

MECANISMOS LINGÜÍSTICOS Y DISCURSIVOS DE LA ARGUMENTACIÓN

La argumentación es un fenómeno discursivo complejo que tiene como objetivo convencer a un receptor sobre unas ideas o tesis. Argumentar es convencer a un receptor para que piense de una determinada forma. Se utiliza normalmente para desarrollar temas que se presten a controversia, y su objetivo fundamental es ofrecer una información lo más completa posible, a la vez que intentar persuadir al lector mediante un razonamiento.

Aparecen tres funciones fundamentalmente: la expresiva, apelativa y la representativa.

Desde la perspectiva de las tipologías textuales, la argumentación es un tipo de texto o discurso (acordaros de que hay cinco tipos: la narración, la descripción, la argumentación, la explicación y el diálogo).

Siempre que hablamos o nos comunicamos transmitimos información "orientada" hacia algún tipo de conclusión.

-narrativos: consisten en contar una serie de sucesos reales o imaginarios.

-descriptivos: consisten en explicar o dar a conocer las características de algo o alguien.

-argumentativos: defienden una teoría u opinión personal mediante razonamientos que pretenden convencer.

-expositivos: explicación y desarrollo de un tema o idea para que el receptor la comprenda.

-instructivos: consisten en dar instrucciones, consejos, normas al receptor.

-conversacionales: planificados (conferencia, debate, entrevista) o espontáneos.

Estructura:

Partes del texto:

Tradicionalmente, los textos suelen tener *introducción, desarrollo y conclusión*. Marcaremos las líneas o párrafos que correspondan con esta división del texto. Además, debes comentar cómo va evolucionando la tesis y hacer referencia a las ideas secundarias y los ejemplos que el autor emplea para conseguir su objetivo. Debes tener en cuenta que no todos los textos presentan este esquema, que sí es muy habitual en los expositivos-argumentativos.

Elementos de la argumentación:

La tesis, el cuerpo argumentativo y la conclusión son los elementos que constituyen generalmente una argumentación. Conviene advertir que, en ocasiones, la argumentación puede adoptar otras manifestaciones; es el caso de algunos textos en los que se presentan dos elementos contrastados entre sí. Al final, el receptor puede comprobar cómo ha actuado el autor para persuadirlo, como ha intentado sugerir la conveniencia de su posición.

Los tipos de argumentos más habituales utilizados en el razonamiento son:

-Datos y estadísticas: su función es dar al argumento un carácter científico, comprobable.

"Una reciente encuesta concluye que la mayoría de los españoles no cree en las encuestas. Me resisto a formar parte del pelotón de las minorías. Pero esta vez no tengo más remedio que apartarme de la siempre sabia opinión de las mayorías. Aunque lo más verosímil es que se trate de una broma estadística. Una encuesta en la que se afirma que la gente no cree en las encuestas es, por lógica, una muy sospechosa encuesta".

-Argumento de autoridad: se acude a autoridades en la materia para incidir en un argumento determinado. Suele combinarse con la cita.

"Hace poco más o menos un año, con motivo de una desafortunada e insolidaria actuación del alcalde de Milán respecto a unos albaneses, Umberto Eco se preguntaba en un artículo qué puede hacerse..."

-Citas:

"Es lógico que mi amiga Carmen Martín Gaité reaccione contra las multinacionales que mueven continuamente la máquina de comernos el coco, para sacarnos el dinero. Así es. Pero hay más. Por debajo de negocios y propagandas, como en la canción de Luis Eduardo Aute, "queda la música"."

-Analogías y ejemplos:

"¿Qué dirían los ecologistas si, desde hace veinte años, la tasa de fecundidad de las ballenas hubiese bajado hasta llegar a menos de la mitad necesaria para asegurar la renovación de la especie?"

-Experiencia personal:

"Solo quería referirme ahora al hecho de que la destreza material para escribir está terminando; quedará limitada a breves y urgentes

anotaciones. Y aún así, yo mismo poseo un aparatito de bolsillo en el que apunto señas, teléfonos, citas...”

-Generalizaciones indiscutibles o verdades evidentes: el autor hace referencia al sentido común, tratando así de ganarse al lector.

“Que la lengua es un ser vivo, en proceso constante de cambio, es algo que ya sabíamos desde la escuela. Que hay palabras que mueren, otras que nacen y otras que cambian de significado al correr de los tiempos es sabido por todos”.

-Criterio sapiencial: refranes, proverbios, máximas son el punto de partida.

“Según dice un refrán hebreo, que debe tener seguramente su paralelo en el refranero español también, “sobre la leche que se vertió, no vale llorar”. No vale llorar ni lamentarse por el tiempo perdido...”

-Contraste de ideas: se enfrentan dos tesis. El texto suele ser respuesta a otro texto al que se opone, complementa o matiza.

