

Material Imprimible

Curso Argumentación y redacción jurídica

Módulo La argumentación

Contenidos:

- Texto y discurso
- Exposición y argumentación
- Nociones primarias de la argumentación
- Argumentación y sus características

Texto y discurso

Una de las primeras dificultades que se presenta al trabajar con textos tiene que ver con saber qué se entiende por “texto”, y qué es lo que se entiende por “discurso”.

Si bien en la literatura se suelen utilizar diferentes acepciones para ambas palabras, también hay muchos autores que suelen manejarlas como sinónimos.

El **texto** es un aspecto terminal de la acción discursiva. Es decir, es el contenido, el producto efectivo de una praxis regulada, la del discurso. En cambio, el **discurso** es la dinámica estructurante de textos.

Mientras que las prácticas estructurantes de una sociedad en un momento histórico determinado constituyen sus modos discursivos, las realizaciones concretas entendidas como productos de dicha praxis constituyen los textos que el período considerado ha generado. “Texto” y “discurso” son, entonces, dos fenómenos que se explican uno al otro.

Según el lingüista estadounidense Robert Beaugrande, nuestra conducta lingüística, al igual que todos los actos comunicativos que llevamos adelante, lo hacemos siempre a través de una especie de diálogo, cuyo propósito primordial es la formulación de un mensaje para que funcione con efectividad como acto comunicativo.

Todo mensaje debe contener, en su estructura central, un texto, el cual, para que sea un verdadero acto comunicativo debe estar sustentado en 7 rasgos:

- Cohesión
- Coherencia
- Intencionalidad
- Informatividad
- Aceptabilidad
- Situacionalidad
- Intertextualidad

La cohesión es la cualidad que hace que un texto pueda conformar una visión consistente que le proporciona la capacidad de ser analizado a partir de los marcos de conocimiento de cada individuo.

La coherencia es el rasgo que imprime y regula la posibilidad de que los conceptos y las relaciones subyacentes en la superficie del texto, sean accesibles entre sí e interactúen de un modo relevante.

Por su lado, la intencionalidad indica la intención consciente que los productores del texto tengan de lograr objetivos específicos con su mensaje.

La informatividad ayuda al receptor a analizar, entender y evaluar las secuencias o partes de un texto.

La aceptabilidad, por su parte, hace alusión a la facultad que el receptor de un texto posee para poder recibirlo, aceptarlo y comprenderlo.

La situacionalidad es un rasgo que indica los factores que coayudan a que un texto determinado sea relevante y pertinente en el marco de la situación en la que aparece.

Por último, la intertextualidad nos indican los elementos que hacen depender el correcto y apropiado uso de un texto en relación con otros textos.

Estos 7 rasgos se ven transversalizados por tres principios reguladores de la comunicación textual. Estos son: la eficacia, la efectividad y la adecuación.

Parafraseando a Beaugrande diremos que, como principio regulador de la comunicación, la eficacia de un texto está relacionada con que los participantes de dicho evento empleen, o no, un mínimo de esfuerzo en su utilización comunicativa.

Por su parte, la efectividad tiene que ver con dos aspectos específicos:

- La creación, o no, de condiciones favorables para que el productor textual alcance la meta comunicativa que se había propuesto
- Y el impacto producido por el texto en el receptor

La adecuación de un texto se encuentra íntimamente relacionada con el uso que se hace de él en una situación determinada y con el respeto de los denominados rasgos de la llamada textualidad.

Asimismo, podemos decir que la doctrina se ha puesto de acuerdo al decir que existen distintas clases de textos en virtud de sus características y usos.

Así, encontramos:

- Texto descriptivo
- Texto narrativo
- Texto expositivo
- Texto científico
- Texto argumentativo

El texto descriptivo es aquel en el que se utiliza la enumeración de características y adjetivos para dar idea de aquello a lo que nos queremos referir, impregnándolo de subjetividad y argumentaciones que justifican las descripciones.

El texto narrativo es aquel texto que desarrolla un relato determinado, ya sea con fines literarios o meramente comunicativos, no poseyendo una forma específica, adoptando la que le desee imprimir el autor y escritor.

El propósito de esta clase de texto es siempre hacer que el receptor se adentre e imagine los detalles y acciones que relata.

Sus principales rasgos característicos son:

- Se cuentan una cadena de acciones y situaciones repartidas en un período de tiempo y en un lugar determinados
- Siempre existen personajes que interactúan entre sí mediante diálogos y acciones

En cuanto a su estructura de escritura, se suelen dividir en planteamiento, complicación, desenlace, reacción y situación final.

Por su lado, el texto expositivo es aquel a través del que se le brinda al lector una información puntual y específica sobre determinada cuestión, pero sin que medie opinión y/o subjetividad alguna, dado que su única intención es agotar el tema.

En cuanto a su estructura de escritura, se suelen dividir en introducción, desarrollo y conclusión.

