

LA ARGUMENTACIÓN

1. DEFINICIÓN

La argumentación es una variedad del discurso con la cual se pretende **defender una opinión o tesis o rebatirla con el fin de persuadir de ella a un receptor aportando para ello pruebas y razonamientos**. Su objetivo, pues, es convencer al lector para que piense de una determinada manera.

En sentido amplio, la argumentación es una práctica discursiva que responde a una **FUNCIÓN** del lenguaje claramente **conativa o apelativa**: la que se orienta hacia el receptor para lograr su adhesión. No obstante, también existe una **función representativa o referencial** en la medida que se transmite una información. Y también es habitual que para que la fuerza de la persuasión sea mayor se empleen elementos con función **expresiva o emotiva**.

Este tipo de escrito con función apelativa se manifiesta en muchas actividades discursivas características de la vida social, tanto oralmente como por escrito. Así, **oralmente** se argumenta en la conversación cotidiana, en una entrevista de trabajo, en una tertulia, en un mitin político, en una intervención parlamentaria... Y **por escrito** la argumentación se manifiesta en editoriales o en cartas al director, entre otros textos. Y existe también un tipo especial de publicidad, la "publicidad de argumentación", que usa mecanismos de persuasión para vencer reticencias y convencer a los receptores del anuncio.

No obstante, hay quien distingue entre la argumentación propiamente dicha y la persuasión. Así, la argumentación propiamente dicha tendría como objeto convencer al receptor mediante argumentos lógicos, objetivos y racionales; por el contrario, en la persuasión se trataría de convencerlo apelando a razones de tipo emocional o afectivo. El caso más característico de persuasión es el de algunos anuncios publicitarios.

2. RELACIONES CON LA EXPOSICIÓN Y CON LA NARRACIÓN

La argumentación no suele darse en estado puro. Muchas veces suele combinarse con la exposición, o a la inversa, lo que hace que en más de una ocasión tengamos que hablar de **texto expositivo-argumentativo**, donde ambos modos o formas de expresión lingüísticas se hallan mezclados. Esto ocurre, en especial, en todos aquellos textos que pertenecen a las disciplinas humanísticas, pero también en los textos científicos y en otras ramas del saber.

Por otro lado, la mayor parte de los teóricos de la lingüística textual admiten que la **superposición** es frecuente **entre el texto argumentativo y el narrativo**. Esto se manifiesta en obras literarias como, por ejemplo, los cuentos del *Libro de Patronio*, de Don Juan Manuel; así como en todas las variedades del relato ejemplar (parábola, fábula, novela de tesis).

3. ELEMENTOS DE LA ARGUMENTACIÓN

Miriam Álvarez, en *Tipos de escrito II: Exposición y argumentación*, señala que tres son los elementos que constituyen generalmente una argumentación: la tesis, el cuerpo argumentativo y la conclusión.

La **TESIS** es la idea fundamental en torno a la que se reflexiona. Puede aparecer al principio de la argumentación o al final, según

empleemos un método deductivo o inductivo. E incluso puede no hacerse explícita (tesis implícita) para que sea el receptor el que la deduzca¹.

El **CUERPO DE LA ARGUMENTACIÓN** lo constituyen todo el conjunto de razones a las que se denominan argumentos. Con ellos el autor trata de convencer y persuadir al destinatario de lo acertado de la tesis planteada o de refutarla, según si está de acuerdo o no con el planteamiento inicial. Por otro lado, es aquí, en el cuerpo argumentativo, donde deben integrarse las citas, los argumentos de autoridad, los ejemplos... y, en general, todas las técnicas, heredadas de la retórica clásica, que sirven tanto para fortalecer la opinión defendida como para refutar la contraria.

La **CONCLUSIÓN** pretende aunar la tesis y los argumentos en una sola idea que resuma aquello que el emisor ha querido transmitir al receptor.

Si en un texto argumentativo aparecen estos tres elementos se habla de **argumentación explícita**. Si falta alguno de ellos se habla de **argumentación implícita**. Este es el caso de numerosos mensajes publicitarios en los que se transmite una relación de causalidad entre el consumo de un determinado producto y el logro de ciertas cualidades o beneficios, sin plantear las razones que permitan establecer dicha relación.

4. ESTRUCTURA DEL TEXTO ARGUMENTATIVO

4.1. ESTRUCTURA BÁSICA

Los textos argumentativos suelen organizar su contenido en tres apartados: introducción, desarrollo o cuerpo argumentativo y conclusión.

- En la **INTRODUCCIÓN** se plantea el tema que se va a tratar y, en ocasiones, puede estar presente también la tesis.
- El **DESARROLLO** (o cuerpo argumentativo) está constituido por los argumentos que el emisor aporta para defender su tesis e intentar convencernos de ella.
- La **CONCLUSIÓN** contiene un resumen o síntesis de las ideas expuestas en el texto. En ocasiones, se puede cerrar el escrito con una interrogación, una exhortación o una frase ingeniosa que dé un buen broche final al texto.

