

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
División de Estudios de Posgrado



La argumentación discursiva aplicada al periodismo
de opinión

T E S I S

que para obtener el grado de

MAESTRIA EN LETRAS ESPAÑOLAS

Presenta:

JAVIER FUENTES DE LA PEÑA

Directora de tesis: Dra. Lidia Rodríguez Alfaro

Ciudad Universitaria

San Nicolás de los Garza, Nuevo León

Mayo 2004

verdad" también se cumple con una función modalizadora al negar la posibilidad de que haya sociedades incapaces de vivir bajo la democracia.

3.5. Modalidades interrogativas

Las preguntas juegan un papel importante dentro de un texto pues, por un lado, involucran más al lector y, por el otro, sirven para reforzar argumentos dependiendo de la forma en que se planteen dichos cuestionamientos. Ya anteriormente habíamos dicho que hay preguntas que no admiten otra respuesta que aquella que busca la persona quien la emite. Es decir, la naturaleza de una pregunta condiciona su respuesta.

Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca afirman que las preguntas son una forma hábil de iniciar unos razonamientos.

"La interrogación es una modalidad cuya importancia retórica es considerable. La pregunta supone un objeto, del cual trata, y sugiere que hay un acuerdo sobre la existencia de dicho objeto. Responder a una pregunta es confirmar este acuerdo implícito: los diálogos socráticos nos enseñan mucho sobre la utilidad y los peligros de esta técnica dialéctica"³⁸.

Los autores de *Tratado de la Argumentación, La Nueva Retórica* aseguran que el contenido retórico de la pregunta es significativo, por lo cual podemos concluir que las interrogantes son una forma útil para la argumentación.

Mario Vargas Llosa dice en su artículo "Las réplicas del 11 de septiembre" que nadie está a salvo del terrorismo e incluso plantea la posibilidad de que un terrorista de la talla de Osama Bin Laden envíe una

³⁸ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. Op. Cit. Pág. 255

bomba atómica a Londres, o envenene las aguas con armas biológicas. Después de decir esto plantea la siguiente pregunta: “¿Podrán sobrevivir, en un clima de esta índole, todas las libertades individuales de las que Gran Bretaña se enorgullece con tanta justicia?”. La respuesta de esta pregunta está condicionada, en gran parte, por los argumentos presentados por el autor del texto en los párrafos que precedieron a este cuestionamiento.

3.6. Modalidades imperativas

Este tipo de modalidad denota una orden dada por el emisor. Aunque muchas veces esta orden no se da de una forma tan directa, es posible encontrarla muy sutilmente por medio del uso de marcadores menos rudos.

Es decir, en ocasiones no se dice: “Haz esto”, “Piensa lo siguiente”, etcétera, sino que se opta mejor por hacer una invitación educada a hacer lo que el autor de un texto desea.

Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca afirman que el imperativo adopta el tono de ruego cuando la fuerza de quien emite una orden es reducida.

“La modalidad imperativa se expresa, en nuestras lenguas, por medio del imperativo. Contrariamente a las apariencias, no tiene fuerza persuasiva: todo su poder procede de la influencia de la persona que ordena sobre la que ejecuta. Se trata de una relación de fuerzas que no implica adhesión alguna. Cuando la fuerza real está ausente, o no se considera su utilización, el imperativo adopta el tono de una súplica³⁹.”

³⁹ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. Op. Cit. Pág. 254

José Saramago, al culminar su artículo "El 'factor Dios'", nos ofrece un ejemplo de cómo un escritor adopta el tono de ruego:

"Simplemente le ruego que comprenda, con el sentimiento, si no puede ser con la razón, que, si hay Dios, hay un solo Dios, y que, en su relación con él, lo que menos importa es el nombre que le han enseñado a darle"⁴⁰.

Pese a que hay una intención apelativa o emotiva, el mensaje se suaviza cuando se pretende motivar a una acción por medio del ruego o súplica.

Aunque una palabra que denote una orden ejerce una función modalizadora dentro del texto, la fuerza argumentativa de este recurso puede ser cuestionado, pues ante la orden, el lector puede prestar una actitud recelosa, con la cual se hace más complicado motivar a la acción.

3.7. Modalidades epistémicas

En este tipo de modalidad el sujeto hace una aseveración. Un ejemplo de este tipo de modalidad lo encontramos en el artículo "La lucha final" de Mario Vargas Llosa: "La represalia más eficaz es, **por supuesto**, la de reemplazar a esas dictaduras despóticas y sanguinarias...". En este caso el marcador "por supuesto", refuerza lo que el autor quiere decir. A su vez, cumple con la función de indicarle al lector que el escritor está aseverando algo.

⁴⁰ Saramago, José. *Op. Cit.*

de comunicar las ideas, sino que una sola palabra es capaz de cambiar el sentido a toda una frase.

En la medida que el periodista tenga un mayor dominio del lenguaje, sabrá emplear de manera correcta cada una de las palabras moralizadoras.

Capítulo IV. Artículo basado en argumentos

Al plasmar en un papel nuestras ideas, estamos dando orden a lo que queremos comunicar a fin de ponerlo al alcance de los demás. Argumentar, exponer, narrar y describir son macro-operaciones discursivas mediante las cuales ofrecemos al otro el mundo de nuestras percepciones cuando queremos comunicarnos. Algunas formas del lenguaje hacen posible ver los objetos y también comprenderlos. En esto reside la importancia de la prensa y, especialmente, de los textos de opinión.

Escribir un texto de opinión no significa simplemente ponerse enfrente de una computadora y plasmar en la pantalla la primera idea que se nos vino a la mente, pues esto traería como consecuencia un escrito mal elaborado, carente de estructura y de solidez argumentativa. Todo mensaje retórico y, por lo tanto, todo artículo de opinión, busca influir sobre el público o sobre los lectores; es decir, busca que los demás adopten la opinión del comunicador. Por esta razón, quien escribe un texto de esta naturaleza debe tener especial cuidado en los argumentos que utilizará, pues de éstos depende el logro del objetivo de persuadir o motivar al lector a pensar y actuar de tal o cual manera.

La tarea de una persona que realiza un artículo es dar una opinión bien informada y defendida con argumentos sólidos. Para conseguirlo, se necesita primero una planeación del texto.

Hasta el momento hemos analizado, a través de algunos ejemplos, el papel que juega la argumentación en el periodismo de opinión. En cambio, en este capítulo la finalidad es utilizar las propuestas teóricas estudiadas en los capítulos anteriores y sugerir cómo un texto de opinión debe ser escrito, dando

especial énfasis a la selección de los argumentos a utilizar y a la forma en que éstos deben ser colocados en el texto.

Pero antes de sugerir la manera en que un texto de opinión debe ser escrito, es necesario establecer, a manera de propuesta, una clasificación de los diferentes artículos de opinión según sus modos argumentativos, con la intención de ofrecer el abanico de posibilidades que tiene todo periodista para elaborar un editorial.

Aunque no existe un artículo editorial que se remita única y exclusivamente a un solo tipo, lo importante es determinar cuál es el predominante, ya que dependiendo del tipo de artículo que desee escribirse dependerá el tipo de argumentos a utilizarse.

4.1. Tipos de editoriales según modos argumentativos

Dependiendo del tipo de editorial que quiera escribirse, será el modo de expresión para exponer hechos y realidades, es decir, dependiendo del tipo de texto que quiera escribirse, serán los argumentos que serán utilizados y la forma en que éstos serán presentados. Asimismo, dependiendo de la manera en que sean utilizados los argumentos, tendremos un artículo de tal o cual tipo el cual será elegido por el periodista según sea su intención o los fines que persiga. Las formas que pueden usarse para argumentar y exponer el problema ante el lector son muy variadas. Al analizar numerosos artículos de opinión, identificamos distintas clases de editoriales, lo cual nos permitió elaborar una clasificación de los mismos según sus características. Si bien es

cierto que es difícil escribir un artículo que se pueda encuadrar exclusivamente en una sola clasificación, es importante definir primero cuál de los tipos predomina en él para así comprender la función que se pretende que tenga el texto y, con ello, asegurarse de que la forma elegida es la que mejor sirve a la intención que se tiene al escribir.

A continuación se enumeran los distintos tipos de artículos de opinión según la clasificación realizada al analizar los textos.

4.1.1. Editorial analítico

En este tipo de artículo de opinión, el escritor se limita a enunciar hechos relacionados desde un punto de vista particular, sin añadir conceptos que revelen una posición abiertamente definida. Presenta el panorama a la manera de quien reconstruye el orden poniendo las piezas en su sitio con un estilo aparentemente objetivo.

El editorial analítico o expositivo está construido más con narración que con elementos argumentativos. Es decir, en este tipo de textos el periodista relata una historia o un acontecimiento sin emitir una opinión respecto a ese hecho, por lo que en ocasiones queda poco clara la postura de quien escribe. Sin embargo, en este tipo de editorial normalmente se advierte una intención persuasiva al final del texto.