“No resulta fácil aceptar, desde una perspectiva antisexista, la hipotética conveniencia de volver a los tiempos en que los chicos y las chicas se educaban por separado, tal y como parece sugerirse en determinados focos de debate sobre temas educativos. Desde luego, las razones que se avanzan, aunque respondan a problemas reales, no justifican semejante paso atrás; bien al contrario”.

De todos modos, en general, en un texto no se emplea un único tipo de argumentación sino que se combinan varios.

Finalidad

La finalidad o el objetivo que el autor persigue.

Finalidad	Estructura textual
Orientar la opinión y conducta del receptor	Argumentativa
Informar de algo	Expositiva
Explicar cómo es o cómo funciona algo	Descriptiva
Contar algo que pasó o que ocurre	Narrativa

No obstante, en los escritos, las estructuras textuales pueden aparecer mezcladas. Por tanto, puedes encontrarte con textos en los que:

Finalidad	Pero, además	Estructura textual
Orientar la opinión y la conducta	Explica el estado actual de la cuestión, por ejemplo.	Expositiva-argumentativa
Orientar la opinión	Narra una experiencia personal o colectiva para ejemplificar	Argumentativa con secuencias narrativas
Informar de algo	Describe una situación, un objeto	Expositivo con secuencias descriptivas

Ámbito de uso:

El ámbito de uso es el espacio en el que el texto se leerá o escuchará. No existe una única clasificación de ámbitos de uso pero puede admitirse esta primera clasificación:

Ámbito de uso	Géneros
Literario	Poema, cuento, novela
Académico	Ensayo, libro de texto, conferencia, examen, resumen, artículo, ponencia.
Publicitario	Anuncio, folleto propagandístico
Cotidiano	Nota, carta informal, invitación, publicidad visual
Administrativo	Acta, instancia, dossier
Religioso	Misa, homilía, epístola...
Ocio	Cine (sinopsis, crítica...), teatro (libreto y crítica), prosa (novela, cuento, ensayo, biografía), poesía, ópera...
Periodístico	Noticia, artículo de opinión, reportaje, editorial, entrevista, documental, tira cómica...

Dentro de cada ámbito existen una serie de géneros (artículos de opinión, ensayo, anuncio...) que tienen características propias que el escritor debe tener en cuenta a la hora de redactar. Además, cada género tiene una serie de recursos (imágenes, tipos de letra, distribución de la información en la página...) cuyo objetivo es, por un lado, facilitar la consecución de la finalidad

que se persigue y, por otro, permitir al receptor identificar ante qué tipo de texto se encuentra.

El registro

La competencia comunicativa de un hablante viene dada por su capacidad de usar el registro más adecuado a la situación comunicativa. Los factores situacionales que determinan el registro son: el tema, los interlocutores, el canal y la finalidad comunicativa.

El tema es la esfera de la realidad a la que se refiere el texto. El léxico, sobre todo, pero también la sintaxis y la organización del texto marcan el grado de especialización del mismo: tecnicismos, expresiones coloquiales, frases hechas,...determinan la adecuación del tema al destinatario y al ámbito social de la comunicación.

La relación que se establece entre los interlocutores determina el nivel de formalidad de los textos. Los registros más informales se suelen corresponder con los usos privados de la lengua (conversaciones familiares o entre amigos) y los más formales con los usos públicos (conferencias, debates...). El análisis de la deixis personal y social, así como la presencia de fórmulas de cortesía nos permitirá determinar el grado de formalidad del texto.

El canal de transmisión (oral o escrito) puede determinar también el nivel de espontaneidad o preparación de un texto, si bien hay manifestaciones orales como una conferencia que presentan un alto grado de preparación.

Establecemos los siguientes registros:

Registro	Vulgar	Coloquial	Estándar	Culto
Tema	Cotidiano Presencia de vulgarismos y coloquialismos	Cotidiano. Presencia de coloquialismos	General. Presencia de un léxico propio de la materia pero sin excesivos tecnicismos.	Especializado. Frecuentes tecnicismos
Modo	Muy informal	Informal	Formal	Muy formal
Canal	Espontáneo	Espontáneo	Preparado	Muy preparado

Los distintos géneros periodísticos de opinión suelen utilizar el registro estándar. No obstante, podemos encontrar artículos de opinión que presenten un mayor grado de especialización, que nunca llega a ser incomprensible por un lector medio.

Las finalidades más habituales en los textos son cuatro:

- Orientar la opinión y la conducta.
- Informar.
- Explicar cómo es o cómo funciona algo.

Contar hechos reales o imaginarios.

La expresión de la subjetividad a través de la modalización.

Todo enunciado contiene dos tipos de información: una sobre cualquier esfera de la realidad y otra, la que muestra la posición del hablante, su actitud, ante el contenido del enunciado y ante el oyente.

