

LA ARGUMENTACIÓN. RASGOS CARACTERÍSTICOS DE LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, *argumentar* significa "aducir, alegar, dar argumentos; disputar, discutir, impugnar una opinión ajena. La palabra *argumento* significa, en su primera acepción, "razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o se niega".

Algunos estudiosos se refieren a la argumentación desde una perspectiva amplia. Según ellos, se puede considerar que la argumentación es una característica del discurso humano que se manifiesta a partir de marcas discursivas concretas. Se basan en el hecho de que siempre que nos comunicamos, transmitimos una información "**orientada**" hacia algún tipo de conclusión.

Así, la oración *Tengo mucho trabajo* es gramaticalmente la misma en (1 a) y en (1 b):

(1) a. A: ¿Quieres venir al cine?
B: Tengo mucho trabajo.

b. A: Tengo mucho trabajo.
B: Lo siento, no puedo ayudarte. He quedado y me tengo que marchar.

Pero desde la perspectiva pragmática son intervenciones muy distintas: en (1 a) se rechaza una invitación anterior, y en (1 b) se solicita ayuda. Vemos, pues, que la comunicación no constituye únicamente un proceso de codificación y descodificación de enunciados, sino también, y muy principalmente, una labor de **inferencia** que puede resultar bastante compleja en conversaciones aparentemente sencillas como la de este ejemplo:

(2) A: ¿Te apetece un pastelito? Yo voy a comerme uno.
B: ¿No estabas a régimen?

Aquí vamos a referirnos, sin embargo, a la argumentación, desde una perspectiva más concreta, como una **variedad del discurso** con la cual se pretende defender una opinión y persuadir de ella a un receptor mediante pruebas y razonamientos. En la argumentación así entendida, intervienen las leyes del razonamiento (**la lógica**), las reglas para probar o refutar (**la dialéctica**), y el uso de recursos verbales con el fin de persuadir, aludiendo a los afectos, las emociones, las sugerencias (**la retórica**).

La argumentación se usa para desarrollar, sobre todo, temas que están sujetos a controversia, es decir, que admiten opiniones diferentes -e incluso opuestas-, cada una de las cuales puede encontrar "razones" que la hagan aceptable. Lo que intenta el emisor del discurso argumentativo es convencer a su receptor de que debe adherirse a su propia opinión.

Hay, sin embargo, determinados textos, también argumentativos, en los que la controversia parece menos posible: las demostraciones científicas, por ejemplo, presuponen que la conclusión a la que se llega tiene carácter indiscutible. Esto nos permite distinguir entre dos ámbitos: la ARGUMENTACIÓN SOBRE HECHOS y la ARGUMENTACIÓN SOBRE OPINIONES. En la primera, los hechos funcionan como "conclusión", puesto que se trata de demostrar que determinado hecho se produce o se ha producido (demostraciones científicas, sumarios judiciales, etc.); en el segundo, adquieren una importancia fundamental las convicciones personales y las creencias colectivas (entendidas ambas como "opiniones muy arraigadas", no como verdades), los prejuicios (u "opiniones desfavorables sin

fundamento”), las “escalas de valores”, etc., elementos todos que el emisor tiene en cuenta para hacer prevalecer su opinión sobre la contraria. Se apoya también en hechos, pero éstos aquí funcionan, en cambio, no como conclusión, sino como argumento o prueba para defender la propia opinión.

En todo texto argumentativo podremos observar dos elementos fundamentales que, de una u otra manera, han de aparecer necesariamente: la TESIS y el CUERPO ARGUMENTATIVO.

La TESIS es la idea fundamental sobre la cual se reflexiona y se argumenta. No hay que confundir tesis con asunto: el asunto de un texto puede ser, por ejemplo, la contaminación medioambiental; la tesis, en cambio, será determinada “opinión” del autor sobre este tema, por ejemplo: la contaminación medioambiental sólo puede combatirse con éxito si se cambia primero el modelo socioeconómico. La tesis puede aparecer al principio o al final del texto, o incluso puede no hacerse explícita para que sea el destinatario el que la deduzca (tesis implícita). Puede ser simple -como la anterior- o compleja, si contiene varias ideas que se van encadenando a lo largo del texto.

