



## DISCURSO ARGUMENTATIVO

Podemos afirmar que todo texto parte de un propósito y, dependiendo de éste, su autor escogerá el tipo de texto que mejor se aadecue a su necesidad, entre uno de carácter expositivo, ARGUMENTATIVO, descriptivo, narrativo o dialogado.

En esta guía centraremos nuestra atención en un tipo especial de intercambio de información, que tiene por objeto defender una opinión y convencer (o tratar de persuadir), ya sea en forma oral o por escrito, de la validez de ella a un receptor, mediante pruebas y razonamientos: la ARGUMENTACIÓN.

## LA ARGUMENTACIÓN

La argumentación tiene por objetivo convencer (persuadiendo o disuadiendo) a otros sobre la opinión o punto de vista que tenemos acerca de un tema en particular. Esto implica que hay un emisor (una persona o grupo de personas) que sostiene un punto de vista y un receptor o audiencia (una persona, un grupo o público) a la que se trata de convencer. Además, emisor y receptor se hallan en un contexto, es decir, son parte de una determinada realidad social: viven en una época, en un lugar, pertenecen a un grupo etario, participan en alguna institución, son de un sexo específico, etc. Es el contexto el que hará que ciertos temas sean relevantes o irrelevantes e influirá en la validez de los argumentos que entregue el emisor y también en la evaluación que haga el receptor.

Observa el siguiente texto que ejemplifica una argumentación:

"Petey saltó de la cama y se paseó por el cuarto. "Tengo que tener un abrigo de mapache", dijo apasionadamente. ¡Tengo que tenerlo!"

– Pero, ¿por qué, Petey? Míralo desde una perspectiva racional. Los abrigos de mapache son insalubres. Echan pelos. Huelen mal. Pesan demasiado. Son desagradables de ver. Son...

– Tú no entiendes --me interrumpió con impaciencia--. Es lo que hay que hacer. ¿No quieres estar en boom?"

(Fragmento de El amor es una falacia, de Max Schulman)

¿Mapache?, ¿boom? Hoy, y en Chile, no se nos ocurriría tener un abrigo de tal animal y tampoco usaríamos palabras como "boom", aunque sí algo como "taquilla". Para poder entender completamente la argumentación necesitamos analizar el contexto: probablemente se trata de dos jóvenes, en una situación informal, en cuya época era socialmente valorado tener un abrigo de mapache, por lo tanto, la necesidad de tenerlo, se transforma en un tema de debate. Hay un emisor y un receptor que intercambian roles, defendiendo posiciones distintas, para uno es necesario tener el abrigo; y para el otro, no. Los fundamentos prácticos y estéticos del que narra la historia nos pueden parecer más razonables ("los abrigos de mapache son insalubres, hediondos, pesados, feos..."), sin embargo, en el contexto podría ser más relevante el fundamento de Petey si para ambos jóvenes fuera demasiado importante el reconocimiento social.

## MARCO GENERAL: SITUACIÓN DE ENUNCIACIÓN

Entre los elementos constitutivos básicos de la situación de enunciación del discurso argumentativo, podemos señalar:

1. **El tema controversial o polémico** que permita diversos puntos de vista o enfoques. Así, los interlocutores podrán sostener variadas formas de resolución del problema en cuestión.
2. **La finalidad** de este tipo discursivo es convencer o persuadir a nuestro interlocutor de la validez de lo que se dice. Se puede convencer con razones o bien se puede persuadir por medio de planteamientos de orden afectivo.
3. **Los interlocutores** de esta situación comunicativa son protagonistas (emisor- receptor), puesto que manifestarán una determinada posición frente al tema polémico. El discurso argumentativo posee un carácter eminentemente dialógico, ya que obliga al emisor y al receptor a confrontar sus posiciones y argumentos.
4. **El canal**, medio por el cual se transmite el mensaje, determina cómo se realiza la argumentación, lo que será de gran importancia a la hora de evaluar su calidad. Puede tratarse de situaciones comunicativas orales, escritas o a través de los medios de comunicación social.
5. **El contexto de producción** de un discurso argumentativo, es decir, el momento y el lugar en donde se realiza, será también parte determinante de su calidad. Del mismo modo, el grado de formalidad de la situación y el tiempo del que se dispone.
6. **La modalidad** de la argumentación, que puede ser tanto oral como escrita, espontánea o preparada y presencial o mediatisada.