El texto científico, por su parte, es aquel que utilizando datos comprobables y citado de fuentes, pretende dar cuenta de datos contrastables y veraces.

Estos suelen estar dirigidos hacia una comunidad especializada, ya que utilizan un lenguaje específico y siguen un conjunto de normas académicas de presentación, exposición y referencia.

Además, son de corte expositivo y objetivos, es decir, no tienen espacio para las subjetividades ni para otra cosa que no sea exponer clara y sucintamente los resultados obtenidos y aquello que podrían significar en su campo de estudio.

La estructura de los textos científicos va a depender del texto que se trate; no obstante, una disposición muy comúnmente utilizada incluye los siguientes apartados: título y lista de autores, resumen, introducción, contenido, agradecimientos, anexos, bibliografía, y autorización expresa de uso de datos.

El texto argumentativo es aquel texto oral o escrito en el que el autor persigue la transmisión de una perspectiva en torno a un tema o una serie de temas específicos, es decir, que tiene como objetivo convencer al lector de asumir una postura determinada.

Las presentaciones que se realizan en el marco de un proceso judicial son un clásico ejemplo de esta clase de textos, ya que en el abordaje del tema puntual se emplean estrategias de persuasión, es decir, estrategias que hagan convincente el abordaje del tema a ojos del lector.

Cuando nos disponemos a formular una argumentación, nuestra narrativa estará orientada a la demostración de lo que estamos alegando, dando cuenta de los motivos que llevan a que una persona realice una acción y de los beneficios que obtendrá al concretarla.

Las principales características de los textos argumentativos son el empleo de argumentos convincentes y proposiciones razonadas, contenido organizado, y estrategias típicas de otros tipos de textos.

En cuanto a la modalidad de estructuración de su redacción, se divide en tres partes fundamentales: introducción o presentación, planteo o proposición, y conclusión o solicitud.

Como podemos observar, e independientemente de la clase de texto de la que se trate, en todos los casos, cuando nos referimos a ellos, estamos hablando de cualquier unidad de sentido compuesta por oraciones escritas e integradas en párrafos, en la que se aborda uno o varios temas determinados.

Un discurso es, en un nivel genérico, una forma de comunicación en la que un emisor construye un mensaje y lo transmite a un receptor utilizando un código, que usualmente es el lenguaje, a través de un canal, que puede ser oral o escrito.

En un nivel más profundo, el discurso es un instrumento que hace referencia a la acción que ejecuta una persona cuando habla ante un público y emite un mensaje previamente preparado.

Este tipo de comunicación busca orientar respecto a un tema, y es desarrollado de manera tal que capte el interés del público.

En este orden, el autor Lázaro Carrillo Guerrero, en su obra titulada “Realización retórica del proceso discursivo y del producto textual”, nos dice que “en todo discurso hay retórica y en todo discurso hay argumentación. Entendemos que la retórica y la argumentación son cuestiones que abarcan la caracterización del discurso: ya que usar la lengua es comunicar e interaccionar con unas ideas, creencias y emociones en unas situaciones determinadas. Y discurso es esa interacción, con una concreción textual. De modo que, el discurso como proceso y el texto como producto tienen en común esa dimensión interaccional de naturaleza retórico-argumentativa.”

Ahora bien. Existen dos clases de discursos: el directo y el indirecto.

- El discurso directo es aquel que consta de oraciones que expresan y reproducen de manera textual las palabras de un individuo
- Por su lado, el discurso indirecto es aquel donde las oraciones reproducen de manera indirecta las palabras de un individuo adaptando los tiempos verbales, pronombres personales y referencias temporales

Las principales características del discurso son:

- Es preciso, ya que una de las principales notas que un discurso debe llevar impresa es la claridad en la exposición, de manera que pueda ser comprendido por la audiencia.
- Es verificable, dado que el discurso debe basarse en hechos comprobables que den validez al discurso y se justifiquen, excepto en los discursos religiosos
- Es especializado, es decir, tiene que estar focalizado en una temática definida y dirigido hacia una audiencia específica con aptitud para comprender de lo que se discursa.

- Es original, ya que tiene que valerse de sus propios recursos y contar con puntos de vistas creativos, únicos y novedosos.
- Es estructurado, porque tiene que organizar la información de manera clara y ordenada para ser interpretado por los oyentes o lectores.
- Es atractivo, ya que tiene que llamar la atención de la audiencia, mantenerla activa, y motivar a la acción.
- Es multi contenido, porque si bien un discurso puede contar con varios tipos de información y complementarse con otros recursos y apoyos, su contenido debe reunir todos los requisitos enunciados anteriormente.
- Y es multi plataforma, ya que puede transmitirse a la audiencia de forma oral o escrita.

