

TEMA 9. LA ARGUMENTACIÓN

1) Introducción: la argumentación y los elementos de la comunicación

Argumentar es aportar razones para defender una opinión, un punto de vista. Argumentamos cuando creemos que debemos apoyar o refutar un hecho o asunto – *Alaska ¿naturaleza virgen o petróleo?*-. Al argumentar pretendemos que el otro cambie de opinión, se convenza, se ponga del lado del punto de vista que defendemos. Para conseguir el efecto perlocucionario de la argumentación, es decir, que el destinatario resulte persuadido, el productor del texto persuasivo deberá reunir argumentos – pruebas, razones- con los que dar credibilidad a su discurso y presentarlos coherentemente de manera que conformen un conjunto semántico y lingüístico capaz de modificar las convicciones de quien nos escucha; ofrecer una sucesión de pruebas clara y ordenada es, sin duda, una de las tareas más complejas del texto argumentativo, pero no la única ni la más importante. “*5 motivos para respetar la reserva: 1) Cambio climático global. 2) Impactos del cambio climático. 3) Destrucción directa de ecosistema. 4) Regalos a la industria. 5) Efecto dominó.* (Revista Integral).

De lo que verdaderamente depende que un texto realice su función persuasiva es de que esos argumentos sean los adecuados a los destinatarios y a la situación de comunicación en relación con el asunto a tratar; son los elementos pragmáticos de la comunicación –productor, destinatarios, contexto- los que verdaderamente condicionan la tarea argumentativo-persuasiva, de los que depende que el acto de habla que representa el texto argumentativo culmine felizmente su cometido o fracase en su tarea de incidir en el receptor. La argumentación es, en consecuencia, una tarea compleja, que exige dominar mecanismos lógicos y psicológicos pero también aspectos estrictamente

comunicativos y contexto-dependientes pues es ahí donde la argumentación encuentra su verdadero sentido discursivo.

Características de la argumentación

Partiendo de lo dicho anteriormente, podemos señalar cuatro componentes básicos de la argumentación (Cuenca, 1995: 26):

1.*Objeto*: Cualquier tema controvertido, dudoso, problemático que se puede tratar de diferentes maneras. Por ejemplo, *la experimentación con animales en el laboratorio, Las virtudes de la soja o Por qué hay que mejorar las máquinas de café.*

2.*Locutor*: Es quien manifiesta un determinado punto de vista sobre la realidad, quien toma una determinada posición. *Una revista o un grupo de presión, una marca comercial, un consumidor preocupado.*

3.*Carácter*: Polémico, pues se basa en la contraposición de dos o más posturas. Los enunciados están todos relacionados unos con otros por oposición, contraste, etc. – *crueledad de los métodos de experimentación animal e inutilidad de los resultados; ventajas de la soja frente a otras legumbres; razones para elección de un tipo de producto (una tarifa plana) algo más cara que sus competidores- o para pagar menos por un producto mejor,*

4.*Objetivo*: Es provocar adhesión, persuadir, convencer al interlocutor de la aceptabilidad de una idea o de un punto de vista.

Estos cuatro componentes están al servicio de la construcción del texto argumentativo. Tradicionalmente se distinguen tres elementos importantes en la argumentación:

a)Tesis: Es la idea fundamental en torno a la cual se reflexiona. La tesis supone el núcleo de la argumentación de ahí que deba presentarse de forma clara y explícita. La tesis representa el punto de vista de quien la expone. En ocasiones no se trata de una cuestión simple por lo que la tesis puede incluir una serie de razonamientos encadenados.

TEXTO 1: *“Los animales son las primeras víctimas de una práctica que a menudo se ha querido presentar como la única opción posible. La experimentación con fines sanitarios, cosméticos industriales y militares, sin embargo, se ha mostrado –además de cruel- poco fiable. Y existen alternativas”*

TEXTO 2: *“Con vía digital puedes llegar a casa y disfrutar de la mejor televisión”*

b)Cuerpo argumentativo: Está formado por el proceso reflexivo que desarrolla, reafirma, refuta o aplica la idea principal. Es aquí, en el cuerpo argumentativo, donde deben integrarse todos los argumentos y todas las técnicas que hacen posible la defensa o refutación de una idea o concepto.