## ESTRUCTURA INTERNA DE LA ARGUMENTACIÓN

Además del marco general que acabamos de analizar, el discurso argumentativo posee una estructura interna, a la que llamamos propiamente "argumento". Todo argumento está constituido siempre por un punto de vista y por premisas o razones que lo apoyan para validar la posición del emisor en su intención de convencer o disuadir al receptor. Analicemos nuevamente el fragmento del inicio:

**Juan:** "No es necesario tener un abrigo de mapache"

Razón 1. "Son insalubres"

Razón 2. "Echan pelos"

Razón 3. "Huelen mal"

Razón 4. "Pesan demasiado"

Razón 5. "Son desagradables de ver"

**Petey:** "Es necesario tener un abrigo de mapache"

Razón 1. "Es la forma de estar en el boom"

Fundamento de la Razón 1. "Todos queremos estar en el boom"

Con el esquema anterior es más fácil ver la información relevante de cada argumentación y cómo está ordenada. Además, te puedes dar cuenta de que, en cada uno de los esquemas, las razones se ordenan de manera diferente. En el primer caso hay cinco razones que apoyan por separado el PV y, en el segundo, sólo hay una que lo apoya directamente, la cual a su vez está apoyada por otra razón que debería darle más peso. La razón 1.1 no aparece explícitamente en el texto, pero se infiere de "Es lo que hay que hacer. ¿No quieres estar en el boom?" A esta última se le puede catalogar como pregunta retórica, es decir, que no es realmente una pregunta, aunque tenga su estructura. No se espera una respuesta, sino que invita a una reflexión. Lo que Petey comunica es algo como "No puede ser que no quieras estar en el boom, si todo el mundo quiere estarlo."

El análisis muestra que puede haber una o más razones, que se pueden ordenar y jerarquizar; en ocasiones, pueden ser enunciadas con claridad o sólo aparecer implícitas. Esto también puede suceder con el punto de vista, pero siempre habrá claves en el texto que nos ayuden a inferir cuál es la opinión que tiene el emisor.

Como ya señalamos, en el texto argumentativo el emisor ofrece una determinada información desde su personal punto de vista tratando de persuadir a su(s) receptor(es), para ello debe estructurar su discurso de acuerdo a las siguientes partes del texto argumentativo que te presentamos a continuación:

1. **Tesis**
2. **Bases**
3. **Garantía**
4. **Respaldo**

**1. Tesis:** opinión sostenida por alguien y que sirve de punto de partida a la argumentación, es decir, el punto de vista. Consiste en una afirmación que se plantea públicamente y que se pretende que alcance aceptación general. Esta afirmación no es necesariamente verdadera y puede ser debatible, por lo que el emisor presenta razones para fundamentar su postura, esto es: bases, garantías y respaldo.

- Julia no debería beber alcohol.

**2. Bases:** los argumentos o apoyos que se entregan a favor de una tesis.

- Julia está embarazada.

**3. Garantía:** vínculo que une las bases con las tesis, o sea, dice por qué es pertinente esa base para esa tesis, expone las razones que avalan la tesis.

- Una mujer embarazada debe cuidar su alimentación, ya que el bebé recibe todo lo que la madre ingiere.

**4. Respaldo:** elementos que apoyan a las garantías. Es el cuerpo de información general que sustenta a las garantías. Es importante que el respaldo se presente especificando las fuentes de donde se sacó la información (gráficos, datos estadísticos, resultados de encuestas, testimonios, etc.).

- De acuerdo con las estadísticas de la OMS, el 80 % de los hijos de madres que han bebido alcohol durante el embarazo presenta problemas de peso y/o tamaño al momento de nacer.

Recuerda que no siempre explicitamos todos los componentes durante una argumentación. Muchas veces basta con indicar nuestra opinión o tesis y dar algunas bases de apoyo. Otras veces, indicar tan sólo las bases y dejar que el interlocutor desprenda la tesis

## SÍNTESIS

- La argumentación constituye un discurso que tiene como fin convencer o disuadir a un interlocutor en un contexto determinado.
- Todo discurso argumentativo tiene una estructura interna, formada por un Punto de Vista o Tesis y por Premisas o Razones o Bases, que sirven para validar la posición del emisor en su intención de convencer.
- Este PV puede ser entendido como la Tesis, o sea, la opinión sostenida por alguien que sirve de punto de partida o de llegada de un argumento. Toda Tesis necesita de Bases o Razones que sirven de apoyo a lo que se plantea. A lo anterior se agrega la Garantía, que es el vínculo que dice por qué es pertinente esa base para esa tesis.
- Por último contamos con el Respaldo, que puede ser entendido como aquellos elementos de información general que apoyan a las garantías.

**Actividad N° 1: Identifica a qué elemento de la argumentación corresponde cada enunciado.****A)**

	Es alarmante el aumento de accidentes protagonizados por jóvenes bajo los efectos del alcohol.
	Experimentos clínicos demuestran la torpeza de reacciones bajo los efectos del alcohol.
	Los jóvenes no deberían consumir bebidas alcohólicas.
	El consumo de alcohol inhibe las reacciones físicas y hace que las personas se pongan más osadas.