Cuando necesitamos defender una idea o planteo, y hasta convencer y persuadir a que nos apoyen en nuestra línea discursiva, se debe estructurar un discurso que permita apoyar nuestra perspectiva. Para ello necesitamos tener en claro la orientación, objetivo y línea de expresión que denote qué es lo que deseamos proponer y cuáles serán los argumentos que utilizaremos para apoyar el punto de vista que planteamos.

En este orden de ideas, podemos afirmar que todo discurso argumentativo está constituido por la defensa de una afirmación, a la que se llama premisa; así como también de argumentos que la apoyan y de una conclusión que no contradice la premisa propuesta inicialmente.

Si bien todo discurso está estructurado de distintas maneras, las diversas partes de su estructura fueron establecidas en un tratado anónimo llamado “Retórica a Herenio”, que data aproximadamente del año 90 a.C. y que reúne los principales lineamientos de la oratoria y el discurso escrito.

Aquí se distingue:

- Exordio, en donde el orador busca captar la atención de la audiencia
- Narratio, en donde el orador presenta el tema a tratar en el discurso
- Divisio, en donde el orador desarrolla su punto de vista y defiende su teoría o argumento sobre la cuestión tratada
- Confirmatio, donde el orador expone sus argumentos y las pruebas sobre las que se fundamentan

- Refutatio, en donde el orador presenta las pruebas que rechazan los demás argumentos contrarios al suyo
- Y conclusio, donde el orador plantea las conclusiones de lo expuesto y los pasos a seguir

Asimismo, existe otra clasificación que es más utilizada y moderna, y que segmenta al discurso en:

- Introducción, donde se presenta el tema a tratar.
- Desarrollo, en el que se postulan los argumentos existentes sobre la cuestión.
- Desenlace, que resume las ideas principales y más importantes, destacando el aporte del análisis de la argumentación expuesta.

Asimismo, existen tipos de discursos, que se pueden diferenciar según ciertos criterios. Según la estructura podemos encontrar:

- El discurso narrativo, en el que las expresiones se vierten en contexto de tiempo y espacio determinado, ya sean reales o imaginarios.
- El discurso descriptivo, en el que se apunta a impregnar lo expresado con características, pero sin emitir una valoración personal concreta.
- El discurso expositivo, que intenta expresar algo de manera clara, objetiva y ordenada, sin calificaciones ni opiniones.
- El discurso argumentativo, que se apunta a convencer y persuadir al oyente en la dirección de lo que estamos planteando
- El discurso político, por medio del que se expresan propuestas y bases de campaña en busca de convencer al electorado
- El discurso religioso, que comunica las bases de un credo a través de los dogmas de fe que rigen una religión para generar fidelidad y captar seguidores.
- El discurso publicitario, que anuncia las especificaciones de un servicio o bien determinado, siendo su principal objetivo convencer a la audiencia para que lo adquiera en el mercado
- El discurso académico, que pone en conocimiento novedades, descubrimientos, y conocimiento dentro de un ámbito educativo.
- El discurso artístico, que se utiliza para transmitir sentimientos de carácter subjetivo y que suelen dirigirse al entretenimiento.

Exposición y argumentación

Primeramente diremos que ambas acciones son consideradas como modos de organización del discurso determinado.

La **exposición** es una modalidad de discurso a través del que el emisor brinda información sobre cualquier asunto a uno o varios receptores.

Sus principales características son:

- Tiene la finalidad de compartir una información sobre una realidad o explicar fenómenos o cuestiones para que sean comprendidas
- Tiene claridad y sintaxis correcta y nutrida
- Tiene que tener una progresión temática
- El mensaje debe abstenerse de reflejar subjetividad alguna, solo se debe enfocar en la realidad

Como podemos ver, la exposición es la base de la argumentación, y tiene dos modalidades: divulgativa y especializada.

En la divulgativa, el expositor “informa” sobre el tema de manera general, sin precisiones sumamente especializadas y accesibles a un nivel de conocimiento amplio sobre dicho tema.

En la especializada, tanto el expositor como el receptor deben compartir el mismo grado y tipo de conocimiento sobre el tema.

En los textos expositivos se emplean los verbos en presente de indicativo, y se usan verbos copulativos y verbos existenciales.

Desde el punto de vista sintáctico, los textos expositivos se caracterizan por la recurrencia de:

- Enumeración
- Predominancia de la subordinación
- Períodos oracionales largos
- Subordinadas adjetivas y adverbiales

Parte de la doctrina especializada entiende que las modalidades del discurso oral no van encaminadas a dar una información objetiva y neutra, sino a instruir e incluso a convencer o conmover al auditorio para conseguir su adhesión a las ideas propuestas.

Según el mayor o menor grado de profundidad y del rigor del contenido, se pueden distinguir dos modalidades:

- La exposición divulgativa, destinada a un público no especializado, que tiene como fin dar a conocer un tema de interés, sin entrar demasiado en disquisiciones técnicas.
- La exposición académica, que está destinada a un público entendido y con conocimiento en la materia objeto de exposición, y que se desarrolla de manera rigurosa y con un planteamiento técnico.