TEXTO1: *“5 razones para decir «no»”*

- 1. Los animales son anatómicamente diferentes a los seres humanos.*
- 2. No hay un modelo animal que pueda funcionar como réplica del hombre.*
- 3. En una patología entran en juego variables ambientales. Las consecuencias secundarias no se manifiestan en animales de laboratorio.*
- 4. Hay muchas técnicas alternativas.*
- 5. Evitar el consumo de productos experimentados con animales no nos hace cómplices.*

TEXTO 2:

- 1. Tienes la mejor oferta de cine*
- 2. Una importante selección de documentales.*
- 3. Una programación especialmente dedicada a la mujer de hoy.*

c) **Conclusión:** En las argumentaciones inductivas, es la tesis hallada tras el razonamiento. En las deductivas, recoge brevemente las ideas principales expuestas en la argumentación.

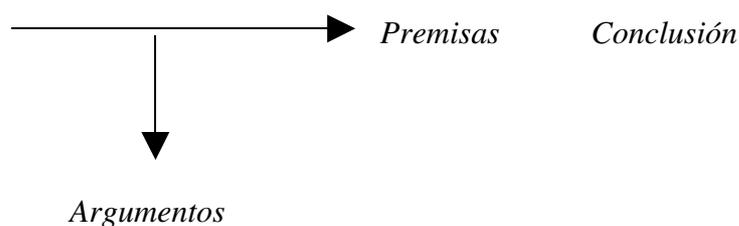
TEXTO 1: Mp: *Son muchas las organizaciones que abogan por una nueva concepción de la ciencia y por el respeto a los animales.*

Mp: *Los grupos con objetivos menos radicales promueven reducir, reemplazar y afinar.*

Mp: *Los protectores de animales recuerdan que proteger a los animales también es cuidar del medio ambiente, del equilibrio del ecosistema y protegerse de un mercado feroz que produce cada vez más productos con la lógica de la ganancia y crea más riesgos para todas las especies.”*

TEXTO 2: *Abónete a Vía Digital*

A lo largo del texto, construido frecuentemente según ese esquema tripartito, tienen lugar las operaciones argumentativas. Si admitimos la definición de Platin (1990: 126) según la cual “la argumentación es la operación lingüística mediante la cual un enunciador pretende hacer admitir una conclusión a un destinatario ofreciéndole una razón para admitir esa conclusión”, el esquema argumentativo más sencillo sería el siguiente:



Las premisas o hipótesis son los fundamentos del razonamiento. Son los objetos de acuerdo sobre los que se basa la argumentación, en muchas ocasiones no están explícitas pues se supone que son principios de acuerdo tácitos que harán posible el desarrollo argumentativo. El orden *premisas-argumentos-conclusión* corresponde a un tipo de razonamiento en el que partiendo de ciertas premisas se llega a la tesis o idea principal que aparece al final como conclusión, este tipo de discurso argumentativo se denomina progresivo. En estos casos es frecuente, como señala van Dijk (1978: 158), la presencia de elementos pragmático, como *luego*, cuya tarea no es establecer una relación intratextual, sino poner en evidencia la actividad deductiva de quien saca la conclusión, como ocurre en enunciados del tipo “He perdido las llaves del coche. *Luego* no puedo ir”. El orden regresivo sería aquel en el que a partir de una afirmación o proposición de una tesis, se presentan los argumentos que la justifican, como en el caso del enunciado: “No puedo ir. He perdido las llaves del coche.” Perelman y Olbrechts-Tyteca (1988: 84-140) realizan una exhaustiva relación de las principales premisas entre las que se incluyen desde las creencias, los valores y las relaciones jerárquicas –Dios, la patria, la justicia, los subordinados- hasta lugares comunes de tipo cuantitativo –es mejor tener mucho- o cualitativo –es más interesante lo difícil que lo fácil-.