**B)**

	Los puestos laborales más apreciados y mejor remunerados son ocupados por profesionales estudiosos.
	Según las últimas estadísticas, la vigencia del conocimiento profesional es cada vez más breve.
	Estudiar siempre es provechoso.
	En el mundo actual se requiere de personas que estén motivadas por el estudio, ya que el cambio hace necesario estar siempre actualizados.

**C)**

	Todos los ciudadanos chilenos tenemos derecho a voto.
	Tengo derecho a sufragio.
	La Constitución política de Chile consagra este derecho.
	Soy ciudadano chileno.

**TIPOS DE ARGUMENTACIÓN**

A. Según su objetivo

- { 1. Argumentación lógico – racional  
2. Argumentación retórica - persuasiva

**1. Argumentación lógico-racional**

Su propósito fundamental es convencer a través de razones (ámbito intelectual), para lo cual desarrolla y expone organizadamente argumentos y contraargumentos. Éstos apoyan el punto de vista que sostiene el emisor o bien rebaten los puntos de vista y posiciones que otros hayan propuesto.

En las siguientes situaciones, predomina la argumentación lógico-racional: discursos académicos, artículos de opinión, ensayos, debates, alegatos judiciales, críticas periodísticas, entre otras.

**2. Argumentación retórica-persuasiva**

Busca inducir al receptor por la vía afectiva y emotiva para que adhiera a ciertas opiniones o realice determinadas acciones. Es el tipo de argumentación más frecuente en la vida cotidiana y en el mundo privado de la sociedad. Por lo mismo, es importante distinguir el contexto en el que nos desenvolvemos para utilizar el tipo de argumentación que corresponde. Por ejemplo, a tu padre puedes pedirle permiso para que te deje ir a una fiesta, argumentando que has sido bueno, pero no puedes utilizar el mismo argumento con un carabinero que te detiene en el camino.

En la argumentación persuasiva, también encontramos tesis, bases y garantías, pero se utilizan como recursos afectivos. Algunos ejemplos de este tipo de recursos son:

- la creación de confianza respecto de lo que el emisor representa.
- repetición de eslóganes.
- uso de criterios de autoridad.
- recurso de la fama.
- enunciación de prejuicios.
- deseos y temores inconscientes del receptor.

Este tipo de argumentación predomina en la publicidad, propaganda (política e ideológica), instancias personales, sermones, solicitudes, arengas y paráboles.

B. Según su estructura

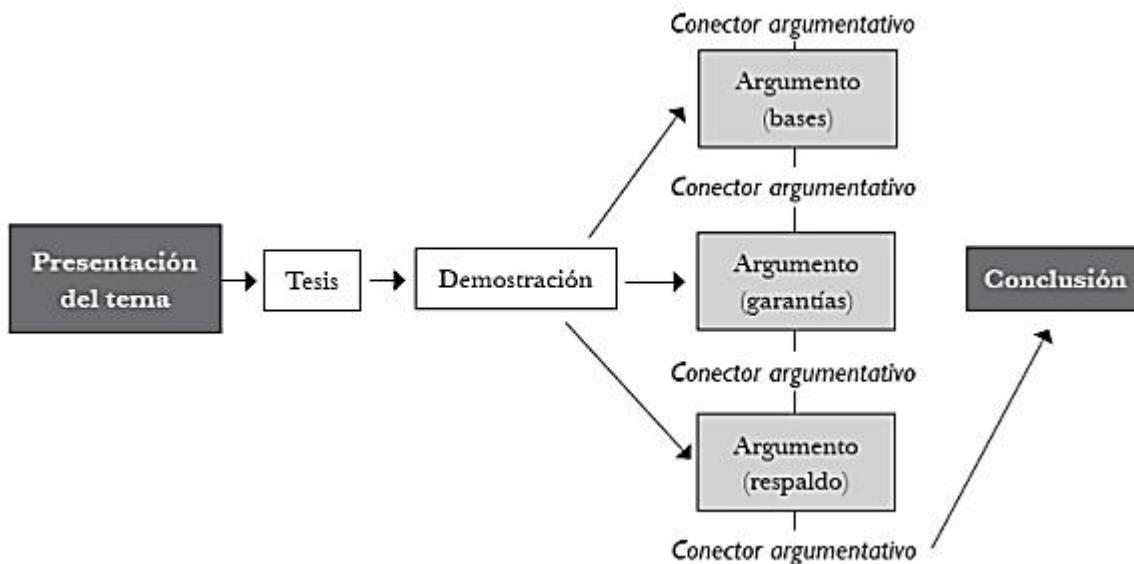
- { 1. Argumentación secuencial  
2. Argumentación dialéctica

**1. Argumentación secuencial**

Esta argumentación se caracteriza por la acumulación de argumentos a favor de una sola tesis.