Por su parte, la argumentación, si bien es una actividad importante en el comportamiento individual y social, también lo es en el ámbito de algunas disciplinas, como la que aquí nos ocupa, la del mundo del derecho.

Siguiendo al profesor Jesús Méndez Pérez, diremos que “la **argumentación** es un modo del discurso que pretende conseguir la adhesión de un auditorio a las tesis que presenta un emisor, o bien llevar al interlocutor a cierta conducta. Todo ciudadano debe ser capaz de articular con coherencia sus ideas y su sistema de valores, y de utilizar la palabra para exponer su punto de vista o convencer al interlocutor. Así, la palabra sustituirá a las situaciones de fuerza y violencia. Como ya habrás oído decir, en la cultura china pierde una discusión el primero que grita para defender su idea”.

El texto argumentativo tiene la finalidad de influir sobre el interlocutor, y las argumentaciones siempre tienen un carácter dialógico, es decir, son un diálogo con el pensamiento del otro para transformar su opinión. Por tanto, no basta con tener unos argumentos apropiados, sino que es necesario también contraargumentar, o sea, exponer razones que contrarresten o invaliden los razonamientos ajenos.

Asimismo, los textos argumentativos deben adoptar una especie de estructura lógica: se presentan varios argumentos para llegar a una conclusión. Además, al menos, deben aparecer el objeto o tema sobre el que se argumenta, la tesis que se defiende, y los argumentos o razones en que se basa el emisor.

También podemos decir que la función del lenguaje predominante es la apelativa o conativa, puesto que lo que se debe lograr es el convencimiento. A su vez, es conveniente tener en cuenta que, habitualmente, se produce la mezcla de las modalidades expositiva y argumentativa, por lo que se suele hablar de textos expositivo-argumentativos.

La autora Miriam Álvarez, en su escrito titulado “Tipos de escrito II: Exposición y argumentación”, sostiene que la organización del texto argumentativo descansa en dos categorías: premisas y conclusiones.

A su vez, los elementos esenciales que posee todo texto argumentativo son la tesis, el cuerpo argumentativo y la conclusión.

Cuando se argumenta se “defiende”, mediante una exposición, una tesis, es decir, un planteamiento general, entre un conjunto posible de tesis, y se esgrimen argumentos a favor o en contra.

Nociones primarias de la argumentación

Según la Profesora en Letras Rosana Pascual, el universo de la argumentación ha sido desde Aristóteles hasta nuestros días uno de los más ricos e interesantes campos de exploración discursiva.

Paradójicamente, vivimos en una sociedad mediatizada en la que proliferan los mensajes persuasivos en una amplia variedad de textos que circulan por los medios de comunicación, como publicidades, propaganda política, editoriales, cartas abiertas, noticias, crónicas, por mencionar algunos de los más comunes.

Desde las escuelas más tradicionales y clásicas, los esquemas de los discursos fueron agrupados en dos categorías básicas: la narración y la argumentación.

Según el lingüista Teun Van Dijk, la ciencia del texto analiza esta distinción en términos de superestructuras narrativa y argumentativa.

Tal categorización responde a una serie de factores que tienen que ver fundamentalmente con el nivel de la coherencia local y global de un texto; pero también, a nuestro entender, con el plano enunciativo, es decir, las marcas propias del aspecto comunicativo, la temporalidad; y con su dimensión perlocutiva, o sea, los objetivos, los efectos últimos. Si bien por un lado esta distinción es clara y concisa, desde otro ángulo puede considerarse poco concreta.

Siguiendo con lo dicho por el lingüista Georges Vignaux, en su obra “La Argumentación”, “el estudio de la dimensión argumentativa de un discurso puede tornarse aún más interesante cuando se abordan tipologías textuales concebidas comúnmente como neutras, tales como ciertas exposiciones o narraciones, en el sentido en que el emisor y su mundo ideológico están ausentes.”

Recordemos que el discurso argumentativo es, ni más ni menos, que un conjunto de estrategias cuya finalidad es buscar persuadir y cuya naturaleza se opone a las evidencias. El dominio de los argumentos es lo probable, lo verosímil aristotélico, y no lo verdadero, entendiendo por verdadero aquello que puede someterse a demostración a través de algún tipo de evidencia.

Lo verosímil admite contrarios, tiene que ver con las certidumbres humanas, no con las científicas.

Así delimitado, son pocos los textos que obvian lo argumentativo. Sobre todo, si pensamos que, al elaborar un discurso, la elección de los objetos y los tipos de relaciones que el hablante establece entre ellos hacen que estos objetos sean presentados al receptor en situaciones que serán las del discurso y no las de lo real, aunque sean presentadas como tal.

