1. CONCEPTO

La argumentación es una **variedad de discurso** con la cual se pretende **defender una opinión y persuadir** de ella **a un receptor** mediante pruebas y razonamientos. Se usa para desarrollar temas que están sujetos a controversia (admiten opiniones diferentes, incluso opuestas) o para demostrar la validez de una conclusión. Esto nos permite distinguir entre:

- ARGUMENTACIÓN SOBRE HECHOS: los hechos funcionan como conclusión. Es el caso de las demostraciones científicas, sumarios judiciales, etc.

- ARGUMENTACIÓN SOBRE OPINIONES: los hechos no funcionan como conclusión, sino como prueba para defender la propia opinión. Cobran importancia las convicciones personales y las creencias colectivas, los prejuicios (opiniones desfavorables sin fundamento), las escalas de valores, etc.

En cualquier caso, el emisor de todo texto argumentativo despliega ante el receptor cuantos mecanismos argumentativos considera necesarios: razonamientos, pruebas, ejemplos, recursos de carácter afectivo...

2. CARACTERÍSTICAS DE LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS

ASPECTOS ESTRUCTURALES

Como en todo tipo de texto, la organización de las ideas es fundamental para alcanzar el objetivo que se propone el autor, en este caso, convencer al receptor de una determinada idea. Hay una gran variedad de estructuraciones posibles, pero en todo texto argumentativo podremos observar **dos elementos fundamentales**: la tesis y el cuerpo argumentativo.

- La **TESIS** es la idea fundamental sobre la cual se reflexiona y se argumenta. La tesis puede aparecer al principio o al final del texto, incluso puede estar implícita (para que sea el lector quien la deduzca). Puede ser simple o compleja (si contiene varias ideas que se van encadenando a lo largo del texto).

  - No hay que confundirla con el asunto. Por ejemplo: el asunto de un texto puede ser la contaminación medioambiental; la tesis vendrá determinada por la opinión del autor sobre el tema, por ejemplo "La contaminación medioambiental sólo puede combatirse con éxito si se cambia primero el modelo socioeconómico".

- El **CUERPO ARGUMENTATIVO** constituye la argumentación propiamente dicha. Las ideas o razones que el autor utiliza para confirmar su tesis se denominan ARGUMENTOS, que son muy variados y pueden tener distintas funciones (ver punto 3). También el cuerpo argumentativo puede ser muy simple o muy complejo, dependiendo de la tesis que se defienda.

Estos dos elementos básicos pueden aparecer en el texto realizados en estructuras muy diversas. Las **dos estructuras básicas** se relacionan con los procedimientos de razonamiento lógico (ya se vieron en los textos expositivos):

- Procedimiento INDUCTIVO: el autor parte de los hechos concretos, convertidos en argumentos, para llegar a establecer mediante el análisis y el razonamiento una "ley general" que los explique. La tesis suele aparecer al final y sirve como conclusión del proceso argumentativo.

- Procedimiento DEDUCTIVO: se parte de una idea general (tesis al principio) para llegar a una conclusión sobre hechos concretos.

Otros esquemas textuales, partiendo de los anteriores, son:

- ESTRUCTURA ENCUADRADA: tesis al principio y al final.
- REPETITIVA: la tesis se va reiterando, con distintas formulaciones, a lo largo del texto.
- EN PARALELO: tesis diferentes que se van argumentando al mismo tiempo.

Con todo, es muy frecuente encontrar textos que se ajustan a la **estructura característica de la retórica clásica** (por ejemplo, en los procesos judiciales). Distinguía ésta **cuatro partes**:

INTRODUCCIÓN: sirve para enmarcar el problema (presentando ideas generales, formulando la tesis, enumerando los temas que se van a tratar o el orden en que se va a hacer), captar la atención del destinatario (señalando la importancia o novedad del asunto, presentando hechos sorprendentes o curiosos, narrando un caso particular...) o poner a éste de su parte mediante distintos recursos retóricos (captatio benevolentia).

EXPOSICIÓN: Tiene como función informar al destinatario de los hechos significativos relacionados con la tesis que se pretende defender. Debe ser, preferiblemente, clara y breve. La presencia de fragmentos expositivos (y a menudo descriptivos o narrativos) resulta muy normal y frecuente en la argumentación.