El texto comienza con la presentación del tema, luego se plantea la tesis. Más adelante, dicha tesis se apoya, a lo largo del discurso, en una suma de elementos probatorios o argumentos (bases, garantías y respaldos). Así, el texto queda estructurado a partir de la tesis y varias secciones argumentativas, cada una de las cuales contiene un argumento y está introducida por un conector argumentativo.

Observemos el siguiente esquema que grafica la estructura de la argumentación secuencial:

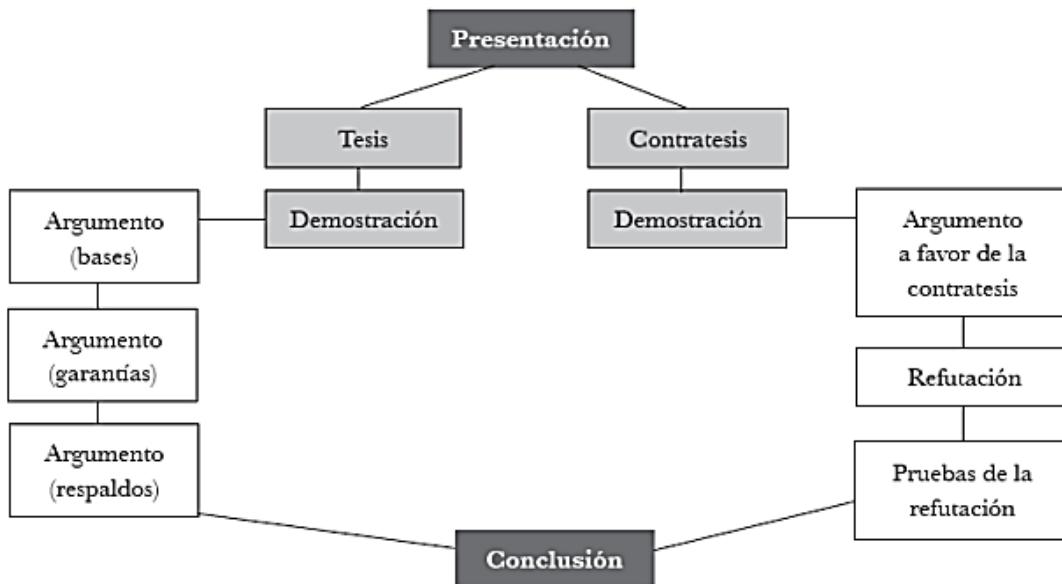


## 2. Argumentación dialéctica

Esta argumentación no sólo considera la tesis defendida, sino que también plantea la contratesis propuesta por los que no son partidarios del punto de vista sustentado en la argumentación. La presentación de la contratesis es un medio para justificar con conocimiento la propia postura, ya que se parte del supuesto de que la tesis defendida es digna de ser apoyada, no así su contraria.

En este tipo de argumentación, el autor debe comenzar con la presentación de un problema, al que le sigue el planteamiento de la propia tesis o la presentación de la contratesis (el autor determinará cuál presenta primero, lo importante es que se expliciten ambas), para continuar con la demostración.

En la demostración, se organizarán los argumentos a favor de la tesis, la refutación hecha por los contrarios y las pruebas que demuestran la validez de la tesis y la invalidez de la contratesis (en ocasiones, puede ocurrir el hecho contrario). En este momento de la argumentación, el autor debe adoptar una postura de mucha objetividad y humildad intelectual, pues al exponer los argumentos que favorecen la contratesis, puede refutarlos o aceptarlos como válidos. En el siguiente esquema, veremos graficada la estructura de este tipo de argumentación:



## RECURSOS VERBALES Y NO VERBALES DE LA ARGUMENTACIÓN

Para alcanzar su objetivo de convencer o persuadir al receptor, el discurso argumentativo utiliza distintos recursos que detallaremos a continuación:

### A) Recursos Verbales

El lenguaje de la argumentación se caracteriza por:

- El frecuente uso de sustantivos abstractos (por ejemplo: la justicia, la ordenanza, el quehacer, los fenómenos, etc.).
- Recurrencia de tecnicismos (conjunto de términos específicos empleados en el lenguaje de un arte, de una ciencia o cualquier ámbito del quehacer humano).
- Uso de frases intercaladas que aclaran o detallan un postulado.
- Utilizar un léxico culto en el cual se advierte siempre la intención del emisor de generar una respuesta en el receptor.
- La utilización de conectores apropiados es fundamental, pues ellos introducen las diferentes partes de la argumentación. Así, encontramos conectores textuales, que permiten organizar y ordenar los párrafos que conforman la argumentación. Observa algunos ejemplos:

**Introducción:** En primer lugar..., Comenzaremos recordando que..., En primera instancia..., etc. ; **Desarrollo:** En segundo término..., Se agrega a lo anterior..., Otro aspecto es..., etc.; **Conclusión:** Por lo tanto..., En conclusión..., En síntesis..., etc.