En cuanto a los argumentos, Perelman y Olbrechts-Tyteca (1988:251-594) elaboran una clasificación que tiene como punto de partida la teoría clásica sobre los lugares comunes. Quintiliano en las *Instituciones oratorias* (5, 10, 24-30) distingue siete clases de argumentos:

1. *Argumentos extraídos de las personas*
2. *Argumentos extraídos de las cosas*
3. *Argumentos extraídos de la definición*
4. *Argumentos extraídos de la semejanza*

5. *Argumentos extraídos de la comparación*
6. *Argumentos extraídos de la suposición*
7. *Argumentos extraídos de la circunstancia.*

De todos, los más importantes son los *argumenta a persona* y los *argumenta a re* pues es donde se puede encontrar mayor caudal argumental –la familia, la edad, la educación, el pueblo, el carácter; el lugar, el tiempo, la manera-. Perelman y Olbrechts-Tyteca prefieren dividirlos teniendo en cuenta el mecanismo utilizado y así distinguen:

1. *Argumentos por asociación*
2. *Ejemplos y comparaciones*
3. *Argumentos por disociación*
4. *Pseudoargumentos*

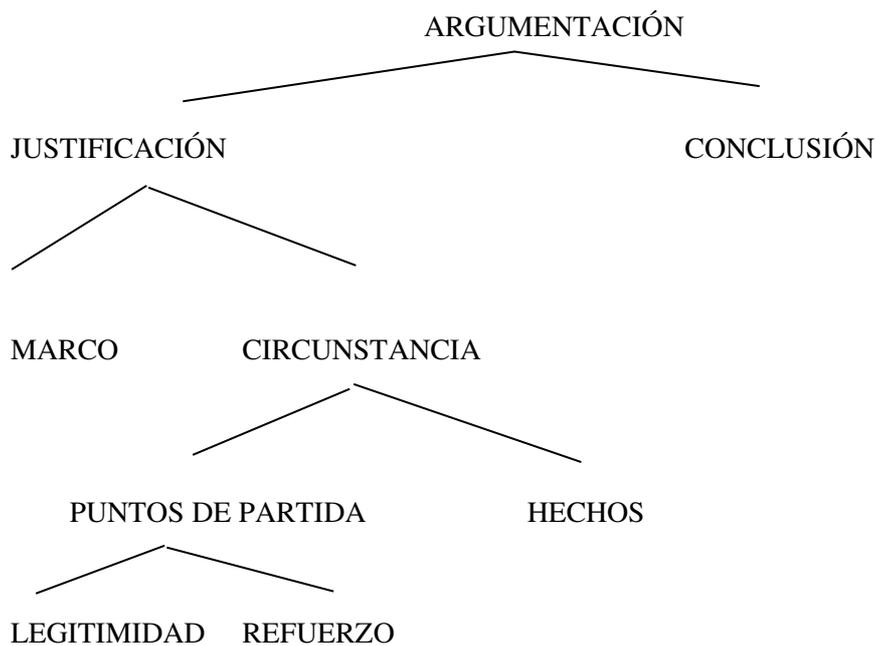
En el primer grupo se encuentran algunos de los tipos fundamentales de argumentos como por ejemplo *el argumento de autoridad* que consiste en la utilización de citas o documentos de personajes famosos con el fin de reforzar la idea sostenida en la tesis. Lo que el proponente considera autoridad puede ser muy variado e incluir palabras de sabios, filósofos, autoridades civiles, religiosas, entendidos en una materia, personajes populares, mediáticos, etc. Cercano al argumento de autoridad está el uso de *proverbios* y *refranes* pues en ellos se refleja una “verdad” conocida y comúnmente aceptada. En el mismo sentido, *la opinión pública* o *el sentido común* son argumentos con mucha fuerza pues hacen alusión al sentir general de toda la sociedad o de un grupo social.

Los ejemplos son también una importante fuente argumental. Con su uso se ilustra lo que se va a demostrar aludiendo a la experiencia compartida entre el hablante y sus destinatarios.

Los argumentos por disociación son interesantes pues presentan pares polarizados de opiniones o puntos de vista por lo que suelen usarse para radicalizar la argumentación.