El orden en que aparezcan estos tres elementos en el texto depende del efecto que se quiera conseguir y del razonamiento que se siga. Así, por ejemplo, si el **método** que ha seguido el proceso argumentativo es **inductivo o sintetizante** la tesis suele aparecer al final del texto. Sin embargo, el autor puede emplear un **método deductivo o analizante**, si parte de la tesis para desarrollar a continuación los argumentos que la sustentan.

4.2. OTRA CLASIFICACIÓN

Otra clasificación válida para los textos argumentativos es la que propone Marcos Marín en *El comentario lingüístico. Metodología y práctica*, donde distingue los siguientes tipos de estructuras para los textos informativos²: esquema analizante, sintetizante, encuadrado y paralelo.

¹ Así, por ejemplo, en un texto irónico aparecerá la tesis de manera implícita, ya que en un texto de estas características el autor pretende decir lo contrario de lo que afirma.

² Marcos Marín distingue dos tipos de textos: informativos y literarios. En los primeros domina la denotación sobre la connotación. Los segundos se caracterizan por poseer una intención estética dominante y un mayor papel de la connotación.

- En el **ESQUEMA ANALIZANTE** posee un **carácter deductivo** ya que se expone una idea inicial y, a continuación, se aportan datos que dan credibilidad a dicha idea. Es decir, se parte de una tesis y se aportan datos y argumentos que la apoyan. Por lo tanto, se va de lo general (la tesis) a lo particular (argumentos, datos, pruebas...).
- El **ESQUEMA SINTETIZANTE**, de **carácter inductivo**, es inverso al anterior: su contenido está dispuesto de modo que la idea final concluye o se deduce de lo anterior. Es decir, en la estructura sintetizante se parte de unos hechos concretos, se procede a continuación a su análisis y se llega, por último, a una conclusión o tesis.
- En el **ESQUEMA ENCUADRADO** la tesis se expone al principio del texto, a continuación se colocan los argumentos y al final (conclusión) vuelve a confirmarse la tesis.
- En el **ESQUEMA PARALELO** no hay subordinación de unas ideas a otras por el contenido, sino que todas tienen la misma importancia que las demás. Es decir, en esta estructura la tesis no se formula directamente, sino que se reparte en una serie de afirmaciones que se repiten a lo largo del discurso, y los argumentos se intercalan también libremente. Se produce cuando las propuestas que se defienden son complejas y difíciles de sintetizar en una oración sencilla.

5. TIPOS DE ARGUMENTOS

En el cuerpo de la argumentación el emisor defiende su tesis utilizando argumentos de distinto tipo. Algunos de ellos son los siguientes:

- **Argumentos de autoridad (*ad verecundiam*)**. Se basan en la opinión de una persona o una institución de reconocido prestigio.
- **Argumentos objetivos**. Son los que se basan en datos, cifras o hechos comprobables, que no dependen de la opinión de la persona que argumenta. Ejemplo: "Fumar es perjudicial para la salud porque, según todos los estudios hechos hasta la fecha, el tabaco origina muchas enfermedades".
- **Argumentos de ejemplificación**. Se trata de argumentos basados en ejemplos (anécdotas, cuentos...) que se utilizan para defender una tesis.
- **De experiencia personal**. Se cuenta una experiencia vivida por el emisor o transmitida a éste por otra persona.
- **Analógico o de semejanza**. Este tipo de argumentos establece paralelismos entre lo argumentado y otro hecho de similar naturaleza. Se basa en la relación de semejanza entre dos hechos y suele seguir la estructura "A es a B lo que C es a D".
- **De universalidad**, basado en el peso moral que tiene lo generalmente aceptado (refranes, dichos populares, proverbios...).
- **De causa-efecto**. Es un tipo de argumento en el que se establece la causa de un hecho para justificar una tesis. Ej: "Fumar durante el embarazo produce alteraciones en los neonatos, por lo que las mujeres fumadoras dan a luz niños con debilidad muscular y bajo peso".

El emisor del texto, en ocasiones, para defender su tesis, puede utilizar argumentos que la apoyen e, inmediatamente después, destruirlos mediante razonamientos lógicos. La **refutación** es un procedimiento agresivo, pero efectivo.

Por último, recordaremos también que, algunas veces, los argumentos empleados por el emisor son **FALACIAS** (del latín *fallacia*, "engaño"), también denominadas *paralogismos* (del latín *paralogismus*). Se trata de argumentos que parecen válidos pero no lo son, y que son utilizados de forma intencionada para persuadir o manipular al receptor. A veces las falacias son muy sutiles y difíciles de detectar, por lo que es preciso prestar especial atención para identificarlas correctamente, ya que descubrir una falacia equivale a invalidar el argumento "falaz". Entre las falacias más frecuentes, tenemos las siguientes:

- **"Ad hominem" o falacia del ataque personal**. En este caso no se descalifica una idea sino a una persona concreta que la defiende. Es decir, se trata de cuestionar la credibilidad del adversario para echar por tierra las ideas que defiende. Ej: "La testigo ha afirmado que el acusado se encontraba con él en el momento en que ocurrieron los hechos que se le

imputan; no obstante, de todos es sabido que entre la testigo y el acusado existe una relación sentimental, por lo que su testimonio no debe ser tenido en cuenta".