También se utilizan recursos de calificación (o modalizadores), los cuales aumentan o disminuyen, valoran o descartan las posiciones ajenas a la tesis defendida: **Possiblemente..., Lamentablemente..., Sin duda..., Es necesario que..., Con toda certeza..., Equivocados están quienes piensan..., Valioso resulta..., etc.,**

La incorporación de preguntas retóricas en un texto argumentativo resulta ser un recurso lingüístico de gran efectividad, pues mantiene la atención del oyente, lo involucra en la discusión, lo induce a tomar una posición frente al tema planteado y, por último, logra la complicidad a través de sus respuestas.

## B) Recursos no Verbales

Nos referimos con este concepto al conjunto de estrategias no verbales que acompañan o reemplazan a la oralidad y que el emisor puede utilizar para reforzar la tesis planteada. Entre ellas, destacan:

- Gestos faciales (pueden indicar duda, pena, alegría, certeza, reprobación, adhesión, etc.)
- Características físicas.
- Distancias (la proxémica se preocupa del uso del espacio social y personal, el concepto de territorialidad, la orientación, lugar y manejo de las distancias).
- Movimientos del cuerpo (comportamiento kinésico).
- Vocalizaciones (como el llanto y la risa).
- Factores del entorno (arquitectura, muebles, decorado, luz, temperatura, ruidos, música).

A continuación, revisaremos algunos ejemplos en donde se utilizan estos recursos:

### • Las emociones:

Muchas veces en un discurso se apela a las emociones de las personas, no sólo cuando se trata de persuadir, sino también cuando se intenta convencer en el ámbito racional. A través de gestos, maneras, posturas, el llanto o la risa, podemos despertar una reacción emocional en los oyentes.

Un claro ejemplo de utilización de este recurso lo encontramos en las campañas de ayuda solidaria. En ellas, generalmente se muestra el rostro triste y sufriente de alguna persona desposeída, principalmente un niño o un anciano. Esta imagen busca conmover al público para que, afectado por la pena y dolor ajeno, decida entregar su donación.

### • La distracción:

También es un recurso utilizado en las formas persuasivas, aunque en algunas ocasiones, podemos encontrarlo en argumentos lógico racionales como recurso de apoyo. La instancia en que es más común encontrar este recurso es en los medios de comunicación, en los cuales muchas veces se entregan argumentos de variada índole, en el contexto de un ambiente aparentemente no argumentativo, como son los programas de conversación, encuentros deportivos o telenovelas.

Otro ejemplo puede encontrarse en un acto de graduación o licenciatura escolar, pues en el contexto festivo que define a este tipo de ceremonias, se aprovecha la oportunidad para argumentar sobre los valores y principios que propicia el liceo o colegio e incluso se argumenta sobre la importancia de pagar oportunamente las mensualidades o cuotas escolares.

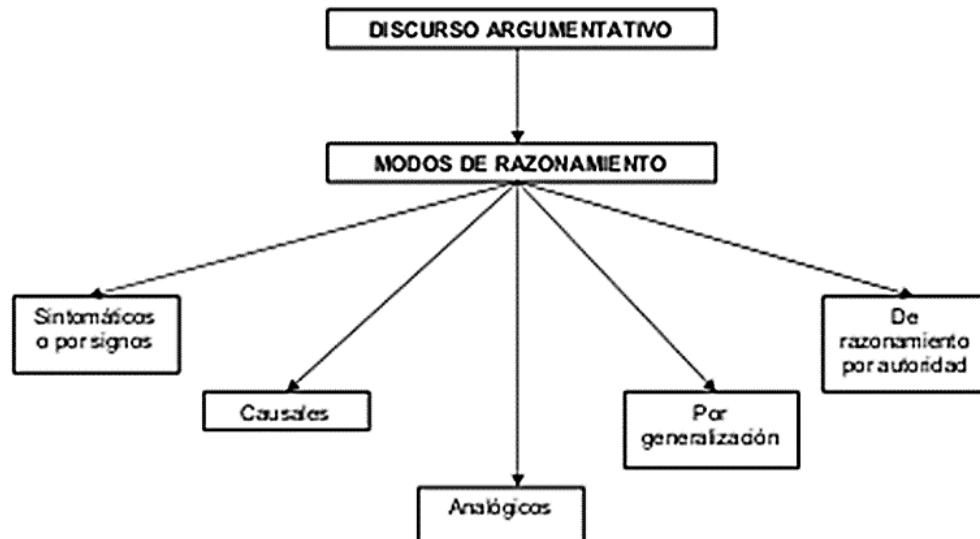
### • La popularidad o el recurso de la fama:

Consiste en recurrir a imágenes de personajes valorados por la sociedad para lograr la persuasión. Este recurso abunda en el ámbito publicitario, pues cada vez que un personaje público se asocia a un producto o servicio, éste aumenta su credibilidad.