Los pseudoargumentos no son verdaderos argumentos sino recursos –en algunos casos figuras- que facilitan la afirmación o refutación de una tesis. Algunos de ellos son el uso de la ironía, de las tautologías, la reducción al absurdo, etc.

Aunque la aplicación de todo este cuerpo argumental a la defensa de una tesis es ya, sin duda, un acto argumentativo, el esquema que hemos presentado al principio tiene versiones más complejas. Desde la lingüística del texto, van Dijk (1978: 158-163) presenta el siguiente esquema de la superestructura argumentativa:



En este esquema, van Dijk introduce algunos conceptos importantes como la legitimidad o garantía. Se trata de una regla general o de una información conocida, frecuentemente no expresada pero que es la que permite dar el salto desde la hipótesis a

la conclusión: "La Ley de Calidad es justa puesto que refleja la legislación de los países europeos." Para admitir la relación hipótesis-conclusión tenemos que admitir una ley general que legitime nuestro argumento: "la legislación educativa de los países europeos es justa". Si explicamos esa relación estamos utilizando el refuerzo. El marco y las circunstancias resultan imprescindibles desde la perspectiva de la lógica informal pues condicionan la naturaleza de los argumentos.

La contrargumentación, como forma muy frecuente de presentarse la argumentación podría resumirse en el siguiente esquema (Calsamiglia-Tusón, 1999: 298):

HAY QUIEN -dice piensa opina **A**- y sostiene su -afirmación, opinión, idea- con **X** argumentos de -causalidad, autoridad, certeza, experiencia-

SIN EMBARGO

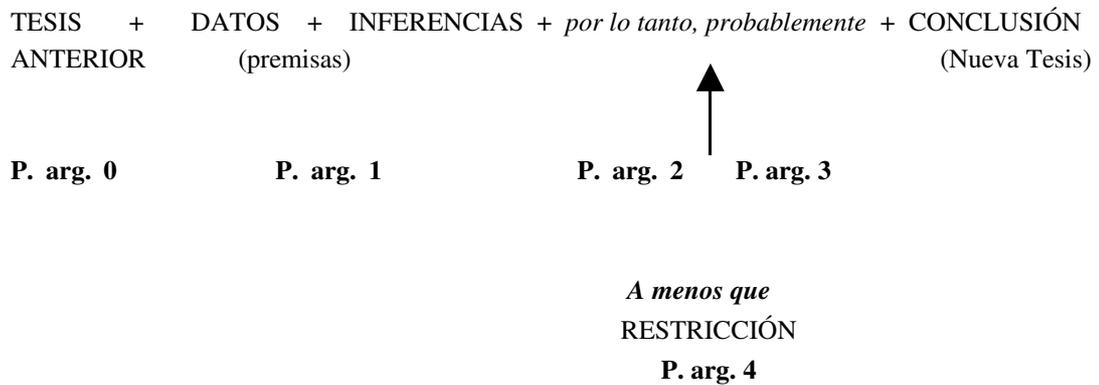
YO -digo, pienso, creo, mantengo- **B** y lo sostengo con **Y** argumentos.

"El argumento más habitual para defender la experimentación con animales es que favorece el avance de la ciencia y el bienestar humano. Sin embargo, la evidencia señala que buena parte de los ensayos se llevan a cabo en campos como el militar, industrial, cosmético o espacial"

"Hay que perforar Alaska, Redrok Canyon, Yellowstone y los últimos santuarios de vida silvestre en EEUU por razones patrióticas». Es el argumento que ondea a los cuatro vientos George Bus. [...] [Sin embargo] Mucho más sencillo sería exigir a los fabricantes de coches que mejoren la eficiencia de los popularísimos y supercontaminantes SUV.

El prototipo de la secuencia argumentativa

Para Adam (1997: 118) la secuencia argumentativa prototípica puede ser la siguiente:



Se trata de un esquema basado en tres proposiciones (P.arg.1, P.arg.2 y P.arg.3) que, en el caso de la contraargumentación se tomaría explícitamente a partir de la P.arg. 0.