En las primeras líneas de este tipo de textos se hace una descripción de hechos que sitúan al lector en la historia y, al final, después de haber dado cuenta de todos los sucesos relacionados al tema, se da un salto a la opinión.

En el artículo de opinión analítico suele utilizarse el argumento pragmático (Perelman y Olbrecht-Tyteca), pues con frecuencia encontramos en estos editoriales un aprecio por parte del periodista sobre las consecuencias favorables o desfavorables de un determinado acontecimiento. Así, en su artículo, "Después del horror", el economista norteamericano Paul Krugman se dedica a hacer un recuento de las repercusiones económicas por el atentado del 11 de septiembre. Basado en cifras oficiales, Krugman teje todo su artículo y, finalmente, llega a la conclusión de que las consecuencias no son graves.

*Sobre el impacto económico directo: la base productiva del país no se ha visto seriamente dañada. Nuestra economía es tan inmensa que las escenas de destrucción, a pesar de lo abrumadoras que resultan, son sólo un pinchazo. El World Trade Center contenía 1 08 millones de metros cuadrados de espacio dedicado a oficinas, frente a los 27 millones de metros cuadrados que hay tan sólo en Manhattan, y los 375 millones de metros cuadrados en todo Estados Unidos. Nadie ha cifrado todavía los daños económicos, pero me sorprendería que las pérdidas fuesen superiores al 0.1% de la riqueza de Estados Unidos, algo comparable a los efectos materiales de un gran terremoto o huracán".⁴²

En este artículo, Krugman otorga al lector una serie de datos y con eso logra convencer de que los efectos económicos de los atentados terroristas en realidad no son tan graves. Además, al utilizar cifras económicas, él se despega un poco del texto, y da la impresión de que su texto goza de una mayor objetividad.

En el editorial analítico el escritor suele emitir un juicio solamente después de haber compartido con el lector una serie de datos objetivos que puedan sustentar esta opinión. Cuando aquel que escribe un texto de estas

⁴ Krugman, Paul "Después del horror" El País, el 15 de septiembre del 2001

Quienes escriben este tipo de artículos de opinión buscan presentar argumentos sobre causas y consecuencias que resulten lógicos y comunicantes, sobre la naturaleza del acontecimiento y su trascendencia social. Buscan también que el lector penetre en las cosas con criterios distintos a los que proporcionan las simples apariencias. En esta intención recae la carga argumentativa de este tipo de editorial, pues el escritor busca, basado en su propia ideología, que al lector le parezca verosímil tal o cual argumento y, así, lograr persuadirlo.

En este tipo de artículos de opinión es muy utilizado el argumento *Ad Humanitatem*, pues los escritores suelen apegarse a verdades universalmente aceptadas para lograr un mayor efecto persuasivo, es decir, recurren a los lugares comunes o "topoi" estudiados por Oswald Ducrot. Ejemplo de ellos es cuando Carlos Fuentes escribió un editorial explicativo a raíz de los atentados terroristas a Estados Unidos del 11 de septiembre del 2001. En el artículo "Nueva realidad, nueva legalidad", el escritor mexicano cita una serie de hechos para sostener una tesis sobre las causas de dichos atentados.

"En 1999, el presidente Bill Clinton le recordó a la Asamblea General de la ONU que más de mil millones de seres humanos viven con menos de un dólar diario y que cada año cuarenta millones de hombres, mujeres y niños mueren de hambre en nuestro mundo feliz. El veinte por ciento de la población mundial consume el noventa por ciento del producto mundial. Las cifras de la injusticia abundan, todos las conocen, pero cuando no se responde a la injusticia con indiferencia se responde con esfuerzos humanitarios loables pero insuficientes. Pero así como la globalidad demostró sus carencias, la localidad no tardó en enseñarnos las suyas: regresiones a oscuras certidumbres, fatalismos aberrantes, fobias latentes, nacionalismos agresivos, fundamentalismos religiosos, limpieza étnica, tribalismo intolerante".⁴⁴

⁴⁴ Fuentes, Carlos. Nueva realidad, nueva legalidad. El País, el 23 de septiembre del 2001.

En estos párrafos pertenecientes al inicio de su artículo, Carlos Fuentes explica al lector las causas del ataque terrorista al afirmar que la dominación económica y política de Estados Unidos, en el ámbito internacional, fue paralela al surgimiento de “nacionalismos agresivos”, lo que trajo como consecuencia choques entre esas dos esferas. Recurre a ideas que no se ponen a discusión y así logra que sus ideas sean aceptadas con facilidad. Si Carlos Fuentes dijera que la injusticia social emprendida por los países poderosos no tiene por qué engendrar odio en pueblos más débiles, seguramente el lector vería la auto-fagia en sus argumentos y no podría compartirlos.

En el editorial explicativo es frecuente encontrar frases que cumplen con una modalidad categórica. Esto se explica si tomamos en cuenta que aquellos que escriben este tipo de artículos buscan convencer de la validez de sus explicaciones y para eso recurren a juicios contundentes. Así, Martin Amis, escritor británico, se unió al grupo de los intelectuales de todo el mundo que redactaron un artículo de opinión con respecto a los atentados terroristas del 11 de septiembre del 2001. En su texto, Amis trata de dar una explicación sobre el origen del terrorismo y, para convencer al lector, utiliza juicios categóricos:

“El terror siempre tiene sus raíces en la histeria y en la inseguridad psicótica; aún así, deberíamos conocer a nuestro enemigo. Los bomberos no tenían miedo de morir por una idea, pero los asesinos suicidas pertenecen a una categoría psíquica distinta, y su eficacia en la batalla no tiene equivalente en nuestro bando. *Está claro* que sienten desprecio por la vida. Igualmente, *está claro* que sienten desprecio por la muerte”.⁴⁵

⁴⁵ Amis, Martin. “Miedo y Rechazo” El País, 23 de septiembre del 2001

Al decir Amis “está claro”, es muy categórico y no pone en tela de juicio que los terroristas sientan “desprecio por la vida”. Sin embargo, este argumento logra tener efecto en el lector debido a que Amis recurre a los “lugares comunes”, a “topoi” compartidos por sus receptores.

4.1.3. Editorial combativo

El editorial combativo es propio de aquellos escritores que mantienen una posición ideológica en pugna con el poder instituido. Debido a que adoptan una postura doctrinaria y apasionada, se constituye en un instrumento de lucha de clases o de partido.

La argumentación en el editorial combativo puede ser muy variada y cumple una mera función propagandística, por lo que está presente la función apelativa al intentar mover a la acción al receptor. Para ello, en este tipo de editoriales se emplea la denuncia, la visión unilateral de lo acontecido, y la exposición de los datos que maneja. La selección de argumentos se cuida en extremo para así alcanzar los fines persuasivos.

En este tipo de editoriales se acentúan las protestas contra todo aquello que se oponga a valores tales como: el orden, la patria, el derecho, la libertad, etcétera. En consecuencia, los juicios del editorial combativo son categóricos y con frecuencia condenatorios. Quienes escriben este tipo de artículos luchan por la captura de adeptos o por la consecución de finalidades sectanas, por lo que la utilización de los argumentos estará marcada por esta finalidad. Un buen ejemplo de este tipo de editorial lo encontramos en el texto de Thomas L. Friedman titulado “En la guerra civil del Islam, reforcemos a los buenos”. Desde

atacar con frecuencia a una persona o a una institución para desacreditarla y así alcanzar los objetivos persuasivos del texto. Así, en el artículo de Friedman, al empezar descalifica a los terroristas para así lograr, de manera más efectiva, sus objetivos persuasivos:

"Los terroristas que atacaron Estados Unidos el 11 de septiembre son personas que le rezan al Dios del Odio. Su atentado no tiene como objetivo cambiar una política estadounidense determinada, no plantearon ninguna exigencia. Su atentado está movido por el puro odio y el nihilismo".⁴⁷

Con estos argumentos *Ad Personam*, Friedman ataca directamente a quienes cometieron los actos terroristas. La efectividad de la persuasión está asegurada por el hecho de que la mayoría de los lectores están de acuerdo con la tesis planteada por Friedman, ya que ésta se sustenta en una verdad universalmente aceptada de que los ataques terroristas son reprobables.

En los textos de opinión de tipo combativo es frecuente encontrar marcas de la modalización imperativa. Dado que una de las características de estos artículos es la de buscar adeptos a una causa o a una ideología, se usa el tono imperativo para lograr un mayor efecto. Véase al respecto cómo Juan Luis Cebrián, en su artículo "La política del odio", sostiene la idea de que el único remedio contra el terrorismo es acabar con el odio hacia los países poderosos por medio de programas de ayuda internacional:

"*Nadie le puede negar al Gobierno de Washington su recurso legítimo a la fuerza,.... Es preciso un esfuerzo coordinado y persistente de los gobiernos, y que los ciudadanos de los países ricos no contemplen los programas de solidaridad como una manía de los tiempos, sino como el único antídoto posible contra el odio*"⁴⁸.