## MODOS DE RAZONAMIENTO

A los distintos tipos de relaciones que se pueden presentar entre la conclusión y las premisas (o razones) se les llama modos de razonamiento o tipos de argumentos.

En los modos de razonar se dan generalmente cinco tipos:



**1. Sintomáticos o razonamiento por signo:** las razones se presentan en forma de indicios, signos o síntomas que conducen a una conclusión. Se usa en casos en que existe una asociación confiable entre un fenómeno y su señal.

- No sería extraño que Juan tuviese un infarto. Come, bebe, y fuma en exceso. Además trabaja demasiado.

Si te fijas, el comer, beber y fumar en exceso y el trabajar demasiado son síntomas que llevan a la persona a concluir que es muy probable que Juan sufra un infarto.

**2. Instrumentales o de nexos causales:** las razones se presentan como la causa que provoca la conclusión o como un medio para lograrla. Se establece una conexión causal entre dos hechos. Se afirma que las bases o razones son la causa de la tesis. Esta conexión es bastante más fuerte que la anterior, pues ya no afirma sólo la relación entre dos elementos, sino que uno causa al otro.

- Correr 5 kms. diarios produce un bienestar general del sistema cardiovascular. Corra por su vida.

Este argumento podría ser parte de un mensaje publicitario que incentiva a la gente a correr, para lo cual se muestra el mejoramiento del sistema cardiovascular como causa de que debamos correr.

**3. Analógicos:** Una analogía es el razonamiento basado en la existencia de atributos semejantes en seres o cosas diferentes. La conclusión se establece comparando dos situaciones diferentes, pero que son semejantes en algún aspecto.

Resulta muy útil para explicar cosas nuevas, pues quien la emplea compara, aspecto por aspecto, un fenómeno o un objeto desconocido por los receptores con otro que les resulta familiar, facilitando la comprensión.

- Debe haber una preocupación permanente por el medio ambiente, igual que por un auto. Éste se debe mantener limpio, repararlo cuando lo requiere y usar de modo racional sus beneficios.

En este ejemplo se compara el cuidado del medioambiente con el de un auto; aunque son dos cosas muy distintas tienen en común el reportar beneficios al ser humano y, a la vez, requerir de la preocupación de éste. Lo que el emisor intenta por medio de la analogía, es concluir que es necesario el cuidado del medio ambiente. La razón es que, en los aspectos mostrados, requiere cuidados igual que un auto.

**4. Por generalización:** a partir de varios casos similares, puedo generalizar una tesis común a todos ellos, proyectándola a otros casos del mismo tipo.

- Hace algunos años, al hablar de cine chileno, nos costaba recordar títulos de películas para dar como ejemplo, ahora nos viene a la mente de inmediato películas como "La Frontera", "La Luna en el Espejo", "El Desquite", "Coronación", "El Chacotero Sentimental", "Sangre Eterna" y "Sexo con Amor", las que no sólo han tenido éxito de crítica, sino también de taquilla. Por lo tanto, podemos afirmar que el cine chileno ha mejorado en el último tiempo.

**5. Razonamiento por autoridad:** se puede fundar una tesis citando una autoridad sobre la materia o valiéndonos del prestigio de alguien conocido.

- Afirmamos que la Tierra gira alrededor del Sol, porque, basándonos en las teorías de Copérnico, lo podemos probar.

## FALACIAS EN EL DISCURSO ARGUMENTATIVO

"Un sabio a la voz de ¡salta!, lograba que cada una de las pulgas de su colección se introdujera en un frasco. Arrancó a una pulga las patas traseras y al ordenar ¡salta!, la pulga no saltó, y lo mismo ocurrió tras arrancar las patas a todas las demás. El sabio, entusiasmado, anotó en su cuaderno: Cuando se le quitan las patas traseras a una pulga deja de oír."

A todas las formas de argumentación que encierran errores o persiguen fines espurios, se les denomina falacias. El término procede del latín "fallatio", que significa engaño, y se emplea como sinónimo de sofisma, palabra que acuñaron los griegos para designar el argumento engañoso.

Cuando un tipo de argumentación viola uno o más de los criterios mencionados afirmamos que se ha cometido una falacia en la argumentación.

Las principales FALACIAS relacionadas con la trasgresión de los criterios de evaluación son:

**1. Generalización o conclusión apresurada:** (*secundum quid*) falta la suficiencia, pues no proporciona la cantidad de casos necesarios para sostener la conclusión. Transgrede el principio de generalización.

- Alejandra, mi primera polola me traicionó. Por lo tanto, todas las mujeres son unas traidoras.

