

Tipus d'arguments i recursos argumentatius

Un argument és el raonament que utilitza l'emissor per a provar o rebatre una tesi i convèncer-ne el receptor de la veritat o falsedat. Alguns dels tipus més importants són els següents:

Argument d'autoritat. Consisteix a utilitzar l'opinió d'una persona important, de prestigi reconegut o digna de ser escoltada. També l'enunciador pot mostrar-se capacitat per a opinar sobre el tema. Per exemple, s'inclouen citacions d'estudis científics o d'organismes que donen suport a la tesi defensada per l'autor. Una manera de desqualificar l'argument és desqualificar l'autoritat de la persona citada.

Ex. *Compra detergent X. Recomanat pels principals fabricants de rentaplats.*

Argument del model. Es presenta una persona o comportament com a model que cal imitar.

Ex. *Hauries de fer com la teua germana. Mai no faltava a classe i sempre tenia els deures fets; per això, treia bones notes.*

Argument del benefici. S'al·lega els beneficis que es derivaran d'una actuació determinada.

Ex. *Dóna sang. Salvaràs vides.*

Argument del malbaratament o balafament. Es defensa una actuació determinada per no malbaratar els recursos o els esforços que ja s'hi han esmerçat.

Ex. *No abandones el curs ara! Tens les dues primeres avaluacions aprovades i només queda un mes de curs.*

Arguments de causa i conseqüència. Són els que es basen en una relació de causalitat; s'hi presenten les causes d'un fet o l'efecte que provoca.

Ex. *No conduïsques si has begut alcohol. Pots matar-te tu o matar algú.*

L'exemple. L'exemple es pot utilitzar per a fonamentar amb més concreció un argument utilitzat. Però també es pot usar la descripció d'un cas concret o d'una experiència personal com a exemple que es vol generalitzar i estendre a uns altres casos. En aquest cas, es tractaria d'una argumentació poc rigorosa, perquè pretén convertir l'anècdota en categoria.

Ex. *Els funcionaris són tots uns ganduls. L'altre dia vaig anar a fer una gestió i el funcionari de torn xarrava amb el company en lloc d'atendre 'm.*

Argument per comparació. La comparació enfronta dos objectes o més per avaluar-los entre si.

Ex. *Val més que compreu aquesta edició del Llibre de les bèsties de Ramon Llull, perquè és una versió que utilitza un llenguatge més adaptat als vostres coneixements que les altres.*

Argument de justícia o d'identificació de situacions. Consisteix a identificar la situació objecte de l'argumentació amb unes altres situacions similars. Es pretén que allò que s'accepta sense problemes en una situació determinada, siga també acceptat sense reticències en una altra de semblant. Sovint, la discrepància del destinatari vindrà perquè pot considerar que les dues situacions no són equivalents i, per tant, no es pot aplicar l'argument de justícia.

Ex. *El meu suspens de Matemàtiques és una injustícia. He tret un 4 en l'examen final; la mateixa nota que ha tret Júlia, i a ella sí que l'ha aprovada.*

Apel·lar a la quantitat. És un recurs argumentatiu que consisteix a fer referència al gran nombre de persones que donen suport a la idea, al gran nombre de vegades que un fet s'esdevé, a l'antiguitat d'un producte...

Ex. *Assegurances X. La majoria de les llars espanyoles ens han confiat la seua protecció.*

Apel·lar a la qualitat. Es destaca el caràcter únic i irrepetible d'un fet. La publicitat utilitza aquest recurs quan destaca una característica única en el producte publicitat o quan simula que són pocs o molt especials els consumidors que l'utilitzen (eslògans del tipus *sigues diferent, original...*). És el mateix recurs que es fa servir quan s'individualitzen i es concreten les situacions, per a fer-les més reals i que ens arriben més. Per exemple, per a denunciar les conseqüències d'un bombardeig, colpirà més la història concreta d'una de les víctimes, que no la quantitat impersonal de morts i ferits. El fet concret apel·la als sentiments; les quantitats objectives apel·len a la raó.

Ús de dades, xifres i estadístiques. Les opinions són sempre discutibles, però els fets es consideren inqüestionables. Per això, un recurs eficaç per a convèncer és presentar com a fets inqüestionables determinades informacions. L'ús de xifres o dades estadístiques augmenten l'efecte de realitat i objectivitat, i el receptor oblida que les xifres i les estadístiques es poden manipular fàcilment. Comparem, per exemple, la valoració subjacent d'un titular de notícia de la *Gaceta Universitaria* amb el títol d'una carta al director posterior que hi discrepava: *El 75% de los alumnos quieren recibir las clases en castellano* (titular notícia); *El 25% dels alumnes demana les classes en valencià* (titular de la carta).

El dilema. Apareix quan s'ha de triar entre dues opcions p o q ; p ens mena a un resultat r , q ens mena a un resultat s ; per tant, caldrà triar entre r o s . El dilema esdevé irresoluble quan qualsevol de les eleccions és inacceptable.

Ex. *La visió androcèntrica del món rebaixa la imatge de les dones: si són decidides i defensen amb fermesa les seues posicions, són considerades agressives i poc femenines; però si utilitzen la cortesia lingüística i modalitzen les seues afirmacions i peticions, són acusades de no tenir les idees clares.*