⁴ Friedman, Tomas L. Op Cit

⁴⁸ Cebrian, Juan Luis "La política del odio" El País 12 de septiembre del 2001

El tono del artículo de Cebrián, además de ser combativo, es claramente imperativo. Al utilizar expresiones como *nadie le puede negar*, o *es preciso*, el periodista español no expone sus argumentos a una consideración crítica, sino que los expresa como ideas que deben tomarse en cuenta si es que se quiere solucionar la crisis generada por los ataques terroristas.

4.1.4. Editorial crítico

En una primera lectura pudieran confundirse el editorial crítico y el editorial combativo, sin embargo, existen algunas diferencias importantes. El editorial crítico manifiesta por lo general un juicio en tono de advertencia, pero se diferencia del combativo en que su argumentación emplea el análisis de las situaciones y cuida de crear una imagen de imparcialidad y de independencia. El análisis exhaustivo le permite erigirse como una conciencia pública que juzga las cosas, no por su apariencia ni por ciertas connotaciones ideológicas que pudieran hallarse en los hechos, sino por su auténtica trascendencia social y moral. Por ello, su base argumentativa está muy cuidada en el sentido de importarle mucho no recurrir a las falacias más evidentes. De esta manera, en el editorial crítico se hace un análisis de las causas de tal o cual suceso, y se alude a las posibles consecuencias de actuar de una determinada manera.

Quienes escriben artículos críticos cuidan de crear una imagen de raciocinio que supere cualquier tentación emocional. Así, Norman Birnbaum, catedrático emérito de la Universidad de Georgetown, escribió un artículo crítico basado en argumentos que comunican al lector la idea de un frío

raciocinio, en el que lo visceral se deja a un lado. En este artículo titulado "Atenas y Roma, ¿otra vez?", el autor hace referencia a la manipulación que se dio en Estados Unidos para lograr la aprobación del pueblo y emprender así una venganza contra miles de inocentes afganos. Después de presentar una serie de argumentos por los cuales no recomienda una acción bélica contra Afganistán, Birnbaum concluye que la ley del "ojo por ojo y diente por diente" puede traer más consecuencias que beneficios a Estados Unidos:

"Por encima de todo, ha sido escandaloso que el 89 por ciento de los encuestados respondiera 'sí' en una encuesta nacional a la pregunta de si se debían emprender acciones militares, aunque supusieran la muerte de miles de civiles inocentes. También en esto los europeos, con una experiencia mucho más amarga de la historia, tienen la oportunidad, y de hecho la obligación, de recordar a sus interlocutores trasatlánticos las consecuencias de una adhesión demasiado literal al mandamiento bíblico de 'ojo por ojo y diente por diente'⁴⁹.

En este artículo Birnbaum ofrece una serie de argumentos encaminados a convencer al lector de que el camino menos deseable es la guerra. Al final, lanza una advertencia de las consecuencias que puede haber, sin embargo, el tono es objetivo, no se plantean suposiciones sobre los posibles efectos, sino que se revisa la historia bélica en Europa y, con base en ésta, se pide a los europeos advertir a Estados Unidos sobre los daños que puedan generarse

En estos artículos es frecuente encontrar el argumento por el ejemplo, según lo describen Perelman y Olbrecht-Tyteca. Por medio de este tipo de argumento el escritor compara un hecho con otro para lograr un mayor convencimiento de su tesis y, sobre todo, para poder explicarla mejor. Nótese cómo Norman Birnbaum, en su citado artículo "Atenas y Roma, ¿otra vez?"

⁴ Birnbaum, Norman. "Atenas y Roma, ¿otra vez?" El País 19 de septiembre del 2001

utiliza el argumento por el ejemplo para ilustrar la situación actual a la luz de la historia de Grecia y Roma:

“Aquel predecesor histórico de Estados Unidos, Roma, fue también un imperio multicultural. Su dependencia espiritual de Atenas desapareció cuando los atenienses se resignaron a la insignificancia. ¿Están renunciando los atenienses contemporáneos, los europeos occidentales, a su propia cultura política?”.⁵⁰

Al recordar la relación de Roma con Atenas, Birnbaum persuade al lector acerca de que la historia se repite, aunque ahora los nuevos actores son Estados Unidos y Europa Occidental. Mediante este argumento por el ejemplo, el autor da a entender de una mejor manera la tesis que maneja, y sus argumentos logran tener un mayor efecto.

Además, en los artículos de tipo crítico, como se dijo anteriormente, se analizan las causas de tal o cual suceso para determinar cuáles son las posibles consecuencias de actuar de una determinada manera. Por esta razón, en este tipo de artículos de opinión suelen utilizarse modalizadores apodícticos, mediante los cuales se expresa algo como una necesidad, o como algo que necesariamente debe ser de una u otra manera. Así, al final de su artículo, Birnbaum afirma que la ley del “ojo por ojo y diente por diente” acarrea consecuencias muy negativas, por lo que expresa la necesidad de que Estados Unidos opte por una vía pacífica:

“Bienaventurados los pacíficos’ *podría ser* más adecuada y, desde un punto de vista histórico, mucho más realista”⁵¹.

⁵⁰ Birnbaum, Norman Op Cit

Al decir Birnbaum “podría ser más adecuada”, expresa la necesidad de que algo se lleve a cabo conforme esta tesis.

Otra modalidad que aparece en los editoriales críticos es la interrogativa. Como el escritor de este tipo de artículos hace un intento para permanecer objetivo ante un hecho, suele recurrir a las preguntas para deslizar por medio de ellas sus argumentos. Estas preguntas, además de involucrar más al lector, sirven para reforzar los argumentos del escritor.

Volviendo al artículo de Norman Birnbaum, “Atenas y Roma ¿otra vez?”, es de llamar la atención el número de cuestionamientos que aparecen a lo largo del texto, lo cual cobra importancia argumentativa:

“Son vanas las preguntas inquietantes que no se hacen. ¿Por qué fallaron tan lamentablemente los organismos de seguridad? ¿Son las pruebas contra Bin Laden convincentes o meramente prácticas? ¿Hay conexiones desconcertantes entre los perpetradores y Gobiernos ostensiblemente amistoso como el de Arabia Saudí?”⁵²

Por medio de estas preguntas, el catedrático norteamericano desliza algunos de sus argumentos, por ejemplo sugiere que las pruebas contra Bin Laden pueden ser producto de la necesidad de encontrar a un culpable, y no de una investigación fehaciente. Al recurrir a este tipo de modalización, el escritor no se arriesga a emitir opiniones aventuradas y sin sustento, aunque tampoco deja de sugerir sus sospechas por medio de las preguntas.

Al tiempo que, mediante este artículo, Carlos Fuentes lanza una severa crítica a Estados Unidos por actuar sólo con base en principios de legalidad, pero sin buscar una verdadera justificación al rompimiento del orden por medio de las acciones bélicas, deja al descubierto su ideología pacifista; esto es, al advertir que si se siguen fomentando las injusticias y las desigualdades, seguirán existiendo grupos terroristas.

Para que la admonición tenga un mayor ejemplo, los periodistas de opinión suelen recurrir a argumentos *Ad Humanitatem*, es decir, a verdades universalmente admitidas por una sociedad. Así, vemos cómo Carlos Fuentes escribe que los Estados Unidos deben combatir el terrorismo no con acciones bélicas, es decir con más terror, sino sancionando los abusos a los derechos humanos, erradicando la pobreza, el hambre, la enfermedad y el analfabetismo. Estas recomendaciones del escritor mexicano se sustentan en lo admitido universalmente en ese sueño generalizado de la búsqueda de un mundo mejor y más justo.

Además, en un artículo de opinión admonitorio suelen encontrarse modalidades apodícticas, es decir, elementos que expresan la necesidad de que algo se lleve a cabo de tal o cual manera. Al respecto, Emilio Lamo de Espinosa, al final de su artículo "Apocalypse Now", recurre a estas modalidades apodícticas para exhortar al lector a actuar según su recomendación:

"Cuál pueda ser la reacción del pueblo americano es difícil de prever, aunque de momento, la impresión es de una gran serenidad después del pasmo y el horror. Pero si es clara cuál debe ser nuestra reacción, mostrar nuestra solidaridad total es sin duda lo mejor que podemos hacer, pues nada sería peor que el que este magnicidio reforzara las tendencias aislacionistas siempre presentes en Estados Unidos"⁵⁴.

Al utilizar la palabra *debe*, Lamo de Espinosa expresa la necesidad de que nuestra reacción frente a la ofensiva militar de Estados Unidos sea la de una solidaridad total a fin de evitar mayores tendencias aislacionistas que alimenten al terrorismo.

4.1.6. Editorial apologético

En este texto de opinión, se realiza una alabanza o defensa acérrima de algo o de alguien que es objeto de polémica o discusión. Quien escribe este tipo de textos está comprometido ideológicamente, pues casi siempre la apología se utiliza para hacer prevalecer una opinión que va más allá de lo meramente opinable, es decir, quiere constituirse en verdad no discutible.