ARGUMENTACIÓN: Es la parte donde se presentan las pruebas o argumentos pertinentes para la comprobación de la tesis, tanto aquéllos que pretenden confirmarla como los usados para refutar la tesis opuesta. Podemos distinguir dos formas básicas en la disposición de los argumentos: Argumentación en cadena: las ideas se van derivando lógicamente unas de otras y Argumentación por adición: las ideas no se subordinan unas a otras sino que se suman los distintos argumentos para demostrar la tesis.

CONCLUSIÓN. Puede cumplir varias funciones: recordar la tesis defendida presentándola como ya confirmada, resumir las ideas fundamentales que se han desarrollado o incluso cerrar el texto con un detalle de ingenio (más propio de los artículos de opinión, por ejemplo).

- El autor, en cualquier caso, es libre de organizar y estructurar el texto como crea más adecuado.

3. TIPOS DE ARGUMENTOS Y FORMAS DE ARGUMENTACIÓN

3.1. Según su CAPACIDAD PERSUASIVA: Tres son las características que definen su mayor o menor adecuación: pertinencia, validez y fuerza argumentativa.

- ARGUMENTOS PERTINENTES: los que están relacionados con la tesis y contribuyen a reforzarla. *Ejemplo: si en una discusión sobre la energía nuclear alguien hablara de la belleza arquitectónica de las centrales nucleares, utilizaría un argumento no pertinente.*

- ARGUMENTOS VÁLIDOS: los que, siendo pertinentes, están bien construidos y conducen a la conclusión deseada. Se denomina FALACIA al argumento no válido, que puede ser rechazado. Por ejemplo: a menudo se cae en falacias por generalización inadecuada.
  - *Tienes que estudiar mucho: si tienes una carrera, encontrarás trabajo.*
  - *Pero ¡conozco multitud de licenciados en paro!*

- ARGUMENTOS DÉBILES o SÓLIDOS (según la fuerza argumentativa, que depende de la facilidad con que se puedan rebatir. El argumento que no puede rebatirse porque no admite discusión es un ARGUMENTO IRREFUTABLE:

  Tú no has podido ver a Pedro a las diez porque a esa hora lo estaban operando de apendicitis en el hospital.

3.2. Según su FUNCIÓN: La función primordial de todo argumento es probar la tesis. Pero podemos distinguir dos tipos de ideas en relación con un proceso argumentativo:

- ARGUMENTOS DE APOYO: los que apoyan la opinión propia.

- ARGUMENTOS CONTRARIOS: los que invalidan las ideas contrarias a la nuestra (CONTRAARGUMENTOS). Cuando se trata de una argumentación unilateral (el receptor no puede responder), estos suelen aparecer en el texto mediante el mecanismo de CONCESIÓN-ADVERSACIÓN: se acepta parcialmente un argumento opuesto a la tesis propia para después rebatirlo o contra-argumentar con una idea de más peso:

Es cierto que la película resulta un poco lenta (CONCESIÓN), pero todos los críticos la consideran una obra de arte (ADVERSACIÓN: mediante un argumento de autoridad).

3.3. Según su CONTENIDO: El contenido se suele basar en criterios según los cuales una idea es preferible a otras. Se llama TÓPICO al concepto o valor en que se apoya un argumento para establecer su fuerza argumentativa. Son muy variados y casi siempre relativos, pues responden a valores culturales y sociales que pueden ser diferentes para cada individuo. Tenemos, entre otros, el tópico de la existencia, el de la utilidad, el de la moralidad, el de la cantidad, el de la calidad, el de la belleza, el de la tradición, el del progreso y la novedad, el del placer...