- EL CUERPO ARGUMENTATIVO constituye la argumentación propiamente dicha: la aportación de todo tipo de “razones” que permiten al autor convencer al destinatario. Estas “razones” o ideas que el autor utiliza para confirmar su tesis se denominan argumentos. Son muy variados y pueden tener distintas funciones.
 - ARGUMENTOS DE APOYO a la tesis propia.
 - CONCESIONES o ideas de la tesis contraria que se admiten provisionalmente.
 - REFUTACIONES o argumentos con los que se rebate total o parcialmente la tesis contraria.
 - CONTRAARGUMENTOS que invalidan los argumentos contrarios a la tesis o las concesiones que el propio autor ha admitido previamente.

Dependiendo de cuál sea la tesis, del carácter del emisor, de la situación comunicativa, etc., el cuerpo de la argumentación puede ser muy simple o muy complejo y elaborado.

TIPOS DE ARGUMENTOS

En el logro del propósito de convencer o persuadir, o por lo menos para participar en la polémica, quien argumente puede recurrir a varios de los siguientes tipos de argumentos:

1. **De autoridad**: basados en opiniones, presupuestos, investigaciones o tratados expuestos por personas de prestigio, reconocidas en ámbitos culturales o intelectuales específicos. Se trata de un procedimiento argumentativo muy usual en los textos ensayísticos. La referencia a la idea expresada por la “autoridad” puede presentarse de dos formas: mediante el resumen:

Como dice Aristóteles, cosa es verdadera,
El mundo por dos cosas trabaja: la primera
Por haber mantención; la otra cosa era
Por haber juntamiento con hembra placentera.

[Arcipreste de Hita: Libro de buen amor]

Y mediante la CITA literal:

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]

2. **De certeza o de hecho:** se basan en pruebas observables, esto es, en situaciones que se pueden apreciar porque pertenecen a realidades físicas o psicológicas, tanto individuales como colectivas.

3. **De experiencia:** cuando el argumentador acude a situaciones que ha vivido o experimentado y que se vinculan con el tema, como su experiencia laboral, académica, política, entre otras. Algunas veces se retoman experiencias de personas reconocidas social o culturalmente.

Muy habitual en las argumentaciones que se producen en diálogos de la vida diaria es la ejemplificación con casos extraídos de la experiencia personal. Se trata de un recurso argumentativo de solidez relativa, pues siempre puede ser invalidado por otro ejemplo de sentido contrario:

A: 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.

B: Mejores notas sacaba Fernando y todavía está en el paro.

4. **Basados en ejemplos:** se emplean casos concretos, susceptibles de ser generalizados. Deben constituir una muestra representativa y no un caso aislado o particular. En algunos casos, se emplean anécdotas, cuentos, citas literarias, refranes para extraer una regla general. El ejemplo sirve para confirmar la veracidad de una tesis presentando un caso concreto de la realidad en el que esta 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 y el del Mar Egeo han ocasionado pérdidas irreparables en la fauna y la flora marina de zonas de importantísimo valor ecológico

[El País]

5. **De causalidad:** Esta clase de argumentos se fundamenta en el principio de causalidad, según el cual todo lo que es o comienza a ser (estado o suceso) es el resultado o efecto de una causa o de un conjunto de causas desencadenantes. Las posibles causas que desencadenan un fenómeno hacen las veces de premisas o antecedentes, y su función, en este caso, es explicar por qué algo ocurrió o por qué algo puede suceder. Están directamente relacionados con los hechos, ya de la vida diaria, ya de carácter científico. En uno y otro caso, aunque procedamos según la razón práctica o la razón científica, las premisas son

explicaciones probables del porqué de los hechos". Este tipo de argumentos se emplea para predecir o prevenir la aparición de otros hechos o situaciones.