Para ello apela al argumento *Ad Humanitatem*, es decir, a los lugares comunes, los cuales resultan muy efectivos a la hora de persuadir al lector. En el editorial apologético se utilizan sobre todo los valores que se presuponen irrenunciables, las jerarquías que ordenan esos valores y los principios éticos o morales que justifican el recurrir a la defensa de algo o alguien, procedimientos todos descritos por Perelman y Olbrechts-Tyteca en el libro Tratado de la Argumentación, La Nueva Retórica.

Asimismo, suelen utilizarse, en estos textos, argumentos emocionales como propone Gilbert, porque para escribir un discurso de esta naturaleza no es posible hacerlo si no se recurre a lo más subjetivamente emotivo. Ejemplo de ello es que Juan Luis Cebrián, destacado periodista español, escribió un artículo con motivo de los atentados terroristas del 11 de septiembre del 2001

que resulta ser una defensa a Estados Unidos y, por consiguiente, a George W. Bush. En su artículo, "La política del odio", Cebrián escribe:

"Para devolver la confianza y la seguridad a los ciudadanos americanos, y con ellos a millones de habitantes de este mundo, no es preciso sólo, aunque resulte urgente, identificar y castigar a los culpables. En este sentido, nadie le puede negar al Gobierno de Washington su recurso legítimo a la fuerza, y hay que felicitarse por el tono a un tiempo mesurado y firme del presidente Bush en sus primeras declaraciones de los horribles sucesos."⁵⁵

En este artículo, Cebrián establece la necesidad de identificar y castigar a los culpables de los atentados para así liberar al mundo de la preocupación que supone el terrorismo. En su argumentación se puede ver claramente una defensa a George W. Bush y a su gobierno, legitimando cualquier ataque en respuesta a los atentados terroristas. Llama la atención la defensa que hace el periodista español respecto a la figura del presidente de Estados Unidos, al elogiar su tono "mesurado" y a la vez "firme" respecto a los acontecimientos del 11 de septiembre.

Por otra parte, en ese texto apologético de Cebrián, así como en otros que pueden encuadrarse dentro de este tipo de editoriales, es común encontrar marcas de la modalización categórica. Un ejemplo de estas marcas lo encontramos en el artículo de Thomas L. Friedman titulado "En la guerra civil del Islam, reforcemos a los buenos".

"Los terroristas que atacaron Estados Unidos el 11 de septiembre son personas que le rezan al Dios del Odio. Su atentado *no* tiene como objetivo cambiar una política estadounidense determinado, no plantearon ninguna exigencia. Su atentado *está* movido por el puro odio y el nihilismo, y sus objetivos *son* las instituciones en las que se basa el modo de vida estadounidense, desde nuestros mercados hasta nuestro ejército"⁵⁶.

⁵⁵ Cebrián, Juan Luis. "La política del odio" El País, 12 de septiembre del 2001.

imperativas no están garantizados, pues el lector muchas veces puede mostrar una actitud recelosa ante las órdenes que emite quien escribe el texto. Sin embargo, Friedman recurre a argumentos *Ad Humanitatem* al hacer afirmaciones que pueden ser aceptadas sin cuestionamiento por el grueso de los lectores. Al hacer una invitación para “destruir a estos terroristas”, difícilmente alguien en Estados Unidos podría contradecirlo, luego de ver cómo los terroristas habían cortado de tajo la vida de cientos de personas al derrumbar las Torres Gemelas.

4.1.7. Editorial predictivo

En el editorial predictivo se diagnostican resultados de tipo social y político, basándose en el análisis de una determinada situación. A diferencia de los textos de opinión de tipo admonitorio, los artículos predictivos tienen una carga menos moralista, pues anota las probabilidades con fundamentos estudiados, en un tono distante que busca aproximarse más a un texto académico que a un escrito netamente de opinión. Utiliza el método de interpretación de las causas para prever las consecuencias de una determinada acción o hecho.

Quien escribe un editorial de este tipo busca persuadir de una verdad lógica y, para ello, utiliza juicios hipotéticos. Umberto Eco nos ofrece un excelente ejemplo de editorial predictivo en su artículo “Escenarios para una guerra global”. Recurriendo al análisis histórico y hasta ideológico, el escritor y semiólogo italiano analiza los escenarios que podrían presentarse a nivel

El ejemplo es un tipo de argumento muy utilizado en los artículos predictivos. Existen pensadores que aseguran que la historia es cíclica, que con el tiempo se repiten hechos similares aunque con actores distintos. Desde esta perspectiva, sostienen que conocer el pasado puede ayudar a entender mejor el presente y, sobre todo, a prever el futuro. En este sentido, Umberto Eco, en su artículo "Escenarios para una guerra global", recurre a ejemplos tomados del pasado para persuadirnos de los efectos que podría tener una guerra entre Oriente y Occidente.

"Volvemos, pues, a plantear el choque frontal; es decir, la guerra E/O. ¿En qué se diferenciaría este choque de los enfrentamientos del pasado? En tiempos de las cruzadas, el potencial bélico de los musulmanes no difería mucho del de los cristianos: espadas y máquinas de asedio estaban a disposición de ambos. Hoy, Occidente tiene una ventaja en cuanto a tecnología bélica"⁶⁰.

Luego de utilizar como ejemplo las Cruzadas y la Reconquista de España, en las cuales se dio un enfrentamiento entre Oriente y Occidente, Umberto Eco habla de las diferencias que existen ahora, con respecto al pasado, entre estos dos mundos. Al hablar de hechos históricos, la tesis de Eco adquiere mayor fuerza persuasiva.

Además es importante notar que, casi al finalizar su artículo, Eco justifica el haber hecho un artículo basado en predicciones y aclara que éstas no son inventadas, sino que tienen su fundamento en el análisis.

"Repito: he dibujado un escenario de ciencia-ficción, y naturalmente espero, como todos, que no se haga realidad. Pero lo he hecho para decir lo que, razonando con lógica, podría ocurrir si estallara una guerra E/O. Todos los incidentes que he previsto derivan de la existencia de la globalización, y en este marco, los intereses y exigencias de las fuerzas en conflicto estarían estrechamente enlazados, como ya lo están, en una madeja que no se puede devanar sin destruir"⁶¹.

⁶⁰ Eco, Umberto Op Cit

⁶¹ Eco, Umberto. Op Cit.

4.2. Cómo realizar un artículo de opinión basado en argumentos

Sentarse frente a una computadora para escribir un artículo de opinión puede representar muchas veces un momento crítico. ¿Por dónde empezar? ¿Cómo expresar los pensamientos? ¿Cómo lograr convencer a los lectores? ¿Qué argumentos utilizar? ¿Cómo ordenar las ideas? Éstas y mil preguntas más pueden surgir en ese momento, por lo que es necesario seguir una serie de pasos antes de escribir un texto.

La finalidad de este apartado de la tesis es responder a la pregunta de cómo realizar un artículo de opinión basado en argumentos. Aunque no existe una receta mágica para hacerlo, es recomendable tomar en cuenta un esquema, así como una serie de consideraciones más, antes de comenzar a escribir las primeras líneas de un artículo de opinión.

Antes de comenzar el análisis de algunos aspectos que pueden ser útiles para querer escribir un editorial, es importante recordar la retórica aristotélica que nos dice que en el discurso se generan tres tipos de operaciones: la *inventio*, la *dispositio* y la *elocutio*. Estas operaciones son inherentes a todo discurso expresivo.

La *inventio* es la forma que se elige para expresar el mensaje de opinión. Aristóteles, al definir la retórica como “la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer” (1990: P.173), reconoce la existencia de una serie de estrategias persuasivas útiles para distintos casos. A Las estrategias persuasivas que identificamos en los incisos anteriores se les conoce como argumentos.

Dentro de las formas que se eligen para expresar el mensaje de opinión, Aristóteles incluye la inducción y la deducción, operaciones mediante las cuales se llevan a cabo los procesos persuasivos. La inducción parte de lo concreto o de lo particular, para llegar a categorías más generales o universales. La deducción, en cambio, aborda desde el principio una teoría general para con ella llegar a un juicio particular y sobre un hecho concreto. Si analizamos estos términos, nos daremos cuenta de que todo artículo de opinión ha de escribirse eligiendo una de estas dos formas de organizar un discurso.

Un artículo será inductivo cuando su comienzo parte de un hecho ocurrido, de una anécdota ficticia. De ahí se sigue una argumentación que derivará necesariamente en una conclusión que sobrepasa lo particular del principio para establecer unos criterios aplicables a situaciones más importantes y trascendentes.