- ARGUMENTO DE LO EXISTENTE: lo real y existente es preferible a lo no existente; lo verdadero es preferible a lo falso: *Ya sé que quieres ir al teatro, pero es mejor que pensemos otra cosa: los lunes no hay función.*

- ARGUMENTO DE UTILIDAD: lo útil y beneficioso es preferible a lo inútil; lo no perjudicial es preferible a lo perjudicial: *Debería dejar de fumar: tengo los bronquios hechos polvo.*

- ARGUMENTO ÉTICO: lo que está de acuerdo con ciertos principios morales es preferible a lo "inmoral": *No contestes así a tu padre. Es una falta de respeto.*

- ARGUMENTO DE CANTIDAD: lo que tiene más es preferible a lo que tiene menos. Puede aplicarse a cualquier magnitud: grande/pequeño, barato/caro, mucho/poco, etc. Es especialmente importante, por la frecuencia con que se utiliza, el llamado ARGUMENTO DE LA MAYORÍA: *¡No me diga que no le gusta el color de este vestido! Se está llevando mucho esta temporada.*

- ARGUMENTO DE CALIDAD: es inverso al anterior, por lo que sirve a menudo de contraargumento: *Aunque Madrid sea más grande y tenga muchas más posibilidades, se vive mejor en mi pueblo.*

Algunos otros son:

- ARGUMENTO ESTÉTICO: lo bello es prefible a lo feo.
- ARGUMENTO DE LA TRADICIÓN: lo tradicional es más valioso que lo nuevo o reciente.
- ARGUMENTO DEL PROGRESO: contrario al anterior.
- ARGUMENTO HEDONISTA: lo agradable es preferible a lo desagradable.

3.4. Según su FINALIDAD: Demostración y persuasión son las finalidades básicas de una argumentación. Los argumentos de tipo racional se utilizan para la demostración, mientras los afectivos sirven para persuadir.

- ARGUMENTOS RACIONALES: se basan en los hechos, los cuales son analizados y valorados racionalmente, bien de una forma objetiva (como en las demostraciones científicas), bien adaptándolos a los sistemas de valores y creencias de emisor y destinatario. Se suelen distinguir **dos formas de argumentación racional**:

A) ARGUMENTACIÓN LÓGICA: la que se basa en los principios lógicos del razonamiento humano (relaciones causa-efecto, concreto-abstracto, individual-general, condición-resultado). Veamos algunos argumentos de tipo lógico:

- La forma básica del argumento lógico es el SILOGISMO: un razonamiento que consta de dos premisas y una conclusión que se deduce de ellas (*Los hombres son mortales; Sócrates es hombre, luego, Sócrates es mortal*). En los textos argumentativos es normal que falte alguna de las premisas, por considerar que el receptor la acepta implícitamente. Veamos ejemplos de argumentación basada en relaciones lógicas:

Es mejor que vayamos al cine porque hoy los teatros están cerrados. (argumento: la causa)

La tasa de desempleo no ha bajado; por tanto, la política económica no ha sido tan efectiva como se dice. (Argumento: la consecuencia).

Estudia mucho para que un día llegues a ser un hombre de provecho. (Argumento: la finalidad).

- El EJEMPLO, que sirve para confirmar la veracidad de una tesis presentando un caso concreto de la realidad en el que esa tesis se cumple efectivamente:

El intenso tráfico marítimo de grandes petroleros constituye una de las amenazas más graves al ecosistema. Desastres como el del Exxon-Valdez, el del Mar Egeo o el del Prestige han ocasionado pérdidas irreparables en la fauna y la flora marinas de zonas de importantísimo valor ecológico.

Muy usual es la ejemplificación con casos extraídos de la EXPERIENCIA PERSONAL. Es fácil de rebatir por otro ejemplo en sentido contrario:

- Mira a tu primo Luis: a tu edad estudiaba mucho y sacaba muy buenas notas; ahí lo tienes, convertido en arquitecto y trabajando en una empresa importante.
- Mejores notas sacaba Fernando y todavía está en el paro.

- El ARGUMENTO DEL SENTIR GENERAL o del SENTIDO COMÚN: *No te eches la culpa por lo que ha pasado. Cualquiera en tu lugar habría hecho lo mismo.*

- El uso de REFRANES (“verdades” de la tradición comúnmente aceptadas por la cultura popular) y MÁXIMAS (aseveraciones sentenciosas que se muestran como verdades indiscutibles en apoyo de la tesis; a diferencia de los refranes, tienen un origen culto):

Es saludable acostarse pronto y levantarse temprano. A quien madruga Dios le ayuda.
No podemos esperar que la sociedad actual mejore. El hombre es un lobo para el hombre.

- ARGUMENTO DE AUTORIDAD: utiliza como apoyo a la tesis testimonios de expertos conocidos, especialistas en el tema o simplemente, personas de prestigio. Se puede presentar de dos formas: mediante el resumen y mediante la cita literal.