El ejemplo anterior se trata de una falacia, pues de un solo caso, que es una experiencia personal, se generaliza a toda la población de mujeres, sin considerar, por ejemplo, a su madre, su abuela, las pololas de otros amigos, las mujeres de otras culturas, etc.

**2. Razón irrelevante:** (*non sequitur*) falta al principio de la relevancia y, generalmente, constituye un cambio de tema: las razones hablan de algo distinto a lo que apunta la conclusión.

- Estoy absolutamente en desacuerdo con las prácticas educacionales que plantea la Sra. Fernández. Ella nunca ha tenido hijos.

En el ejemplo queda claro que no hay relación entre que la señora tenga o no tenga hijos con su experiencia o conocimiento de la educación. Lo que hace aquí la persona que argumenta es atacar a quien tiene una postura opuesta, en vez de refutar las razones.

**3. Premisa problemática:** falta al principio de aceptabilidad, la razón que apoya la conclusión no es por sí sola admisible.

- Sostengo que los extraterrestres existen. El otro día entrevistaron a Tito Fernández en la tele y contó cómo fue abducido.

Aquí se pone en evidencia que no se puede creer en el testimonio televisivo como prueba irrefutable de que la abducción existe. Es probable que la mayoría de los chilenos y más aún los extranjeros que no conocen a tal personaje, duden de la confiabilidad del testimonio. Por lo tanto, no sirve como prueba para sostener la conclusión.

## **OTRAS FALACIAS**

Ya viste las principales falacias asociadas a los criterios antes mencionados. Sin embargo, distintos autores que abordan el tema han dado nombres más específicos a los errores que se cometen más comúnmente y que podrían estar contenidos en las tres falacias principales. Agregaremos a continuación algunas denominaciones castellanas de las falacias más utilizadas:

**1. Circularidad:** (*ad consequentiam*) argumentamos a favor de nuestro punto de vista, entregando una razón que es equivalente a éste.

- El opio produce sueño porque es soporífero. ¿Por qué es soporífero? Porque induce al sueño.
- Es bueno porque yo lo digo, y si yo lo digo, es bueno.

**2. Ataque a la persona:** (*ad hominem*) se llama así todo mal argumento que, en lugar de refutar las afirmaciones de un adversario, intenta descalificarlo personalmente.

- **Ataque directo:** refutamos la tesis por venir de una persona determinada, es decir, descalificamos al oponente, insultándolo.
  - Es estúpido y como tal no puede tener una opinión fiable.
  - No es conveniente considerar a Juan Gabriel como parte del equipo que trabajará en la publicidad del producto. Juan Gabriel es homosexual.
- **Ataque Indirecto:** (*ad hominem circumstantiae*) se descalifica al oponente pero no por una característica de él mismo, sino por su situación. No se dirige abiertamente contra la persona sino contra las circunstancias en que se mueve: sus vínculos, sus relaciones, sus intereses, etc.
  - ¡Claro, como a ti no te toca, te parece muy bien la reforma!
  - Son tontos útiles, manipulados por una potencia extranjera.
  - Tú no puedes hablar contra la cacería deportiva, puesto que tú consumes carne en tu alimentación y no puedes negar que ésta se obtiene matando animales.
- **Envenenar el pozo:** descalificamos una tesis de tal forma que su defensa se vuelve imposible. No se quiere dejar agua para cuando llegue el contrincante. Pretende negar que esté calificado para dar una opinión:
  - Mi opositor es un conocido mentiroso. Ustedes no pueden creer una sola palabra de lo que va a decir.
  - Tú no eres mujer, así que lo que vayas a decir sobre el aborto no cuenta.

**3. Apelar a la popularidad:** (*ad populum*) se valida un punto de vista a partir del apoyo masivo que éste pueda tener.

- Debe ser una película estupenda, porque hay unas colas enormes en las boleterías.
- Este auto es el mejor del mercado, ya que es el más vendido.

**4. Apelar a una élite:** (*ad crumenaem*) se valida un punto de vista porque una minoría selecta lo apoya.

- Usa jabón Lux. El jabón de las estrellas.

**5. Apelar a la misericordia:** (*ad misericordiam*) en reemplazo de razones que apoyan la tesis, se apela a la bondad de la persona.

- Sólo un gobierno sin entrañas puede echar a la calle a los trabajadores del puerto.
- Usted no puede despedirme. Tengo mujer e hijos que alimentar.

**6. Apelar al temor:** (*ad metam o ad baculum*) en vez de utilizar razones nos valemos de amenazas para que la persona acepte nuestra tesis.

- Mira niña, tú necesitas este empleo y yo necesito una empleada cariñosa, así que será mejor que aceptes mi invitación.
- A la niña le cuesta estudiar, pero si el colegio no le da la oportunidad de subir sus notas, me la llevo a otra institución.