- **Sofisma patético** (*phatos* = emoción). Se apela a los sentimientos y no a la razón. Muy utilizado en los mítines políticos. Ej: "Todo el que me conoce sabe que no soy una persona que ocupe un cargo público con la intención de enriquecerse, por lo que todas las acusaciones que han vertido sobre mí son completamente falsas".
- **"Ad populum" o sofisma populista**. Consiste en dar por cierto algo por el mero hecho de que así opina la mayoría.
- **Falacia de la falsa autoridad**. Se cita una autoridad, pero que no está relacionada con la materia de la que se habla.
- **"Ad ignorantiam" o falacia por ausencia de prueba**. Consiste en sostener una idea alegando que no existe prueba o evidencia de lo contrario, o bien apelando a la imposibilidad por parte del oponente de presentar pruebas convincentes de lo contrario. Ejemplo: "No se puede probar la existencia de vida inteligente en otros planetas, luego no existe vida inteligente en otros planetas".
- **"Ad baculum" o falacia "a base de palos"**. Consiste en sostener la validez de una idea mediante la amenaza, el miedo o el abuso de la posición propia. Ejemplo: "Si no haces lo que te digo, atente a las consecuencias".
- **Falacia casuística (generalización a partir de un caso concreto)**. Se dice a menudo que la excepción confirma la regla; sin embargo, esta falacia consiste en invalidar una regla basándose en alguna excepción. Por ejemplo, como un determinado político español no sabe hablar inglés, ningún político habla con propiedad dicha lengua.

6. CARACTERÍSTICAS LINGÜÍSTICAS

A pesar de que es casi imposible señalar la especificidad del lenguaje empleado en textos de tan diverso contenido y de tan diferentes niveles, y en los cuales el punto de vista del autor desempeña un papel tan destacado, pueden trazarse unos usos más o menos generalizados:

6.1. NIVEL FÓNICO

- Predomina la **modalidad enunciativa** ya que el emisor pretende manifestar cierta objetividad en sus planteamientos para hacerlos más creíbles.
- Pueden aparecer también **oraciones interrogativas, exclamativas o dubitativas**, que muestran la actitud personal del autor ante el tema tratado. Cuantos más enunciados de este tipo aparezcan, más subjetivo será el texto

6.2. NIVEL MORFOSINTÁCTICO

- Predominio del **estilo nominal** sobre el verbal, con presencia abundante de **sustantivos**, especialmente de **carácter abstracto**.
- Los **adjetivos** pueden ser explicativos o especificativos.
- Se utiliza el **modo indicativo** (modo propio de la realidad) en las oraciones principales y el subjuntivo en las subordinadas. Puede aparecer también el modo imperativo.
- Los tiempos verbales se moverán, generalmente, en el eje del **presente**.
- Gran **complejidad sintáctica**, con presencia de largos periodos oracionales.
- **Predominio de la subordinación** (causales, consecutivas, temporales...), más acorde con la expresión del razonamiento.
- Son frecuentes los **incisos** (marcados con rayas o paréntesis), mediante los cuales el autor ofrece una explicación o una aclaración a lo dicho.

6.3. NIVEL LÉXICO-SEMÁNTICO

- Si nos encontramos ante un texto con **tema científico**, sus características léxicas serán similares a las de los textos

expositivos y se caracterizará por el empleo de un lenguaje claro, denotativo, preciso, convincente y persuasivo. Pueden aparecer, además, tecnicismos y campos semánticos muy concretos.

- Si el **tema** es **más subjetivo**, posiblemente nos encontremos con palabras polisémicas y vocablos con valor connotativo y valorativo. Incluso pueden aparecer palabras propias de un registro vulgar en textos fuertemente modalizados.
- Es frecuente la presencia de **recursos literarios** en los artículos periodísticos: metáforas, comparaciones y, sobre todo, ironías.

6.4. ASPECTOS TEXTUALES Y CONTEXTUALES

- Es interesante mencionar la presencia de **mecanismos de coherencia interna** y procedimientos de **cohesión**. De hecho, uno de los rasgos más característicos de los textos argumentativos es que suele existir una sólida relación entre sus partes, y de ahí la presencia de numerosos conectores entre los distintos párrafos, es decir, de múltiples recursos supraoracionales que ponen en relación unas ideas con otras. Entre los marcadores de discurso más empleados en los textos argumentativos tenemos los siguientes: de contraste (*no obstante, en cambio, por el contrario...*), de consecuencia (*por lo tanto, en consecuencia...*), de oposición y contraste (*aunque, a pesar de todo, con todo y con eso...*) y de conclusión (*en conclusión, a fin de cuentas, en fin...*).
- Destaca también la presencia de numerosos **mecanismos de modalización**: adjetivos valorativos, adverbios que expresan duda, cambios de registro, presencia de la primera persona verbal, polifonía (procedimientos para incluir otras voces en el texto mediante el uso de comillas, cursiva...), recursos estilísticos...
- En cuanto a la **función** lingüística predominante, suele ser la **conativa o apelativa**. También pueden estar presentes las funciones representativa y expresiva, e incluso la poética.