Procedimientos lingüísticos de la argumentación

1. Núcleo clasificador: No + SER (presente) + SN

La presencia de la negación -explica Bassols (1997: 52)- es una forma sencilla de representar la negación de una idea previa defendida por alguien y la argumentación a favor de esa nueva posición. Por ejemplo ante la afirmación “*La guerra es una solución contra el terrorismo*”, la argumentación comenzaría negando la idea principal “*La guerra no es una solución contra el terrorismo*” y desplegando a partir de ese momento argumentos para defenderla. “*Contratar una tarifa plan barata te saldrá caro*”

“*Experimentar con animales no es la única posibilidad*”

“No debes perderte esta oportunidad”

El tiempo de la argumentación suele ser el presente. En cuanto a los verbos abundan los verbos *dicenci* y aquellos que están relacionados con la causalidad o la consecuencia.

“Las dificultades para estimar la cantidad de animales.....proviene de que....”

“La respuesta está en los intereses económicos que hay en juego”

“Todo esto parece señalar...”

2. Uso de la modalidad enunciativa. Es la más frecuente sobre todo en los textos demostrativos pues se requiere objetividad. Las modalidades exclamativas e interrogativas son más frecuentes en los discursos orales y en los textos de los medios de comunicación que requieren una mayor expresividad.

“¿Y si es por la salud humana?”

“¿Pero por qué se continúa validando productos después de experimentar con animales si existen tantas pruebas en su contra?”

3.Estructuras sintácticas complejas. Predomina la subordinación y los largos períodos oracionales que permiten expresar razonamientos complejos

“Más allá de la cosmética, abundan los macabros ejemplos de la invalidez de estas formas de testar fármacos, como el de la talidomida, el tranquilizante que en su campaña publicitaria (iniciada en octubre de 1957) afirmaba que era «inofensivo como una tableta de azúcar, especialmente indicado para mujeres encinta», y que provocó cerca de 10,000 nacimientos de niños sin brazos ni piernas.”

4.Léxico especializado. Depende de la materia de la argumentación, de a quién va dirigido el texto argumentativo y del tono de la argumentación. De esta manera es

posible encontrar léxico coloquial o polisémico alternando con expresiones más propias del lenguaje formal.

“*crak*”, “*tóxico*”, “*vivisección*”, “*test Dreize*” “*ulcera dolorosa*”, “*escopolamina*”, “*cicuta*”

5. Recursos propios de la argumentación

a) Marcas de orden que introducen los párrafos: Uso de titulares resaltados tipográficamente y en los que las microproposiciones también están resaltadas:

Mp: “*Las alternativas existen*”

mp1: *Modelos computacionales*

mp: *Bases de datos*

mp: *Técnicas in vitro*

b) Comillas y citas: “*Según Kepa Tamames, de la Asociación por un Trato Ético de los Animales, de Vitoria: «el primer error que suele cometer el gran público consiste en creer que la experimentación con animales tiene lugar única y exclusivamente en el área de la medicina y la farmacología»*”

c) Interrogaciones retóricas: “*¿Quién probaría un medicamento para bebés en un anciano?*”

d) Guiones: “*si la penicilina hubiera sido probada en la cobaya –para la que es tóxica- en vez del ratón, se habría descartado.*”

e) Nexos que expresan causa o consecuencia: “*en cambio*”, “*por el contrario*”, “*en consecuencia*”, “*por tanto*”.

f) Recursos retóricos. Metáforas, perífrasis, anticipaciones, repeticiones, antítesis, paralelismo, amplificaciones, citas, apóstrofes.

Pragmática de la argumentación

Toda la construcción lógica del discurso argumentativo está, como hemos señalado al principio, condicionada por los elementos pragmáticos de la comunicación. Es finalmente la definición de una comunidad interpretativa y el establecimiento de una finalidad clara para el discurso lo que condiciona las elecciones semánticas y expresivas que el productor del texto argumentativo debe realizar.

En la actualidad la argumentación está presente en tres tipos fundamentales de textos: los de los medios de comunicación –periodísticos de opinión, revistas temáticas-; los textos del ámbito político – la propaganda o los discursos electorales especialmente- y la publicidad en la que la argumentación encuentra en la actualidad sus más sofisticadas manifestaciones.