Además, según Vignaux, “un discurso no expresa jamás algo en su integridad, sino únicamente lo que parece destacado a quien lo pronuncia”.

Así, en un gran porcentaje de casos, la argumentación aparece regulando la interacción social; sobre todo teniendo en cuenta que todo sujeto se inscribe dentro de un universo ideológico determinado y que su representación discursiva de lo real dependerá de esto.

Aquel que relata un hecho redefine los sucesos, toma posición, se ubica desde una perspectiva determinada y desde allí reconstruye con fines que, en la gran mayoría de los casos, son persuasivos.

Van Dijk expone un concepto que puede hacerse extensivo a otras tipologías textuales. Él nos dice que “existe una dimensión perlocutiva o persuasiva en la formulación de significados de una manera tal que no sólo se entiendan, sino que también se acepten como la verdad o al menos como una posible verdad. De tal modo, al hablar de

persuasión, volvemos a inscribirnos en el mundo de la argumentación, aun cuando nos enfrentamos con esquemas narrativos.”

Volviendo a citar al autor Vignaux, diremos que coincidimos en su definición en cuanto indica que “el discurso argumentativo es el que, a partir de una ubicación determinada del hablante en el seno de una formación social, señala una posición de ese hablante acerca de un tema o de un conjunto de temas; posición que refleja de manera directa, no directa o incluso disfrazada, la ubicación del hablante en la formación social determinada. Entonces, más allá de ciertos esquematismos superestructurales, hablamos de argumentación en la medida en que el sujeto es el origen de su discurso, que éste es una representación de lo real, un recorte probable con la marca de su formación social e ideológica, y que la intención persuasiva está presente, aunque más no sea para que el receptor adhiera o simplemente nos crea.”

Los estudios que tienden a estudiar la técnica de la argumentación, coinciden en un punto de partida, que está dado por la Retórica de Aristóteles. Tal filósofo se focaliza en clasificar en tres géneros:

- El deliberativo, en donde el auditorio está compuesto por los miembros de una asamblea y cuya finalidad es aconsejar o desaconsejar
- El judicial, que está destinado a los jueces y jurados
- Y el epidíctico, que es aquel que se pronuncia o enuncia frente a un público, frente a la masa de ciudadanos, con el fin de elogiar o reprobar.

El poder de producir a través de la palabra aquello que pueda o no ser real, esa teatralización discursiva que construye su propia realidad y captura al auditorio, en definitiva, la *Techné Rhetoriké*, es para Aristóteles el punto de partida de la Retórica, en tanto y en cuanto es generadora de las operaciones que constituyen el arte retórico.

De acuerdo con el semiólogo francés Roland Barthes, dichas operaciones “son las partes constitutivas del arte de la retórica y de ninguna manera las partes del discurso, de la oratio”, es decir, “no se trata de los elementos de una estructura, sino de los actos de una estructuración progresiva”.

Volviendo a la argumentación en sí misma, ya hemos estudiado que el emisor de un texto encara los sucesos con una tesis originada y sustentada en su encuadre ideológico.

En función de ello, se focaliza en algo puntual, que le diremos “X” para construir una conceptualización de lo real que sea capaz de persuadir al receptor e inscribirlo en la formación ideológica del locutor, que se manifiesta en forma “directa, indirecta o disfrazada”.

Así, Rosana Pascual nos dice que la focalización opera recortando lo real, y se evidencia fundamentalmente en la selección léxica, en isotopías conceptuales, ya sea denotadas o connotadas, en la disposición de la información, en las modalizaciones enunciativas, en la introducción de determinados enunciados referidos, en la omisión y en los presupuestos, entre otros.

Siguiéndola, diremos lo siguiente:

- Las posibilidades paradigmáticas para elegir una unidad léxica son variadas, y las reglas sintácticas y semánticas intervienen imponiendo límites en el momento de seleccionar y construir.
- Las isotopías, por su lado, son redes conceptuales, originadas por la selección léxica, que recorren el discurso poniendo de manifiesto el foco del mismo.
- Las modalidades de enunciado caracterizan el modo como el locutor evalúa aseveraciones propias o ajenas, en términos lógicos o apreciativos. Para ello actúan algunas formas verbales, ciertos adverbios y modales.
- Por su parte, las modalidades de mensaje son las transformaciones sintácticas con valor modalizador, tales como la posición tema-remata y la conexión directa-indirecta. Respecto de la primera, la más característica es la pasivación que ubica en posición temática al objeto, dejando al agente en un segundo plano o directamente obviándolo.
- La introducción de enunciados referidos permiten crear un efecto de verdad, y sirven como refuerzo argumentativo, sobre todo si se trata de una cita de autoridad. El sujeto selecciona distintos locutores o enunciadore y los hace hablar con una intención objetivadora de su tesis.
- Por último, sobre la distribución de la información diremos que la modalidad en la que disponemos los hechos dentro del texto revelan una toma de posición frente a los mismos.