6. **De analogía:** Se utiliza para sustentar conclusiones de conceptualización compleja. Se define como una 'semejanza de relación' entre los términos de la conclusión y los de la premisa. Esta semejanza de relación permite explicar, mediante términos de fácil comprensión, los de difícil comprensión que conforman la conclusión. Por ejemplo, con el fin de vender un juego matemático, el publicista compara la agilidad mental de un niño con la destreza de un computador, para que los padres o educadores observen la rapidez y eficiencia que dicho niño puede alcanzar.

En la argumentación analógica el emisor establece una relación de ASOCIACIÓN o ANALOGÍA entre ambos, de forma que presupone que, dado que son similares, lo que es cierto para uno es cierto también para el otro. El argumento analógico más frecuente es la COMPARACIÓN:

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]

Desde otro punto de vista, tanto la comparación como la metáfora -así como otras formas de argumento analógico, como la alegoría o la fábula- pueden funcionar también como argumentos afectivos que se utilizan para influir en el ánimo del destinatario.

7. **De probabilidad:** Se basan en datos estadísticos o en cálculos de probabilidades, los cuales gozan de gran aceptación en el mundo científico, dando cierto carácter empírico al argumento. Se emplean las encuestas con representatividad en la muestra, o datos de informes de investigación, entre otros.

8. **De presunción:** Sustentados en ideas vinculadas al principio de verosimilitud, es decir, en hechos o situaciones que pueden ocurrir dados ciertos precedentes. Por ejemplo, plantea una señora: "Nos estamos aislando de los demás. Si nos descuidamos, va a llegar el día en que no tendremos que salir para nada de nuestras casas porque, gracias a la tecnología, podremos hacer todo por computador: negocios, estudio, amistades, entretenimiento. Hasta se consiguen parejas por Internet y el noviazgo es virtual. Posiblemente también se casarán por esa vía y no tendrán que convivir en el mismo espacio físico".

9. **Basados en un silogismo** o estructura argumentativa que contiene dos premisas y una conclusión. Puede ser simple o muy elaborada. Veamos:

(1)

Todo buen escritor es un gran lector (premisa mayor que debe ser sustentada):

- Pedro es un buen escritor (premisa menor o caso concreto, apoyada con evidencias); por lo tanto, es un gran lector (conclusión).

(2)

La televisión es nociva para la formación moral y psicológica de los niños. (Premisa mayor que debe ser sustentada con razones):

- Marga ve más de cinco horas diarias de televisión (evidencia, hecho real); por lo tanto, Marga está adquiriendo principios morales que van en contra de los preceptos familiares y sociales (conclusión que caracteriza la formación de la niña).

10. Basados en el sentir general: Un valor o fuerza relativos tienen los argumentos basados en el sentir general o del sentido común:

-No te echas la culpa por lo que ha pasado. Cualquiera en tu lugar habría hecho lo mismo.

De este tipo son los refranes y máximas para reforzar una idea. Los refranes pueden considerarse como "verdades" de la tradición comúnmente aceptadas por la cultura popular. Tienen una gran expresividad, pero su fuerza argumentativa es más emotiva que lógica; de hecho, existen refranes que apoyan ideas opuestas:

A quien madruga, Dios le ayuda
No por mucho madrugar amanece más temprano.

Las máximas son también aseveraciones sentenciosas que se utilizan en la argumentación como verdades indiscutibles en apoyo de la tesis. A diferencia de los refranes, tienen un origen culto:

El hombre es un lobo para el hombre.
La fortuna ayuda a los audaces.

11) Argumentos afectivos: Se denominan ARGUMENTOS AFECTIVOS aquellos que pretenden provocar en el destinatario determinadas reacciones emocionales que condicionan su apreciación de la tesis: simpatía, pena, admiración, horror, temor, etc.