De esta forma, los textos se presentan marcados o no marcados subjetivamente, según si el emisor expresa sus opiniones, juicios, punto de vista sobre la realidad o, por el contrario, se refiere a la realidad de forma objetiva.

Existe un conjunto de marcas lingüísticas que permiten al emisor modalizar su enunciado, es decir:

- Expresar el grado de certeza con que se afirma lo dicho; ej. "Es evidente...", "No estoy seguro...".
- Manifestar el grado de necesidad u obligación del hecho de la realidad al que se refiere el enunciado, ej., "Hay que evitar...", "Es aconsejable...".
- Valorar positiva o negativamente esa misma realidad, lo que le lleva a mostrar el contenido de su enunciado como bueno/malo, útil/perjudicial...

Los procedimientos lingüísticos modalizadores son:

Modalidades oracionales:

Podemos establecer modalidades comunicativas que reflejan la actitud del emisor hacia el receptor:

Declarativa: su finalidad es informar al destinatario. "Más del 50% de los españoles no lee nunca un libro".

Interrogativa: formula preguntas para obtener una respuesta del destinatario. "¿Es cierto que la mitad de los españoles no lee nunca un libro?"

Imperativa: intenta influir en el receptor a través de enunciados impositivos (órdenes, prohibiciones) o no impositivos (ruegos, consejos, recomendaciones...). "Os conviene a todos leer más".

Las modalidades del enunciado o las oraciones según su modalidad discursiva informan de la actitud del emisor ante el contenido del enunciado:

Enunciativa: el emisor se limita a presentar el contenido del enunciado afirmativa o negativamente. En muchos textos de opinión, la presencia de esta modalidad confiere objetividad a lo dicho, al tiempo que muestra certidumbre.. Se suele utilizar el modo indicativo.

Optativa o desiderativa: presentan el contenido del enunciado como deseable, conveniente o inconveniente por parte del emisor.. Se suele utilizar el modo subjuntivo.

Dubitativa: se trata de una modalidad de incertidumbre por cuanto el emisor no asume con totalidad el contenido del enunciado. Es frecuente que se acompañe de fórmulas como "ignoro, supongo que, parece que, se oye que...".Suele haber modo subjuntivo.

Exclamativa: mediante ellas el hablante expresa contenidos de tipo emocional.

Los elementos léxicos valorativos

-Adjetivos valorativos: "La intervención del orador fue desafortunada".

-Sustantivos valorativos: del tipo desgracia, fortuna, lástima..."El sistema de becas en el extranjero es una oportunidad para conocer otras culturas".

-Adverbios o locuciones adverbiales valorativas (modalizadores):

-certeza o evidencia: evidentemente, ciertamente, efectivamente, por supuesto...

-incertidumbre, duda: posiblemente, acaso, quizá, probablemente..

-juicios de valor: lamentablemente, por desgracia, afortunadamente...

-necesidad u obligación: necesariamente, indudablemente, obligatoriamente...

Los verbos modales

-verbos intelectivos: creer. Pensar, suponer... siempre que estén en 1ª persona.

-verbos de sentimiento: lamentar, entristecer, alegrar, horrorizar...siempre que se refieran al emisor, estén o no en 1ª persona.

-verbos volitivos: querer, desear, necesitar en 1ª persona.

-perífrasis modales de obligación o probabilidad: tener que + inf., deber + inf., poder de + inf., deber de + inf.

Derivaciones

Tanto prefijos como sufijos se suelen utilizar en la expresión del afecto o del desagrado. Sólo cuando estos adquieren estas connotaciones podemos decir que funcionan como marcas de modalización. "Esta palabreja no me gusta nada".

Figuras retóricas

Como la ironía, interrogación retórica, metáfora, hipérbole...

Signos de puntuación

-Comillas: para indicar que se hace uso especial de la palabra siempre y cuando ese uso manifieste la actitud del emisor. "Los periódicos necesitan de dinero público que suele llegar inevitablemente acompañado de "recomendaciones" del gobierno de turno".

-Paréntesis: cuando da entrada a frases o expresiones que manifiestan la actitud del emisor.

Cambio de registro:

Frecuente en algunos géneros periodísticos, como la columna, la inclusión de frases o palabras coloquiales en un texto de registro formal, suele evidenciar la opinión del emisor respecto al tema tratado.