Muchos de los artículos analizados con anterioridad son inductivos, pues parten de un hecho en particular –los atentados terroristas en Estados Unidos– para llegar a conclusiones más generales, como por ejemplo que el terrorismo es uno de los peores problemas que enfrenta el mundo

Sin embargo, también son frecuentes los artículos deductivos, es decir, aquellos que van de lo general a lo particular. En la deducción se parte de una idea o teoría más o menos aceptada y se va aplicando argumentativamente a los diferentes casos que se quieran examinar. La conclusión de los artículos deductivos no sólo refuerza el planteamiento inicial, sino que, además, intenta demostrar la validez del principio del cual se parte, mediante su aplicación en lo concreto que se presenta como “prueba”.

Antes de escribir un artículo y de pensar en los argumentos que habrán de utilizarse para sostener una tesis, es importante determinar si el texto será inductivo o deductivo, pues de esto puede depender el persuadir o no al lector.

Enseguida exponemos algunas sugerencias para la creación de un artículo de opinión que tenga poder persuasivo con base en análisis ya realizados a diversos textos.

4.2.1. Explorar los argumentos adecuados para los fines deseados

En un artículo de opinión suele presentarse una serie de argumentos con la finalidad de sostener una tesis. Antes de escribir un texto, es necesario pensar en los argumentos que pueden ayudar a lograr el objetivo del artículo, ya que ante un determinado tema, siempre habrá argumentos a favor y argumentos en contra. Reflexionar sobre esto, ayudará a saber escoger aquellos argumentos más sólidos y que defiendan mejor la tesis que se propone.

Supongamos que se quiere escribir un artículo sobre la respuesta bélica de Estados Unidos en Afganistán, luego de los atentados terroristas del 11 de septiembre. Este tema puede ser tratado desde múltiples puntos de vista, por eso es importante reflexionar primero sobre la tesis que se planteará, en función de la solidez de los argumentos con los que se cuenta.

En el Capítulo II de esta tesis describimos algunos tipos de argumentos. Antes de escribir un artículo es necesario especificar qué clase de argumento

puede ayudar mejor en la tarea de persuadir al lector. Quizás en unos casos el argumento de autoridad sea más efectivo que el pragmático, o viceversa. Esto estará en función del tipo de artículo que se escribe y, sobre todo, de los fines que se persigan.

Además, al explorar los argumentos adecuados para un artículo de opinión, es importante reflexionar sobre las dudas o controversias que puedan surgir por tal o cual idea. Ante esta situación, sería útil conocer las propuestas de Ducrot y Anscombe acerca de la orientación de los enunciados. Una vez prevista la posible interpretación que adelantará el lector a lo dicho, ha de prepararse una defensa para cada uno de los argumentos. Es cierto que algunas afirmaciones que, por ser obvias, no requieren de mayor defensa. Sin embargo, hay otras que se prestarán a mayor controversia, por lo que todo esfuerzo de defensa argumentativa debe estar dirigido a estas afirmaciones. Si se logra defender la veracidad de lo que se argumenta, seguramente se logrará el fin que se persigue en la mayoría de los artículos de opinión: convencer al lector sobre la verdad planteada.

4.2.2. Elaboración de esquema para concretar la sucesión de los argumentos

Los efectos de un artículo de opinión están en función de la estructura del texto, por eso es importante elaborar un esquema que permita organizar correctamente la sucesión de argumentos a lo largo del texto.

Antes de escribir un ensayo, es importante primero establecer muy bien la tesis, es decir, se debe tener claro aquello que será defendido. Una vez que

se definen las posibles interpretaciones de cada enunciado, puede preverse de nuevo con base en la retórica integrada de Ducrot y Anscombe, la conclusión a la que se quiere llegar con la exposición de todo el texto. Se necesita organizar el artículo de tal manera que trate todo lo que necesita ser tratado y, de esa manera, puedan presentarse los argumentos de la manera más eficaz.

Existen muchos artículos en los que se van formando una serie de ramificaciones sin llegar a una conclusión concreta. Es decir, existen textos en los que, por ejemplo, se comienza hablando de las consecuencias que tiene la corrupción para un país y se termina hablando de la importancia que tiene el deporte en la formación de los niños. En estos casos, estaremos expuestos a un artículo sin pies ni cabeza, el cual difícilmente logrará un efecto mayor que el del aburrimiento.

Al principio de este capítulo se hablaba de las operaciones que, según Aristóteles, se generan en el discurso. Una de estas operaciones es la *dispositio*, la cual consiste en poner en orden las palabras para lograr que el lector entienda de mejor manera el mensaje. En los tres libros que componen la obra Retórica, el filósofo griego nos habla que un discurso debe componerse por la exposición y la persuasión.

“Dos son las partes del discurso, ya que por fuerza se ha de exponer la materia de que se trata y, además, hay que hacer su demostración. Por ello es imposible hablar sin demostrar o demostrar sin hablar previamente; porque demostrar implica algo que demostrar y decir algo previamente tiene por causa demostrarlo. De estas dos partes, una es la exposición y otra la persuasión, del mismo modo que se distingue entre el problema y la demostración”⁶².

⁶² Aristóteles. Op Cit. P 555-556

En la exposición se relatan los hechos que conforman una causa. Dentro de la exposición se encuentra el exordio, es decir el comienzo del discurso o, como dijo Aristóteles, el elemento para “preparar el camino para lo que sigue después” (1990: P.558). La exposición inicial cumple la función de sentar las bases para el despliegue argumentativo.

Una vez realizada la exposición inicial, se debe proceder a la demostración de lo planteado, para lo cual deben incluirse todos los argumentos que apoyan la tesis mencionada durante la exposición de los hechos. Estos argumentos van entrelazados de tal manera que se van constituyendo poco a poco, conforme avanza el discurso, en elementos de apoyo de una conclusión.

En el epílogo es en la parte del discurso donde se emite un juicio, es decir, donde se busca persuadir al lector. Para lograr convencerlo, es necesario haber incluido primero, a lo largo del texto, los argumentos adecuados para demostrar tal o cual tesis. En el epílogo es importante encontrar el tono necesario para que el auditorio se incline a favor o en contra de lo que se ha presentado.

Es muy importante saber elegir la manera correcta de exponer los argumentos a lo largo del texto.

Dentro del editorial, cada argumento debe tener su lugar y su espacio, pues de lo contrario, si se utilizan demasiados argumentos, se perderá contundencia.

Antes de comenzar a escribir es necesario identificar al argumento principal alrededor del cual girará todo el texto. Entre más claro sea este argumento, el lector se podrá dar una mejor idea de hacia dónde va el texto

Una vez escrito el argumento principal, el escritor tiene que darse a la tarea de explicar y defender este argumento, dedicando al menos un párrafo por cada premisa.

Al exponer los argumentos es indispensable ser muy claros para evitar así cualquier confusión por parte del lector. Es muy importante cuidar que todas las ideas plasmadas en el texto estén conectadas entre sí, pues de lo contrario, el editorial será confuso.

4.2.2.1. Especificar la tesis definitiva

Para escribir acerca de algo, es necesario tener un conocimiento profundo del tema. Plantear el problema por medio de esta reflexión puede contribuir a ubicar la propuesta a plantearse en el texto. A fin de comprobar que realmente sabemos de lo que pretendemos escribir, es conveniente plantear la pregunta que se quiere responder a través del artículo, y al contestarla se tendrá la redacción buscada.

Supongamos que se quiere escribir un artículo criticando las acciones bélicas de Estados Unidos contra Afganistán. A este respecto, una pregunta a responder podría ser la siguiente: ¿Puede hacerse justicia por la muerte de unos inocentes matando a otros inocentes? Responder a esta pregunta, puede dar lugar a la serie de argumentos útiles para sostener la postura y, sobre todo, para lograr persuadir al lector. Si deseamos convencer al lector sobre lo incorrecta que es la respuesta bélica de Estados Unidos por los atentados en Washington y Nueva York, es importante seleccionar aquellos argumentos que

estén en función de este objetivo, y el libro de Perelman y Olbrecht-Tyteca resulta una guía muy útil en la selección de argumentos.

Por ejemplo, se puede utilizar un argumento *Ad Humanitatem*, el cual, según Perelman y Olbechts-Tyteca (1989, p.184), se dirige al auditorio universal, por el cual evitará el uso de argumentos válidos solamente para un determinado grupo de la sociedad.

La mayoría de los seres humanos tiene como valores sagrados a la vida, a la justicia social y a la libertad. Si se afirma en el artículo que Estados Unidos atenta contra estos valores, seguramente se logrará una mayor convicción en el lector.

Con todo, la selección de argumentos depende de que se plantee el problema antes de escribir el artículo. Todo periodista debe definir exactamente lo que se propone con el texto. Esto le ayudará a especificar la tesis que se defenderá por medio de la sucesión argumentativa. Una vez teniendo clara la tesis que se defenderá, y la finalidad del artículo, es posible pensar en el argumento principal, es decir, en la afirmación que dará sustento a las ideas.