En cuanto a su contenido y su forma, no son en realidad diferentes de los que se utilizan en la argumentación racional. La diferencia estriba, principalmente, en el especial uso que en ellos se hace del lenguaje: éste se carga de expresividad, gracias al empleo por parte del autor de determinados recursos lingüísticos. Así, la COMPARACIÓN en el primer ejemplo y el argumento basado en la relación causa-efecto en el segundo adquieren una gran fuerza emotiva en los fragmentos siguientes:

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 personas que toman el sol en una playa y las reses sacrificadas -asadas- a los dioses en la antigüedad, es un argumento analógico que sirve, más que para vencer 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 importante como el razonamiento utilizado ("las armas no son necesarias porque ya no hay ningún enemigo") son los recursos que el autor utiliza para expresarlo, que sugieren al destinatario que el concepto de enemigo es absurdo (malos de ayer / buenos de hoy) y que las armas no se relacionan con la protección sino con el miedo (vendiendo armas y miedo).

Los recursos que se emplean en este tipo de argumentaciones son los mismos que caracterizan a la lengua literaria: las llamadas **figuras estilísticas y tropos** -como la hipérbole, el paralelismo, la antítesis, la anáfora, el símil, etc.-, que en el texto literario tienen una función expresiva y poética, son usados en los textos argumentativos con una finalidad retórica. Como en los textos literarios, el léxico se selecciona atendiendo al efecto que las connotaciones de las palabras empleadas puedan producir en el destinatario; la adjetivación adquiere también una importancia fundamental, pues mediante el uso frecuente de adjetivos -y también de adverbios- valorativos el autor dirige en un determinado sentido la actitud del receptor ante los hechos o ideas enunciados.

Por último, no ha de olvidarse que el uso de esta argumentación afectiva y de los recursos retóricos asociados a ella está condicionado por el tipo de texto de que se trate: lógicamente, queda excluida de los discursos en los que se exige una completa objetividad en la argumentación (la demostración científica, por ejemplo); puede aparecer, más o menos sutilmente introducida, en ensayos de tema humanístico y en los géneros periodísticos, tanto doctrinales como publicitarios.

En los actos argumentativos, es muy frecuente cometer errores o falacias. En general, podemos hablar de dos grandes tipos de argumentos no sujetos a las leyes de la lógica: los argumentos incorrectos y los falsos argumentos.

Los **argumentos incorrectos** se derivan de la mala utilización de la lógica argumental, y son especialmente frecuentes en las personas inexpertas. Consisten, por ejemplo en elevar lo particular a la categoría de general, es decir, en hacer generalizaciones a partir de uno o varios datos que resultan insuficientes. Por ejemplo: "Tengo un vecino alemán que ha aprendido español en dos meses, luego a todos los alemanes les resulta muy fácil aprender español." Otras veces se incurre en círculos viciosos, utilizando dos hechos indistintamente como causa y consecuencia. Quien cae en este error no hace más que dar vueltas a las ideas sin aclarar nada. Por ejemplo: "Mi hermana no viene a verme porque no me quiere, luego mi hermana no me quiere porque no viene a verme."

En otras ocasiones se establecen falsas relaciones de causa-efecto. Por ejemplo: "He pasado por debajo de una escalera y después me he caído, luego pasar por debajo de una escalera da mala suerte."