En el simple relato de un suceso podemos comenzar de diversas formas, destacando en un primer plano ciertas acciones, relegando al final otras, dedicándoles mayor espacio a unas, reduciéndolo al mínimo las otras.

Los conectores tienen aquí un valor preponderante, ya que son los que expresan las relaciones semántico-pragmáticas entre las proposiciones y las oraciones, relaciones que el sujeto establece dentro de su discurso y que, como ya se ha dicho, no se corresponden necesariamente con las establecidas por los objetos en lo real extra discursivo.

A continuación, les detallaremos algunas relaciones típicas con sus respectivos conectores de uso más frecuente:

- Para ampliación podemos usar: además, añadamos a esto, de la misma manera, paralelamente, conjuntamente, también, y/e, o aún.
- Para causa usamos: porque, ya que, a raíz de, puesto que, debido a, por ello, por eso, por lo dicho, por esta razón, ante.
- Para consecución podemos utilizar: por lo tanto, conque, así que, de ahí que, entonces, y (con valor consecutivo).
- En cambio, para la concesión empleamos: pero, sin embargo, no obstante, empero, si bien, aunque, aun cuando, pese a, a pesar de.
- En el caso de condición usamos: siempre y cuando sí, siempre que, toda vez que, en caso de que, a condición de.
- Para la conclusión nos valemos de: finalmente, para terminar, por último, sintetizando, en definitiva.
- Para la comparación utilizamos: tal como, igual que, así también
- Para con valor contrastivo se usa: a diferencia de, en oposición a, al contrario, contrariamente, en cambio.
- En el caso del énfasis empleamos: destaquemos que, resaltemos que, notemos que, subrayemos, incluso, aun, lo que es más importante.
- Para la ejemplificación usamos: por ejemplo, así, de este modo, en otras palabras, es decir, o sea, esto es.
- En la finalidad utilizamos: para, con el propósito de, con la finalidad/objetivo de, a fin de, en procura de, a efectos de.
- Para el modo empleamos: así, de tal manera/modo, tal como, conforme a.
- Para el orden usamos: en primer/segundo/.../lugar, primeramente, previamente, anteriormente, luego/después de, posteriormente, a continuación, más adelante.

- Para el tiempo utilizamos: con anterioridad antes de, después, posteriormente, seguidamente, a continuación, más tarde, en este/ese mismo momento, mientras, cuando, simultáneamente, en tanto.

Se sugiere tomar nota de estos encadenamientos, dado que son de suma utilidad en la elaboración de textos y discursos del mundo jurídico, recordando siempre que en esta disciplina se suele utilizar un léxico por demás descriptivo, reiterativo y decorativo donde los sinónimos enriquecen el mensaje.

Argumentación y sus características

Tal como venimos estudiando, la acción de argumentar consiste en aportar razones para defender una opinión, un punto de vista.

De acuerdo con Miriam Álvarez, “argumentamos cuando creemos que debemos apoyar o refutar un hecho o asunto. 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. De lo que realmente 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, 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.”

Siguiendo a la autora, recordamos que “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.”

Partiendo de esto, existen cuatro componentes básicos de la argumentación:

- El objeto, que es cualquier cuestión, tema controvertido, problemática y/o duda, que se puede tratar de diferentes maneras.
- El locutor, que es todo aquel que manifiesta un determinado punto de vista sobre la realidad, quien toma una determinada posición.
- El carácter, que es polémico, pues se basa en la contraposición de dos o más posturas.
- Y el objetivo, que es provocar adhesión, persuadir, convencer al interlocutor de la aceptabilidad de una idea o de un punto de vista.

Asimismo, tradicionalmente se distinguen tres elementos importantes en la argumentación:

- La tesis
- El cuerpo argumentativo
- Y la conclusión

La tesis es la idea fundamental en torno a la que se reflexiona. Esta supone el núcleo de la argumentación, de ahí que deba presentarse de forma clara y explícita. Asimismo, la tesis representa el punto de vista de quien la expone.

Por su lado, el cuerpo argumentativo está conformado 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.

La conclusión es, en las argumentaciones inductivas, el hallazgo al que se arriba tras el razonamiento. En las argumentaciones deductivas recoge brevemente las ideas principales expuestas en la argumentación.

A lo largo del texto, construido frecuentemente según ese esquema basado en tres ejes, tienen lugar las operaciones argumentativas.

Según Platón, “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”.

Por dicho motivo, si admitimos su definición, el esquema argumentativo más sencillo sería el siguiente: premisas-argumentos-conclusión.

Las premisas o hipótesis son los fundamentos del razonamiento, los objetos de acuerdo sobre los que se basa la argumentación, y 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.