A la hora de concebir los argumentos útiles para sostener determinado punto de vista, es importante no caer en la tentación de utilizar cualquier argumento, aunque se considere que puede ser de utilidad para los fines deseados. Un texto con muchos argumentos, no es necesariamente mejor, pues la capacidad para persuadir a un lector no está en función de la cantidad de argumentos que se presenten, sino más bien, en su calidad.

Un argumento bien desarrollado y sustentado, es mejor que tres argumentos regularmente sostenidos. Es por eso recomendable concentrarse

TM

Z7125

FFL

2004

.F84



1020150026



Universidad Autónoma
de Nuevo León



Facultad de Filosofía y Letras
División de estudios de posgrado

La argumentación discursiva aplicada al periodismo de opinión

Tesis que para obtener el grado de
Maestría en Letras Españolas presenta:

Javier Fuentes de la Peña

Directora de tesis: Dra. Lidia Rodríguez
Alfano

Ciudad Universitaria
San Nicolás de los Garza, Nuevo León.
Mayo 2004

98858+

TM
Z7125
FFL
2004
.F84



FONDO
TESIS

Gracias a mi esposa por entregarme su amor,
impulso que me motiva a ser siempre mejor.

Gracias a mi niño, pues con su llegada,
me permitió conocer la mayor felicidad.

Gracias a mis padres por darme siempre,
con su cariño y ejemplo, lo mejor de ellos.

Gracias a la Doctora Lidia Rodríguez Alfano,
pues su guía fue fundamental para
la realización de esta tesis.

Pero sobre todo, gracias a Dios por haber permitido
concluir con éxito una etapa más de mi vida.

Índice

Agradecimientos

Introducción.....	3
Capítulo I. La retórica: el origen de la opinión.....	11
1.1. La retórica de Aristóteles.....	13
1.1.1. Lo verdadero y lo verosímil.....	15
1.1.2. El público meta.....	20
1.2. El acuerdo entre lo racional y lo emotivo.....	22
Capítulo II. Estudio de la argumentación.....	25
2.1. Efectos de la argumentación.....	26
2.2. Tipos de argumentación.....	27
2.2.1. El argumento pragmático.....	29
2.2.2. El argumento <i>Ad Personam</i>	31
2.2.3. El argumento <i>Ad Humanitatem</i>	33
2.2.4. El argumento por el ejemplo.....	34
2.2.5. El argumento por analogía.....	38
2.2.6. El argumento de autoridad.....	40
2.3. Orientación de los argumentos.....	43
Capítulo III. La modalización en un texto de opinión.....	48
3.1 Modalidades categóricas.....	49
3.2 Modalidades hipotéticas.....	50
3.3 Modalidades apodípticas.....	51
3.4 Modalidades de imposibilidad.....	51
3.5 Modalidades interrogativas.....	52
3.6 Modalidades imperativas.....	53
3.7 Modalidades epistémicas.....	54
3.8 Modalidades optativas.....	55

CAPÍTULO IV. Artículo basado en argumentos.....	57
4.1. Tipos de editoriales según modos argumentativos.....	58
4.1.1. Editorial analítico.....	59
4.1.2. Editorial explicativo.....	61
4.1.3. Editorial combativo.....	64
4.1.4. Editorial crítico.....	67
4.1.5. Editorial admonitorio.....	71
4.1.6. Editorial apologético.....	73
4.1.7. Editorial predictivo.....	76
4.2. Cómo realizar un artículo de opinión basado en argumentos.....	79
4.2.1. Explorar los argumentos adecuados para los fines deseados.....	81
4.2.2. Elaboración de un esquema para concretar la sucesión de los argumentos.....	82
4.2.2.1. Especificar la tesis definitiva.....	85
4.2.2.2. Los lugares comunes.....	87
4.2.3. Selección léxica y estilo.....	90
4.2.3.1. Marcas de modalización.....	95
4.2.3.2. Creación de un estilo propio.....	99
4.2.4. El final.....	101
Conclusión.....	104
Bibliografía.....	110
Anexos.....	115

Estos maestros repetían una y otra vez las teorías desarrolladas por el académico español José Luis Martínez Albertos en su libro *Curso General de Redacción Periodística*, quien asegura que el género periodístico de la opinión puede dividirse a su vez en otros géneros como era el artículo editorial, entendido como la voz del periódico; la columna, que es un escrito de extensión variable en donde el autor, identificado por su firma, puede buscar una finalidad orientadora, analítica, enjuiciativa, e incluso valorativa; el artículo, que en realidad es lo mismo que la columna, pero se diferencia básicamente por ser un escrito que no necesariamente debe ser publicado siempre en el mismo espacio físico del periódico; y, por último, la crítica, asociada, especialmente, a obras literarias, a representaciones teatrales o a espectáculos musicales (2001, p. 363-368).

Sin embargo, cuando estudié todos estos conceptos me daba la impresión de que eran demasiado simples, pues no veía mayor problema en diferenciar las distintas ramas que surgen del tronco llamado género de opinión.

Esa noción de simplicidad respondía, claro está, al tratamiento un tanto superficial por parte de algunos teóricos del periodismo, que, hasta donde yo sé, seguían más bien un interés clasificatorio y no una intención analítica.

Muchos teóricos del periodismo han abordado el tema de los géneros de opinión, sin embargo, no hay quien haya advertido la importancia en enumerar los tipos de argumentos que pueden utilizarse, ni su clasificación.

Alberto Hernando Cuadrado ha prestado especial importancia hacia la investigación sobre el periodismo de opinión, pero sus trabajos se dirigen más a una clasificación de los diferentes tipos de artículos, antes de estudiar el

proceso que debe seguirse para concebir una opinión o las herramientas con las que se cuentan para lograr una mejor argumentación. Así, en su ensayo “Lengua y Estilo del Editorial” enumera los siguientes tipos de artículos de opinión: expositivo, explicativo, combativo, crítico, apologético, admonitorio y predicativo².

Lo mismo han hecho otros investigadores, por ejemplo Juan Gutiérrez Palacio, quien, en su libro *Periodismo de Opinión*, distingue diferentes tipos de artículos de opinión: el artículo costumbrista, el articulismo de humor, y el artículo retrospectivo, entre otros. Gutiérrez Palacio ha ido más allá que Hernando Cuadrado al establecer una serie de pasos para escribir artículos de opinión entre los cuales no está la elección de un determinado tipo de argumento. El proceso que Gutiérrez Palacio propone es el siguiente:

- a) **La invención:** El articulista encuentra un tema del cual puede escribir y reflexiona sobre el mismo tema hasta concebir sus propias percepciones y, a partir de ellas, realiza su trabajo.
- b) **La disposición:** Una vez concebido el tema, al articulista debe poner en orden las ideas, es decir, elaborar el planteamiento arquitectónico del artículo.
- c) **La elocución:** Es el momento cuando el articulista da forma definitiva a las ideas planteadas, es decir, se pone a escribir (Gutiérrez Palacio 1984, p.204).

² **Hernando Cuadrado, Luis Alberto.** “Lengua y estilo del editoria”. Texto incluido en Estudios sobre el mensaje periodístico. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense. Número 3. Madrid, 1996.

Como se advierte, en ningún momento Gutiérrez Palacio recomienda reflexionar sobre el tipo de argumentos a utilizar, siendo que de éstos depende que realmente se logre un efecto con un determinado artículo.

Con todo lo anterior, Gutiérrez Palacio concluye que el artículo de opinión es sinónimo de libertad absoluta, nada de normas ni de reglas. Sin embargo, valdría la pena evaluar si realmente no son necesarias algunas reglas estilísticas a la hora de elaborar un artículo y así poder tener un mejor producto final (1984, p.180).

Ante esta realidad, la tesis se centrará en la revisión analítica de aquellas técnicas y teorías argumentativas encaminadas a mejorar la elaboración de artículos de opinión.

¿Cómo se genera la opinión? ¿Cuáles son los procesos del pensamiento cuando queremos comunicar de manera escrita nuestros pensamientos? ¿Qué papel juegan los argumentos en un artículo de opinión? ¿Qué estrategias puede seguir un escritor para lograr el objetivo que desea? Éstas son las preguntas básicas que, en torno al periodismo de opinión, nos proponemos responder mediante la presente investigación que parte de una base teórica sustentada con el fin de llegar a un conocimiento más profundo del tema.

Para evaluar esta problemática apliqué un breve cuestionario a cuatro personas ligadas de una u otra forma al periodismo: un estudiante de Ciencias de la Comunicación, un editor en un periódico y dos articulistas de opinión. El propósito de este sondeo fue el de conocer hasta qué grado quienes se preparan o laboran en el ámbito del periodismo de opinión están conscientes de los recursos argumentativos y retóricos.

Las preguntas incluidas en dicho cuestionario fueron las siguientes:

1. ¿Te consideras capaz de hacer un artículo de opinión?
2. Cuando escribes un artículo de opinión, ¿qué proceso sigues?
3. ¿Tomas en cuenta algún planteamiento teórico para hacer los artículos o emites tu opinión conforme la vayas concibiendo?
4. ¿Conoces las teorías de la argumentación discursiva?
5. ¿Te gustaría conocer algunas herramientas para hacer más efectiva la argumentación en los artículos de opinión?