La deixis

Los deícticos son elementos que están relacionados con el contexto, pues su significado concreto depende totalmente de la situación de la enunciación.

deixis espacio-temporal

El tiempo y el espacio de la enunciación son "aquí" y "ahora" del hablante, es decir el lugar en el que se produce el acto comunicativo y el tiempo en que éste se produce. Las palabras que nos lo indican son:

- adverbios y locuciones adverbiales de lugar y tiempo
- los demostrativos
- la flexión verbal

la deixis personal y social

-La deixis personal señala a los participantes en el acto concreto de la enunciación, es decir, al emisor y al receptor que quedan reflejados en el sistema de las personas gramaticales de:

	1ª persona gramatical	2ª persona gramatical
Pronombres personales	Yo, me, mí, conmigo, nosotros/as, nos	Tú, te, ti, contigo, vosotros/as, os, usted/es
Pronombres posesivos	Mi, mis, mío/a/os/as, nuestro/a/os/as	Tu, tus, tuyo/a/os/as, vuestro/a/os/as
Morfemas verbales	De 1ª persona	De 2ª persona

-La deixis social señala el papel social que asume el emisor, el que adjudica al destinatario y el tipo de relación que se establece entre ambos (distancia/proximidad, respeto/confianza, formalidad/informalidad, conocimiento/desconocimiento, etc.)

Con el nombre de deixis social se hace referencia a los elementos deícticos que proporcionan este tipo de información. Se consideran deícticos sociales:

-Tú, vosotros (confianza, proximidad, conocimiento); usted, ustedes (respeto, desconocimiento, distancia).

-Nombre y apellidos, seguidos del cargo o profesión del emisor. De uso frecuente en algunos géneros de opinión periodísticos como forma de mostrar la autoridad del firmante en la materia.

-Fórmulas fijas de identificación. El emisor puede referirse a sí mismo a través de ellas: "Los abajo firmantes, el que suscribe...". También por medio de presentaciones colectivas: "El Gobierno, el departamento, la empresa"

-Sustitutos ceremoniales: Su Ilustrísima, Su Majestad, Su Santidad...

La impersonalidad

En algunos textos, el emisor hace uso intencionado de la impersonalidad como forma de distanciamiento y generalización. En los textos de opinión, el ocultamiento del emisor persigue la implicación del receptor y dar validez universal a sus enunciados. Algunos de estos procedimientos son:

-Construcciones con SE impersonales y pasivas. "Se considera que..."

-Construcciones con el verbo parecer. "Parece conveniente..."

-Perífrasis modal "hay que + infinitivo. "Hay que concienciar a la población..."

-Construcciones con el pronombre indefinido "uno/una"

Los conectores o marcadores discursivos

Son mecanismos de cohesión que relacionan entre sí las ideas de un escrito. Formalmente son muy variados, ya que desempeñan esta función diversas categorías gramaticales como conjunciones, adverbios, verbos etc. La presencia de estas piezas lingüísticas en un texto facilita la interpretación de los enunciados porque la relación entre los segmentos que relaciona no ha de ser inferida por el lector al encontrarse de forma explícita. Atendiendo a su finalidad, se pueden clasificar de la siguiente manera:

Los que estructuran el texto:

Iniciadores	Para empezar, antes que nada, en primer lugar...
Ordenadores	Primero, en primer lugar, en segundo lugar, por último...
De transición (para introducir un tema nuevo)	Por otro lado, otro aspecto es, en otro orden de cosas...
Continuativos	Además, asimismo, igualmente, en este sentido, entonces, así pues...
Distributivos	Por un lado, por otro, éstos, aquéllos...
Para resumir	Brevemente, recapitulando, en resumen
Para indicar espacio o tiempo	Antes, hasta el momento, más arriba, hasta aquí, en este momento, después, mientras...
Conclusivos	En resumen, en suma, en fin, por último, para terminar, en definitiva...

Los que estructuran las ideas:

Expresan las relaciones lógico-semánticas entre las ideas del texto conectando oraciones.

Para añadir (adición)	Y además, encima, después, incluso, igualmente, del mismo modo...
Para contrastar o contraargumentar	Pero, en cambio, sin embargo, no obstante, por el contrario, a pesar de, ahora bien, de todas maneras, con todo...
Causales	Porque, a causa de, por ello, puesto que, ya que
Consecutivos	Por consiguiente, de donde se sigue, por lo tanto, luego, en consecuencia...
Condicionales	Si, amenos que, a condición de que, con tal que
Temporales	Cuando, de pronto, en ese momento, más tarde, luego, una vez, en aquel tiempo...
Espaciales	Enfrente, delante, detrás, abajo...

Los que introducen operaciones discursivas:

Sirven para mostrar la posición del emisor ante su enunciado o bien para orientar sobre el tratamiento de la información.

De expresión de punto de vista	En mi opinión, a mi juicio, según considero, a mi entender, desde mi punto de vista...
De manifestación de certeza	Es evidente, nadie ignora, está claro que...
De confirmación	En efecto, por supuesto, efectivamente,
De tematización	Respecto a, a propósito de, en lo que se refiere a, por lo que respecta a...
De reformulación, explicación, aclaración	Esto es, es decir, o sea, a saber, en otras palabras...
De ejemplificación	Por ejemplo, a saber, pongamos por caso, sin ir más lejos...