**7. Falsa Analogía:** una analogía se produce cuando se comparan dos situaciones porque presentan similitudes en ciertos aspectos. Una falsa analogía se produce cuando los aspectos no son comparables.

- A los estudiantes se les debería permitir consultar sus textos de estudio durante los exámenes. Después de todo, los abogados tienen escritos para guiarlos durante un juicio y los constructores tienen planos para guiarlos cuando construyen una casa. Entonces, ¿Por qué los estudiantes no pueden mirar sus textos durante los exámenes?

**8. Falsa apelación a la autoridad:** (*ad verecundiam*) cuando se cita como razón lo que ha dicho alguien que es una autoridad, pero no en la materia de la tesis.

- “El Papa, el propio Padre Santo ha bendecido hoy al Sr. Corleone. ¿Es usted más listo que el Papa?” (de la película El Padrino III).
- Chile se clasificará para el próximo mundial de fútbol, pues así lo señaló el Ministro de Salud.

**9. Causa falsa:** (*post hoc o non causa*) cuando la razón que damos para apoyar nuestra tesis puede tratarse sólo de una casualidad.

- El gimnasio no es bueno para adelgazar, está lleno de gordos.
- No llevemos a Isidro a nuestro paseo, porque cada vez que salimos con él llueve.

**10. Tú también:** (*tu quoque*) en vez de presentar argumentos se devuelve la ofensa al acusador.

- Tú me acusas de vanidad y soberbia y está claro que no tengo esos defectos. ¿Acaso no te has dado cuenta de que en ti el orgullo y la prepotencia reinan?

## Actividad N° 2: Ejercicios de selección múltiple

1. En el siguiente texto:

- I. “Los padres no influyen lo que deben en la educación de los hijos.
- II. “Existen carencias afectivas y mala comunicación en la familia, bajo nivel de escolaridad de los padres y déficit de recursos físicos que apoyen el estudio en el hogar.
- III. “La diferencia de los resultados promedio de lenguaje entre las escuelas se explica casi en el 50 sólo por el estatus sociocultural de los padres”.

los elementos argumentativos se presentan en el siguiente orden:

- |                              |                              |                           |
|------------------------------|------------------------------|---------------------------|
| A) Tesis, bases, garantía    | C) Bases, garantía, respaldo | E) Tesis, garantía, bases |
| B) Garantía, bases, respaldo | D) Tesis, bases, respaldo    |                           |

2. ¿Cuál es la función del enunciado subrayado en el siguiente texto?

“En las culturas primitivas, lo viejo era símbolo de respeto. Hoy no se respeta la experiencia ni la sabiduría de los adultos mayores. la vejez se ha convertido en un desecho de la sociedad industrial moderna”.

- |          |             |            |
|----------|-------------|------------|
| A) Tesis | C) Garantía | E) Razones |
| B) Bases | D) Respaldo |            |

3. Los argumentos que se utilizan para rebatir el punto de vista y las razones sustentadas se denominan:

- |               |              |                      |
|---------------|--------------|----------------------|
| A) Argumentos | C) Razones   | E) Contra argumentos |
| B) Bases      | O) Respaldos |                      |

4. Javier no debería trasnochar durante la semana. Está rindiendo las pruebas finales del semestre en la universidad. Un alumno universitario debe moderar sus diversiones en la semana, ya que el exceso puede afectar su rendimiento académico.

Los enunciados anteriores, en orden de presentación, corresponden a:

- |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| A) Garantía — base — tesis | C) Tesis — base — garantía | E) Base — garantía — tesis |
| B) Base — tesis — garantía | O) Tesis — garantía — base |                            |

5. Llamamos contra argumentación a:

- A) las razones que da el emisor.
- B) la tesis que sostiene el receptor.
- C) la razón con que el receptor manifiesta su duda o discordancia.
- O) la base que sostiene el protagonista.
- E) el conjunto de razones que plantea el receptor.

7. Indica la alternativa que contiene la tesis del siguiente texto.

“Sería un error privatizar Codelco. Lo que hay que hacer es internacionalizarla, y en mi gobierno ha habido un intento muy significativo para apuntar hacia esa dirección, porque eso le permitirá pensar mucho más en el ámbito mundial y obtener más beneficios.”

- A) Codelco debe internacionalizarse.
- B) La privatización de Codelco.
- C) Los esfuerzos del gobierno para internacionalizar Codelco.
- O) La internacionalización de Codelco traerá más beneficios.
- E) Codelco debe privatizarse.

8. Llamamos falacia a:

- A) una falta en la estructura lógica de la argumentación.
- B) la falta de credibilidad de un argumento.
- C) un mal manejo en la ordenación de premisas con respecto a la conclusión
- D) un tipo de argumentación que viola uno de los criterios que debe satisfacer un buen argumento.
- E) la carencia de argumentos sólidos.