Como señala Van Dijk, en estos casos es frecuente la presencia de elementos pragmático, como la expresión “por lo que”, 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 auto. Por lo que no puedo ir”.

En palabras de Van Dijk, 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 auto.”

La teoría clásica de los argumentos distingue los siguientes:

- Argumentos extraídos de las personas
- Argumentos extraídos de las cosas
- Argumentos extraídos de la definición
- Argumentos extraídos de la semejanza
- Argumentos extraídos de la comparación
- Argumentos extraídos de la suposición
- Argumentos extraídos de la circunstancia

Por su parte, el retórico Chaim Perelman y la socióloga Lucie Olbrechts-Tyteca prefieren dividirlos teniendo en cuenta el mecanismo utilizado, por lo que distinguen:

- Argumentos por asociación
- Ejemplos y comparaciones
- Argumentos por disociación
- 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. Se considera que tanto el sentido común como lo que se engloba como opinión pública, suelen ser argumentos con mucha fuerza, pues hacen alusión al sentir general de toda la sociedad o de un grupo social.

Los ejemplos podrían ser, también, una fuente argumental importante, dado que con su aplicación se intenta ilustrar aquello que se vaya a demostrar, aludiendo a la experiencia compartida entre el hablante y sus destinatarios.

Por su lado, los argumentos por disociación presentan pares polarizados de opiniones, pareceres y puntos de vista que suelen usarse para radicalizar la argumentación.

Los pseudoargumentos son, más que verdaderos argumentos, recursos, y 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.

Para ir aunando los conceptos y encaminarnos hacia lo que estudiaremos próximamente, que es el mundo de la argumentación jurídica propiamente dicha con todos sus vericuetos, diremos que hay una respuesta común en los investigadores que estudian la argumentación, y es que ésta es un discurso que pone en juego unos actores sociales. A través de ellos, el uso de la lengua constituye la expresión de un punto de vista sobre la realidad, y ese punto de vista implica la propuesta de una acción: la acción de una fuerza ilocutiva que supone una interacción argumentativa.

El propósito comunicativo, la intención del emisor, forma parte del concepto retórico de la convicción y la persuasión a través de la argumentación.

De acuerdo con el Doctor en Filosofía y Letras José Luis Martínez-Dueñas, el uso de la lengua como medio de representación y de comunicación es una realidad diaria que está sustentada por la necesidad humana de argumentar, la cual modela a la lengua en un sistema interaccional, dentro de un marco de comunicación y entendimiento.

La acción de argumentar está en el más básico y neutral proceso de representación y comunicación. Asimismo, la argumentación obedece a una esquematización, a la vez

cognitiva y lingüística, que opera con unas finalidades en cada discurso: orientar al otro hacia un sentido, hacia una cierta concepción del mundo.

Y, en todo este marco, la realización del significado es una actividad humana, que pretende, a través de la lengua y del discurso, entender al hombre y a la vida, y construir una realidad social.

Para ir resumiendo, diremos que según Anthony Weston, escritor, profesor y filósofo estadounidense, argumentar consiste en “ofrecer un conjunto de razones o de pruebas en apoyo de una conclusión. En este sentido, no es simplemente la afirmación de ciertas opiniones, ni se trata simplemente de una disputa. Los argumentos son intentos de apoyar ciertas opiniones con razones”.

Un argumento debe contener premisas y una conclusión, y las premisas deben ser explícitamente diferenciables de esa conclusión. Entonces, antes de escribir un argumento debemos pensar explícitamente qué queremos probar y qué razones tenemos para concluir que eso es cierto.

Existen diversos tipos de argumentos; sin embargo, Weston considera básicos los cuatro que mencionaremos a continuación:

- El argumento de autoridad tiene que ver con remitirse a autores, entidades u organizaciones que han trabajado o estudiado el tema en cuestión, sea para establecer datos y hechos, para aclarar conceptos o para verificar una opinión. Mencionar a fuentes autorizadas permite reforzar el contenido del argumento, siempre y cuando se trate de información relevante, venga de una persona o institución con trayectoria investigativa, y no base sus afirmaciones en suposiciones o especulaciones.
- El argumento de ejemplo se refiere a producir generalizaciones o deducciones concluyentes sobre un tema, citando sucesos representativos que se asemejen entre sí. Con este argumento se deben buscar hechos que apoyen la existencia de un fenómeno, pero es importante recordar que para hacer una generalización lo suficientemente fuerte es necesario encontrar, como mínimo, tres hechos que dificulten el surgimiento de contraejemplos.
- Por su lado, el argumento por analogía consiste en comparar o contrastar elementos en datos, gráficas, casos, situaciones cotidianas, a fin de extraer una conclusión que apoye la tesis planteada. La diferencia fundamental del

argumento por analogía con el de ejemplo es que este no busca generalizar a partir de las situaciones mencionadas, sino que intenta buscar semejanzas entre dos casos. Asimismo, para construirlo es necesario tomar dos situaciones reales que tengan semejanzas notables. No es posible extraer conclusiones más amplias de lo permitido por la naturaleza de los hechos que se están comparando.