Como dice Aristóteles, cosa es verdadera,
el mundo por dos cosas trabaja: la primera
por haber mantenencia; la otra cosa era
por haber juntamiento con hembra placentera.
(Arcipreste de Hita: *Libro de Buen Amor*)

El pensamiento en el sentido estricto de la palabra es inseparable del lenguaje y de la capacidad de hablar. Helen Keller lo dice claramente cuando reflexiona sobre el modo como pasó de procesos cognitivos sin uso del lenguaje a pensar en términos de lenguaje: “Ella (la maestra) me trajo el sombrero y supe que iba a salir al sol tibio. Este pensamiento, si una sensación muda puede llamarse pensamiento, me hizo saltar y brincar de placer.”
(Adam Schaff: *Introducción a la Semántica*)

B) ARGUMENTACIÓN ANALÓGICA: para argumentar sobre el asunto sujeto a opiniones, se hace referencia a un hecho o asunto distinto pero que tiene semejanza con él. El emisor establece una relación de asociación de ideas o analogía entre ambos. El argumento analógico más frecuente es la COMPARACIÓN. El mismo valor puede tener la METÁFORA. Tanto una como la otra pueden funcionar como argumentos afectivos.

Convendría a la sociedad europea permanecer alerta para no cometer los mismos errores de otros tiempos. Los últimos resultados electorales del ultraderechista y racista Frente Nacional de Le Pen constituyen una amenaza tan terrible para la cultura democrática como la que en su día supuso el ascenso al poder del Partido Nazi en Alemania.
(El Periódico de Cataluña)

Tú eras el huracán y yo la alta
torre que desafía su poder:
¡Tenías que estrellarte o que abatirme!...
¡No pudo ser!
(Gustavo A. Bécquer: Rimas)

- ARGUMENTOS AFECTIVOS: que tienen como función conmover al destinatario, provocando en él reacciones emocionales que condicionen su apreciación de la tesis: simpatía, pena, admiración, temor, etc. En cuanto a su contenido y su forma, no son diferentes de los empleados en la argumentación racional. La diferencia estriba en el **especial uso del lenguaje**, que se carga de expresividad, gracias al empleo de **determinados recursos**:

Figuras estilísticas y tropos (la hipérbole, el paralelismo, la metáfora, el símil, la anáfora, la antítesis...); léxico connotativo, adjetivos y adverbios valorativos...

Este tipo de argumentación queda excluida de los discursos en que se exige una completa objetividad (demostraciones científicas); puede aparecer en ensayos de tema humanístico y en los géneros periodísticos de opinión, y es fundamental en los textos propagandísticos y publicitarios.

Ahora que llega el verano, la gente quiere cambiar de yo mediante una dieta. Los cuerpos se hacen visibles, pero sólo algunos mortales poseen una carne digna de ser asada. (...) Ya se sabe que a los dioses no les gusta el tocino, (...) de modo que todo el mundo se mata por llegar a la playa con el peso y la perfección de aquellas jóvenes reses que eran acarreadas hacia el ara del sacrificio en la antigüedad.

(Manuel Vicent)

Si el telón de acero se ha derretido y los malos de ayer son los buenos de hoy, ¿por qué los poderosos siguen fabricando y vendiendo armas y miedo?

(Eduardo Galeano)

En el primer ejemplo, la comparación entre las personas que toman el sol en una playa y las reses sacrificadas – asadas – a los dioses de la antigüedad es un argumento analógico que sirve, más que para convencer intelectualmente al destinatario de la inconveniencia de las dietas veraniegas, para persuadirlo a través del humor (*a los dioses no les gusta el tocino*) y del ridículo *(carne digna de ser asada....jóvenes reses...).*

En el segundo, tan importantes como el razonamiento utilizado ("las armas no son necesarias porque ya no hay ningún enemigo") son los recursos utilizados para expresarlo, que sugieren al destinatario que el concepto de enemigo es absurdo (*malos de ayer/buenos de hoy: antítesis*) y que las armas no se relacionan con la protección sino con el miedo (*vendiendo armas y miedo*: extrañamiento de la función poética, porque el miedo no se vende).