Estas preguntas, aunque simples, me permitieron darme cuenta de que quienes se preparan o laboran en el ámbito del periodismo de opinión carecen de un conocimiento suficiente de las herramientas teórico-prácticas que les permitirán hacer más efectivo el ejercicio de la comunicación.

Todos los entrevistados afirmaron ser capaces de escribir un artículo de opinión. En cuanto al proceso que siguen para realizar un artículo, las respuestas variaron. El estudiante de Comunicación, por ejemplo, dijo que él anota en un papel una lluvia de ideas sobre lo que quiere hablar, enseguida las relaciona, y finalmente las plasma en su artículo. Por otro lado, el editor señaló que primero organiza sus ideas y anota aquéllas que considera más importantes, para luego incluirlas en su escrito de opinión. Por último, los columnistas coincidieron en responder que simplemente se sientan frente a la computadora, y empiezan a volcar su opinión sin haber tenido un esquema predeterminado. Esto demuestra algo importante, pues aquellas personas especializadas en los artículos de opinión son las que realizan sus escritos en una forma más espontánea, aunque menos planeada.

En cuanto a la pregunta de que si toman en cuenta alguna teoría que les ayude a persuadir al lector, los cuatro entrevistados respondieron negativamente, pues vuelcan su opinión sin reflexionar en la forma en que pudiera tener mayor efecto. Esto no resulta demasiado obvio puesto que se están preparando para escribir correctamente un artículo de opinión.

En otra respuesta en la que coincidieron fue en desconocer por completo las teorías de la argumentación discursiva. Tal vez parezca obvio, pero esto evidencia dos hechos importantes: en primer lugar, el estudiante de Comunicación no está recibiendo una formación que le permita conocer bases teóricas sobre su práctica; y en segundo lugar, que los periodistas no cuentan con estas herramientas que les pueden ayudar a lograr un mayor impacto con sus artículos de opinión.

Por último, los cuatro entrevistados coincidieron en querer conocer las herramientas que les permitan hacer más efectiva la argumentación en los artículos de opinión.

Así, este pequeño cuestionario sirvió para probar la validez de un presupuesto en torno a una realidad: quienes ejercen el periodismo de opinión desconocen la existencia de herramientas que les permitirían lograr un mayor efecto en los lectores de sus artículos.

Atendiendo a esta realidad, la presente tesis se sustenta en el análisis de artículos o editoriales aplicando las teorías de la argumentación discursiva al periodismo de opinión, entendido éste como el tipo de periodismo en el cual se interpreta, valora o explica un hecho según los ideales y la forma de pensar del articulista (Vivaldi, 1998 p. 176).

plumas de habla hispana y del mundo entero. De esta manera, el estudio estuvo enfocado a los textos de autores que son considerados como eruditos tanto en el campo de la comunicación, así como en la literatura, economía y sociología.

Es importante señalar que se seleccionaron aquellos artículos que trataron sobre los atentados terroristas contra Estados Unidos del 11 de septiembre del 2001, para poder analizar así las distintas formas de abordar una misma realidad de varios periodistas y, sobre todo, los tipos de argumentos que utilizan para un mismo conflicto.

En torno a esta investigación, se planteó desde un inicio la siguiente tesis:

.El conocimiento de las teorías de la argumentación y su aplicación en el análisis de textos concretos es útil para la realización de artículos de opinión.

Cabe destacar que esta tesis no se demostró mediante un trabajo de campo, pero sí mediante el análisis cualitativo de textos aplicando las teorías de la argumentación.

Capítulo I. La retórica: el origen de la opinión

Hacer un estudio de la aplicación de las teorías de la argumentación discursiva al periodismo de opinión sin estudiar antes el concepto de retórica, sería incurrir en un grave error, pues los conceptos de Aristóteles dan sustento a lo que ahora conocemos por opinión.

Según los historiadores, en Occidente el concepto de retórica comenzó con los sofistas griegos, quienes eran los maestros del saber. El filósofo José Ferrater Mora, en su libro *Diccionario de Filosofía* (1990: Volumen 4), analiza las causas históricas que dieron pie a la aparición de los sofistas: se descubre un nuevo mundo en Oriente, se forma conciencia "nacional", irrumpen las masas en la vida pública. Esta irrupción condiciona el predominio de ciertos saberes que, de vagas intuiciones, se convierten en ciencias precisas. De ahí la necesidad de convencer, persuadir o refutar. Antes de la sofística, la filosofía era una especulación solitaria. Con la sofística aparece el filósofo como hombre en sociedad que, en vez de meditar, busca interlocutores con quienes debatir sus ideas. El intelectual se convirtió así en una fuerza social.

Sin embargo, esta situación se degradó por el abuso de la retórica que, concebida en un principio como instrumento de divulgación atrayente, se convirtió luego en protagonista, muy por encima de los saberes propiamente dichos.

La degradación de la que hablamos, se hace patente si revisamos la definición que el Diccionario de la Real Academia Española hace de la palabra "sofisma": "Razón o argumento aparente con que se quiere defender o persuadir lo que es falso".

En este sentido, “sofística” equivale a la actitud de aquellos que buscan el triunfo dialéctico e ideológico sobre el interlocutor, sin que les importe la verdad o falsedad de la idea que defienden.

Por esta razón, Platón en Diálogos criticó la retórica de los sofistas, a quienes acusó de convertir el bien decir en un mero arte para la persuasión con independencia del contenido de lo enunciado.

“SÓCRATES: En fin, Gorgias, me parece que me has demostrado, en cuanto es posible, lo que tú crees que es la Retórica; y si he comprendido bien, dices que es la obrera de la persuasión, que tal es el objeto de todas sus operaciones, y, en suma, que ésta es su aspiración. ¿Podrías probarme que el poder de la Retórica se extiende a más que a crear esa persuasión en el ánimo de los oyentes?

“GORGIAS: De ninguna manera, Sócrates; y a mi parecer, la has definido bien, porque a eso verdaderamente se reduce”³.

Más adelante, Platón recrimina, por medio del diálogo entablado entre Sócrates y Gorgias, dar preeminencia a la opinión frente a la verdad, es decir, a la creencia sobre el saber.

“SÓCRATES: La Retórica, al parecer, es la autora de la persuasión que hace creer, y no de la que hace saber, respecto de lo justo y de lo injusto.

“GORGIAS: Sí.

“SÓCRATES: Por consiguiente, el orador no se propone instruir a los tribunales y a las demás asambleas acerca de lo justo y de lo injusto, sino únicamente atraerlos a la creencia. Bien que tampoco podría en tan poco tiempo instruir a tantas personas a la vez y sobre objetos de tanta gravedad”⁴.

Sin embargo, Platón no tenía una relación a la retórica del todo negativa. Arantxa Capdvilla, en su artículo *La recuperación de la argumentación en la era de los medios de masas* (1998, p.1) afirma que Platón distingue entre dos retóricas. En primer lugar está la retórica de los sofistas, la cual remite a connotaciones negativas porque, en su opinión, trata de persuadir a cualquier precio sin tener ninguna consideración a la honestidad intelectual. Por otro

³ Platón. *Diálogos*. Volumen II. Ediciones Prisma. México. P. 13

⁴ Platón. *Op. Cit.* P. 16

tratan sobre temas opinables, pero que la dialéctica expone, mientras la retórica busca aquello que es apto para persuadir.

La retórica para Aristóteles posee una serie de elementos destinados a dominar el arte de la refutación y de la confirmación, es decir, es una disciplina argumentativa.

En su libro *Retórica*, Aristóteles indica los géneros que forman la retórica:

“El discurso consta de tres componentes: el que habla, aquello de lo que habla, y aquél a quien habla; pero el fin se refiere a este último, quiero decir, al oyente. Ahora bien, el oyente es, por fuerza, o un espectador o uno que juzga; y, en este último caso, o uno que juzga sobre cosas pasadas o sobre cosas futuras. Hay, en efecto, quien juzga sobre lo futuro, como, por ejemplo, un miembro de una asamblea, y quien juzga sobre sucesos pasados, como hace el juez; el espectador, por su parte, juzga sobre la capacidad del orador. De modo que es preciso que existan tres géneros de discursos retóricos: el deliberativo, el judicial y el epidíctico.

Lo propio de la deliberación es el consejo y la disuasión; pues una de estas dos cosas es lo que hacen siempre, tanto los que aconsejan en asuntos privados, como los que hablan ante el pueblo a propósito del interés común. Lo propio del proceso judicial es la acusación o la defensa, dado que los que pleitean forzosamente deben hacer una de estas cosas. Y lo propio, en fin, del discurso epidíctico es el elogio y la censura”.⁶

⁶ Aristóteles. Op. Cit. P. 193-194.