- En el argumento acerca de las causas se argumenta una conclusión recurriendo al hecho que la origina. Weston afirma que no es fácil hallar la causa por la que algo sucede, sobre todo porque en muchas ocasiones cuando intentamos definir la causa de algo no estamos encontrando sus causas últimas, sino que estamos haciendo una interpretación en un contexto. Sin embargo, éste es el argumento más usado cotidianamente.

Aunque el objetivo de la argumentación es el mutuo entendimiento, existen prácticas argumentativas que no buscan este fin. Los pseudoargumentos o falacias aparecen con facilidad en los intercambios argumentativos, y aunque no siempre son conscientes, tienen como finalidad escapar de la argumentación rigurosa.

El filósofo Charles Hamblin, publica en 1970 “fallacias”, el primer estudio crítico contemporáneo que retomaba el tema de las falacias desde sus orígenes hasta nuestros días. En base a dicho texto diremos que las falacias argumentativas ocurren cuando se desarrolla un argumento que parece válido, pero realmente no lo es.

Los principales tipos son:

- Ad hominem, que consiste en atacar a la persona de la autoridad delegada, en vez de atacar sus cualificaciones. En efecto, no atacamos las ideas, sino a quien las expone.
- Petición de principio, que es usar de un modo implícito la conclusión como una premisa.
- Ad ignorantiam, es decir, apelar a la ignorancia, que es argüir que una afirmación es verdadera solamente porque no se ha demostrado que es falsa.
- De generalización precipitada, que surge cuando se generaliza a partir de casos que son insuficientes o poco representativos

No hay un procedimiento específico que no permita evitar las falacias. Por tratarse de razonamientos de carácter persuasivo, las formas que pueden adoptar son muy sutiles.

Es posible aprender a reconocer los razonamientos falaces si se ejercitan las capacidades argumentativas, y se enseña a reconocer la intromisión de falacias en los textos. Pero más allá de la veracidad o no de las premisas, lo cierto es que la actividad de dar y pedir razones es uno de los núcleos de la comunicación humana y ocupa un lugar fundamental en las relaciones interpersonales.

Valoramos la argumentación porque se relaciona con nuestras necesidades tanto racionales como sociales, y la consideramos legítima para mediar en las relaciones humanas, porque confiamos en la racionalidad de nuestros pares.

Si bien, como estudiamos, la argumentación data desde la época de los filósofos griegos, en las últimas décadas tuvo una revalorización que la ha situado como la instancia por excelencia para resolver desacuerdos; y ello así ya que la argumentación apela a la razón del otro de manera explícita.

En este sentido, aceptamos persuadirnos de algo a través de argumentaciones porque la consideramos una forma de razonar legítima, a pesar de que existen muchas formas de persuasión que no son argumentación.

La creciente complejidad de los asuntos humanos ha hecho necesario tomar a la argumentación como un instrumento de mediación, estableciendo condiciones para el diálogo entre los diferentes agentes institucionales, políticos y sociales para la solución pacífica de conflictos y la creación de acuerdos.

Una condición que ha influido para otorgar mayor importancia a los procesos que incluyen la argumentación es la diversidad de puntos de vista que pueden desembocar en conflictos y la eficiencia de la argumentación para coordinar acciones y creencias que garanticen la coexistencia entre individuos que mantienen puntos de vista incompatibles.

Es decir, que nuestros distintos puntos de vista e intereses comunes nos llevan a procurar mejores formas de comunicarnos, y la argumentación dialógica se ha mostrado como una valiosa herramienta para lograrlo.

Argumentar es aportar razones para defender una opinión, un punto de vista. Argumentamos cuando creemos que debemos apoyar o refutar un hecho o asunto.

Para conseguir el efecto perlocucionario de la argumentación, es decir, que el destinatario resulte persuadido, quien produce el texto deberá reunir argumentos bajo la forma de pruebas o razones.

Actualmente no existe una propuesta única que defina la forma discursiva de la argumentación, porque son diversos los géneros comunicativos y literarios que utilizan recursos argumentativos.

La argumentación no es una continuación del proyecto de la lógica, ni tampoco una profundización de la estilística del discurso que tuvo su auge en la edad media.

La argumentación que se ha desarrollado en los últimos 50 años busca ser una propuesta diferente que si bien toma elementos de la lógica y la retórica, también recoge componentes de otras disciplinas, como la lingüística, la lógica, la psicología y el derecho, dependiendo de la propuesta o modelo argumentativo a seguir.

Algunos de ellos tienen una inclinación más fuerte por la lógica y otros por la retórica, pero en última instancia, la argumentación se plantea como un hecho social complejo que integra múltiples factores.