Los **falsos argumentos** son, en realidad, modos de persuasión ajenos a la lógica argumental. Los más utilizados son los siguientes:

- **Ad Hominem (contra el hombre):** ataca a la persona que emite el argumento desacreditándola para que los demás no lo tengan en consideración:

- ✓ Usted no puede decir que mi acción es inmoral porque ha estado en la cárcel.
 - ✓ La filosofía de Nietzsche es errónea, porque este acabó loco.
- **Ad Ignorantiam (a la ignorancia):** falacia que afirma que algo es verdad solo porque hasta el momento no se ha podido probar que es falso (o viceversa):
 - ✓ No se puede demostrar que Dios no existe, por lo tanto Dios existe.
 - ✓ Nadie ha demostrado que hay vida en otros planetas, luego no la hay.
- **Ad Verecundiam (dirigido al respeto o a la autoridad):** se alude al prestigio de la persona que emite el argumento y se critica a quien lo discuta:
 - ✓ Pero tiene que ser verdad porque lo ha dicho la tele.
 - ✓ La homeopatía es eficaz ya que conozco médicos que la recomiendan.
- **Ad baculum (que apela a la fuerza o al temor):** sostiene la validez de un argumento basándose en la **fuerza o en la amenaza** pero sin aportar razones:
 - ✓ Lo tienes que hacer porque aquí se hace lo que yo diga.
 - ✓ Si no usas tu cinturón de seguridad, la policía te multará.
 - ✓ ¡O dejas de discutir y te callas de una vez, o te castigo!
- **Ad Populum (dirigido al pueblo):** responde a un argumento o a una afirmación refiriéndose a la supuesta opinión que de ello tiene la gente en general:
 - ✓ ¡Vamos a ver la película, está siendo un éxito de ventas!
 - ✓ Todo el mundo defrauda impuestos ¿quieren condenarme por haberlo hecho yo solo una vez y en tan poca cantidad?
- **Petitio Principii (petición de principio o argumentación circular):** ocurre cuando la conclusión del argumento, se encuentra implícita entre las premisas:
 - ✓ Yo siempre digo la verdad. Por lo tanto, yo nunca miento.
- **Afirmación del consecuente:** consiste en suponer que afirmando al antecedente estamos autorizados a afirmar el consecuente:
 - ✓ Si llueve, entonces la calle se moja.
La calle está mojada
Por lo tanto, tiene que haber llovido → esta conclusión no tiene que ser necesariamente cierta. Podría suceder que alguien la mojara con una manguera.
- **Negación del antecedente:** consiste en suponer que negando al antecedente estamos autorizados a negar el consecuente:
 - ✓ Si llueve el suelo se moja
No ha llovido
Por lo tanto el suelo tiene que estar seco → es falso ya que alguien pudo haberlo regado.
- **Falacia del hombre de paja o del espantapájaros:** se caricaturizan los argumentos del oponente, tergiversándolos o exagerándolos:
 - ✓ A: Creo que es malo que los niños salgan solos a altas horas de la noche.
B: ¿Acaso van a volverse sádicos, drogadictos y violadores?

- **Ad Antiquitatem (apelación a la tradición):** que implica que si algo viene haciéndose desde hace mucho tiempo, es porque es verdadero y correcto:
 - ✓ Las mujeres deben quedarse en casa porque así se ha hecho siempre.
 - ✓ Compra ese producto. Ellos lo llevan fabricando durante mucho tiempo.
- **Ad Consequentiam (dirigido a las consecuencias):** implica responder un argumento refiriéndose a las posibles consecuencias del mismo.
 - ✓ El presidente no ha robado fondos del Estado. Si lo hubiera hecho perdería las elecciones.
 - ✓ No trabaja mucho. Si no, ganaría más dinero.
- **Ad Crumenam (apelación a la riqueza):** afirma que algo es cierto porque quien lo propone es rico.
 - ✓ A: Este hombre es un estúpido.
B: ¿Estúpido? ¡Pero si está ganando más que tú!
- **Ad Nauseam:** consiste en convencer a alguien de que algo es cierto repitiéndolo constantemente. Es conocida la frase del nazi Joseph Goebbels, "una mentira mil veces repetida se convierte en una verdad".
- **Ad Novitatem (apelación a la novedad):** sostiene que una idea es correcta o mejor simplemente por ser más moderna. Es muy utilizada en publicidad:
 - ✓ Le ofrecemos la última novedad en productos para perder peso.
- **Ad Silentio (argumento desde el silencio):** consiste en considerar que el silencio de un ponente sobre una materia es ignorante sobre ella:
 - ✓ A: ¡No pienso decírtelo!
B: ¡Si dices eso es porque no lo sabes!

