Significado* (Luis M. Valdés Villanueva, pp. 481-491). Madrid: Tecnos.
- Hamblin, C. L. (2000). *Falacias*. Pueblo Libre: Palestra Editores.
- Jacobs, S. (2000). Rhetoric and Dialectic from the Standpoint of Normative Pragmatics. *Argumentation*, 14(3), 261-286. <https://doi.org/10.1023/A:1007853013191>
- Kock, C., & Lantz, M. (2023). *Rhetorical Argumentation: The Copenhagen School*. Windsor:

- University of Windsor.
Marker, C. (Director). (1983). *Sans Soleil (Sunless)*.
<https://www.youtube.com/watch?v=fdusEgrbhgA>
-(1993). *Sans Soleil / Sin Sol* (M. Álvarez, A. Redín, & S. Costa, Trans.). Comparative Cinema. <http://www.ocec.eu/cinemacomparativecinema/index.php/ca/11-materiales-web/183-sans-soleil-sin-sol>
- Marraud, H. (2015). *Argumentos e inferencias; teoría de la argumentación y psicología del razonamiento*. CONFERENCIAS DE HONOR DE PSICOLOGÍA DEL PENSAMIENTO, FACULTAD DE PSICOLOGÍA, UAM. https://www.academia.edu/11982393/Argumentos_e_inferencias_Teor%C3%ADa_de_la_argumentaci%C3%B3n_y_psicolog%C3%ADa_del_razonamiento
- Mohammed, D. (2016). Goals in Argumentation: A Proposal for the Analysis and Evaluation of Public Political Arguments. *Argumentation*, 30, 221-245.
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación: La nueva retórica*. Barcelona: Gredos.
- Tindale, C. W. (1999). *Acts of Arguing. A Rhetorical Model of Argument*. New York: State University of New York Press.
- (2015). *The Philosophy of Argument and Audience Reception*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tolkien, J. R. R. (1993). *El Señor de Los Anillos*. Barcelona: Minotauro.
- Toulmin, S. E. (1977). *La comprensión humana*. Madrid: Alianza.
- (2007). *Los Usos De La Argumentación*. Barcelona: Península. (Toulmin, S.E. (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press).

AGRADECIMIENTOS: Este trabajo de investigación se ha realizado en el marco del proyecto "Prácticas argumentativas y pragmática de las razones 2", PID2022-136423NB-I00, financiado por MCIN/ AEI / 10.13039/501100011033 / y por "FEDER Una manera de hacer Europa. Además, en la realización de este trabajo me he apoyado constantemente en los proyectos realizados en la línea de diálogo social del Centro Humanista de la universidad Eafit, por lo que le agradezco también a todos los miembros del equipo, especialmente a Nataly Pineda, Laura Rojas, Paola Atehortúa, Juan Julián Alzate y Natalia Londoño; aunque, por supuesto, esta propuesta no compromete sus posiciones teóricas, sino sólo las mías.

J. Gómez: Docente del área de lenguaje en la escuela de Artes y Humanidades de la Universidad Eafit (Colombia) y director de la línea de diálogo social del Centro Humanista de la misma universidad, realiza actividades de docencia, investigación y consultoría, desde el punto de vista y en el marco de la teoría de la argumentación.