- **Falso dilema:** se presentan dos puntos de vista como las únicas opciones posibles, cuando en realidad existen más opciones alternativas:
 - ✓ ¿Reelegirá usted al partido en el gobierno, o le dará alas al desempleo?
 - ✓ ¿Está usted con nosotros, o con las fuerzas del mal?
- **Tu Quoque (tú también):** se replica una argumentación en la que somos acusados de algo, acusando al contrario de lo mismo. Es tipo de falacia ad hominem:
 - ✓ ¿Cómo puede usted hablar de corrupción si cuando ustedes gobernaban cada día descubríamos un nuevo caso de corrupción?
- **Ad Misericordiam:** consiste en **ganar la simpatía del oponente presentándose como persona digna de misericordia:**
 - ✓ Yo no maté a mi marido, idéjenme de acusarme, ya sufro bastante con su ausencia!" (dicho en un tribunal de justicia)
 - ✓ Sí ha sido condenado por cometer el delito pero no debe ir a la cárcel, tiene ya 70 años y sufre achaques.
- **Falacia de la Ambigüedad o Anfibología:** emplear premisas cuya formulación es errónea ya que su significado es ambiguo y puede tener varios significados:
 - ✓ La muerte es el fin de la vida, por lo tanto, la vida debe tener como fin la muerte → se juega con la ambigüedad del significado de la palabra "fin".

EL USO DE LA LENGUA EN LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS:

Para poder influir de modo eficaz sobre el destinatario y conseguir así el propósito primero de toda argumentación, la persuasión, es fundamental que el autor utilice de modo adecuado los recursos que la lengua pone a su disposición. Varios son los objetivos a los que se debe atender: la COHERENCIA, la CLARIDAD y la capacidad de INFLUENCIA AFECTIVA son quizás los más importantes.

Entre los recursos lingüísticos y discursivos característicos de la argumentación, destacan:

- El uso de **deixis personal**: aparición de pronombres personales, en especial de la primera persona del singular (y a veces del plural, si el emisor habla como portavoz de un grupo). Así mismo, el 'yo' puede aparecer elidido, es decir, oculto, por lo que el emisor no asume una posición directa sino indirecta. Dado que se enuncia la posición de alguien frente a algo, la aparición del pronombre personal (*yo, nosotros, tú, ellos*) puede ser más frecuente que en otras modalidades discursivas.
- La **antonomia**: relacionada con conceptos contrarios de acuerdo con la tesis-antítesis. Hay variedad, según Cuenca (1995), así:
 - a) antonimia propiamente dicha (del tipo *fácil/difícil, frío/caliente...*), cuando los términos se oponen de manera escalar, es decir, se presentan en una relación graduable (*muy fácil, poco caliente, etc.*);
 - b) complementariedad (como *par-impar, hombre-mujer, etc.*), cuando los términos se refieren a una oposición no graduable (un número no puede ser más par o casi impar);
 - c) inversión u oposición relativa (como *profesor/alumno, comprador/vendedor, delante/detrás, etc.*), que se produce siempre que una palabra se define o parafrasea en relación con otra (alguien compra porque otra persona vende).
- La **modalización** o empleo de oraciones y de términos tales como: superlativos (paupérrimo, grandísimo), exclamaciones, interjecciones e interrogaciones retóricas (que no esperan respuesta sino que llaman la atención del interlocutor), modalización en expresiones para matizar efectos (como en la negación "no dejé de dormir", que al negar está afirmando que sí se durmió).
- La **polifonía o intervención de diferentes 'voces' en el discurso**, gracias a los apoyos argumentales como los juicios de expertos o autoridades citadas, los datos estadísticos tomados de fuentes fiables, etc.
- El empleo abundante de **conectores**, ya que en la contraargumentación conviene ir rebatiendo los argumentos contrarios y, de ser posible, agregar los que no hayan sido previstos por el adversario. También se usan para mostrar la lógica y marcar con claridad aspectos como causa y consecuencia, condición, oposición total o parcial, matizaciones, introductores de la propia opinión o de la opinión ajena, etc. Los conectores más específicos de la argumentación se clasifican, básicamente, en tres grupos:

a) **Contrastivos**; utilizados para poner de manifiesto relaciones de oposición, sustitución, restricción, contraste o ideas contrapuestas relacionadas con la tesis y la antítesis. Se generan cuatro modalidades:

- **Oposición**; vinculados con la relación tesis/antítesis: *pero, en cambio, sin embargo, ahora bien, aunque, contrariamente, no obstante, por el contrario, mientras que...*
- **Sustitución**; usados para negar la validez de un primer elemento a través de la aparición de una negación explícita: *sino, en lugar de, en vez de, todo lo contrario...*
- **Restricción**; ventajosos para negar la relación entre el todo y una de sus partes: *excepto, sino, más que, aparte de, a no ser que, excepto si...*
- **Concesión**, empleados para negar una relación entre una causa y un efecto y en la modalidad silogística: *aunque, a pesar de que, no obstante, con todo, de todas formas, de todos modos, si... entonces, con tal que, cuando..., en caso de que, según..., a menos que..., siempre que..., mientras...*

b) **Causales y consecutivos**, utilizados para marcar las relaciones de causa o consecuencia: *porque, puesto que, ya que, por eso, por ello, porque, pues, dado que, por el hecho de que, en virtud de...* Entre los consecutivos se encuentran: *así que, por lo tanto, por consiguiente, en consecuencia, de ahí que...*

También hay un tipo específico; serían los **conclusivos**: *en suma, en síntesis, en consecuencia, para resumir, en conclusión...*

c) **Distributivos**. Empleados para señalar la enumeración y defensa de diferentes argumentos: *en primer lugar, en segundo lugar, por último, por un lado, por otro lado, además*. Cuando son varios los argumentos, se emplean marcadores discursivos como: 1), 2), 3)... a), b), c), para pautar las ideas.

Hay otros conectores ligados a la estructura del discurso, esto es, al tipo de argumentos o a sus nexos: **condicionales** (asociados con la estructura silogística, *como si, en caso de, en ese caso, etc.*), y marcadores de estrategias textuales muy usadas en la argumentación tales como la **generalización** (*en general, generalmente...*), la **ejemplificación** (*por ejemplo, pongamos por caso...*) o la **reafirmación o énfasis** (*en efecto, efectivamente, de hecho*), la **certeza** (*es evidente que, es indudable que, nadie puede ignorar que, es incuestionable que, está claro que...*).

Entre los recursos lingüísticos también se encuentran los adverbios y locuciones adverbiales que encabezan ideas indicando juicios de valor sobre el contenido que sigue (*sinceramente, lamentablemente, con sinceridad...*), o marcando aspectos de la modalidad del enunciado (*probablemente, posiblemente, evidentemente, sin duda, con toda probabilidad*).

Finalmente, son frecuentes los elementos lingüísticos que se utilizan para introducir la opinión propia: *entiendo, pienso, creo, me parece, desde mi punto de vista, a mi modo de ver, etc.* Pueden aparecer también verbos que expresan actividades intelectuales como *justificar, alegar, demostrar, acreditar, razonar, documentar, evidenciar, explicar, testimoniar, aducir, discurrir, raciocinar, agüir, aducir, declarar, exponer, citar, invocar, deducir, colegir, concluir, inferir, derivar, desprender, presumir, suponer, etc.*