Más adelante, el filósofo griego agrega que cada uno de los tres géneros de la retórica, adaptan sus tiempos correspondientes:

“Los tiempos de cada uno de estos géneros son, para la deliberación, el futuro (pues se delibera sobre lo que sucederá, sea aconsejándolo, sea disuadiendo de ello); para la acción judicial, el pasado (ya que siempre se hacen acusaciones o defensas en relación con acontecimientos ya sucedidos); y para el discurso epidíctico, el tiempo principal es el presente, puesto que todos alaban o censuran conforme a lo que es pertinente, aunque muchas veces puede utilizarse lo pasado por medio de la memoria y lo futuro usando de conjeturas”.⁷

Dentro de estos tres géneros de la retórica se pueden encontrar los distintos tipos de artículos de opinión. En primer lugar están aquellos en los que se hacen previsiones futuras y se advierte, con base en argumentos que más tarde clasificaremos como “de dirección”, acerca de las consecuencias que habrá si se actúa de tal o cual manera, es decir, se actúa deliberadamente. En segundo lugar, hay algunos escritores que basan sus artículos en hechos pasados y, con base en ellos, emprenden un análisis y ofrecen una serie de argumentos para persuadir al lector sobre su verdad. Por último, están aquellos artículos de opinión donde lo más importante son los hechos que están presentándose en la actualidad, es decir, en el presente.

1.1.1. Lo verdadero y lo verosímil

Nadie puede cuestionar que la suma de 2 más 2 es igual a 4. Sin embargo, muchos pueden poner en duda la afirmación de que robar es un acto condenable. La primera afirmación es verdadera, pues pertenece al ámbito

⁷ Aristóteles. Op. Cit. P. 194

científico, mientras la segunda aseveración es simplemente verosímil, pues se encuentra inmersa en el campo de la opinión.

Arantxa Capdvila, en su artículo *La recuperación de la argumentación en la era de los medios de masas* (1988, p. 3), relata que Aristóteles hizo una distinción entre dos ámbitos. En primer lugar, ubicó a la ciencia, campo en el cual las demostraciones deben estar fundamentadas en la certeza y la verdad. Por otro lado, ubica al discurso persuasivo, en el cual se hace una argumentación sobre lo probable, sobre lo verosímil. En este ámbito es donde se ubicaría el periodismo de opinión.

Aristóteles escribe en su *Retórica*:

“Entendamos por retórica la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer. Esta no es ciertamente tarea de ningún otro arte, puesto que cada uno de los otros versa sobre la enseñanza y persuasión concernientes a su materia propia; como, por ejemplo, la medicina sobre la salud y lo que causa la enfermedad, la geometría sobre las alteraciones que afectan a las magnitudes, la aritmética sobre los números y lo mismo las demás artes y ciencias. La retórica, sin embargo, parece que puede establecer teóricamente lo que es convincente en –por así decirlo– cualquier caso que se proponga”⁸.

Cuando Aristóteles habla que la tarea de convencer no pertenece a ningún “otro arte”, se refiere que la persuasión sobre lo que parece convincente no pertenece a la ciencia. El filósofo macedonio advierte que a esas otras tareas, es decir, a las materias científicas, les corresponde la enseñanza. En cambio, a la retórica le corresponde establecer lo que es convincente en **cualquier** caso se proponga.

⁸ Aristóteles. Op. Cit. P. 173

Para Aristóteles la retórica se manifiesta en los argumentos como una especie de demostración cuyo nombre es el *entimema*, el cual fue definido por este filósofo como “la facultad de considerar en cada caso lo que cabe para persuadir”:

“Corresponde a una facultad reconocer lo *verdadero* y lo *verosímil* y, por lo demás, los hombres tienden por naturaleza de un modo suficiente a la verdad y la mayor parte de las veces la alcanzan. De modo que estar en disposición de discernir sobre lo *plausible* es propio de quien está en la misma disposición con respecto a la *verdad*”.⁹

Quien ejerce el periodismo está en una constante búsqueda de la verdad, sin embargo, ésta es imposible de alcanzar. Por tanto, su trabajo se basa en lo que es verosímil y se atreve a hacer conjeturas que puedan conducir a un acercamiento con la verdad.

El entimema del que nos habla Aristóteles en su *Retórica* (1990, p.169), es considerado como un silogismo fundado sobre cosas verosímiles que pretende persuadir más que demostrar.

El entimema es un razonamiento cuyas premisas son sólo probables. Su fundamento se basa en la verosimilitud o en los indicios más o menos seguros y no sobre lo que “es verdad” o sobre la realidad. Es un tipo especial de silogismo que parte de una premisa mayor no demostrada, y sin embargo es aceptada como válida, sin más. Por ese camino, puede afirmarse por ejemplo: “todos los talibanes representan un peligro para la humanidad”, o bien “todos los políticos son corruptos”. Estas afirmaciones son verosímiles, pero de ninguna manera verdaderas.

⁹ Aristóteles. Op.Cit. P. 169

En el periodismo existen dos mundos: el de los hechos y el de las opiniones. En todo periódico subsisten estos dos aspectos.

José María Desantes, en su libro *La verdad-en la Información*, hace un análisis sobre la objetividad en la información. Distingue tres modalidades de información muy claramente diferenciadas entre sí: la comunicación de ideas, la comunicación de hechos y la comunicación de juicios, los cuales corresponden, respectivamente, con los siguientes fenómenos: propaganda, noticia y opinión (1976, p. 52 y 53). La comunicación de ideas o propaganda se dirige a la voluntad, a través del entendimiento. La comunicación de hechos o noticias se dirige al conocimiento, a través del interés. La comunicación de juicios u opinión se dirige a la razón deductiva.

En el mundo de los hechos, es decir, en la noticia, es raro encontrar una opinión, pues esto sería faltar a la llamada objetividad periodística.

Desantes define la objetividad de la siguiente manera:

“La objetividad viene a ser el esfuerzo del sujeto por conseguir que su conocimiento sea objetivo, es decir, verdadero como adecuado al objeto (...). Curiosamente se advierte y se confirma que la objetividad es una actitud del sujeto(...). Del sujeto depende, además de la voluntad de informar, la actitud de objetividad receptiva y transmitiva. La información resultará o no objetiva según que se adecúe o no al objeto”.¹⁰

Cuando en el mundo de la noticia se mezcla la opinión, se comete una falta contra la objetividad y, por tanto, la noticia deja de serlo. En cambio en el mundo de la opinión sí es posible encontrar la referencia de algunas noticias que sirve, más que para informar, como apoyo argumentativo.

¹⁰ Desantes, José María. La verdad en la Información. España P.37

Furio Colombo, en su libro *Últimas noticias sobre el periodismo*, nos habla de cómo el mundo de las noticias ha sido integrado al mundo de la opinión:

"Robert Bartley, el agresivo y brillante director de la sección editorial del *Wall Street Journal*, ha dado vida a un nuevo tipo de editorial en el que se cuentan hechos. Esos hechos no son inventados, pero, ya que estamos en las páginas libres de la parte editorial del diario, tampoco están sometidos a la verificación de las fuentes y de las partes interesadas, y ni siquiera de las fechas y de las secuencias. Son jugados más bien a la manera como un fiscal o un abogado defensor juega con las pruebas: al servicio de una arenga, de una causa, o de algo que demostrar".¹¹

Así pues, llega a ser evidente que el sistema que separa la noticia de la opinión llega a corromperse cuando los editoriales se convierten en investigaciones que, a su vez, introducen hechos para reforzar la opinión y adquirir credibilidad.

Ante esta óptica, es posible afirmar que en el ejercicio de opinión sobresale un verdadero esfuerzo deductivo, con lo cual, queda establecida una relación intrínseca con las ideas aristotélicas, pues el término "entimema" significa, en griego, "deducir por raciocinio", "deducir para buscar la verdad".

En esto reside la importancia que tienen la retórica aristotélica para el campo del periodismo, pues un escritor de artículos de opinión suele hacer un esfuerzo deductivo para acercarse a una posible verdad.

El discurso retórico no necesariamente contiene verdad, aunque suele ser verosímil para poder lograr un efecto persuasivo.

José Luis Martínez Albertos, en su libro *Curso General de Redacción Periodística*, (2001, p. 59), define lo verosímil como aquello que puede ser de una manera, pero que también puede ser de otra. Es aquello a lo que se llega por indicios y que no deja en la conciencia un estado de certeza absoluta, pero

¹¹ Colombo, Furio. *Últimas noticias sobre el periodismo*. Anagrama. Madrid, 1998. P.54

tampoco de una total incertidumbre. Para Martínez Albertos, razonar sobre lo verosímil es intentar persuadir, es obtener un grado de persuasión que nos acerca al conocimiento de las cosas.

En el mundo del periodismo esto sucede frecuentemente. Todo artículo de opinión está desprovisto de carácter científico al ser concebido de una manera completamente subjetiva. Sin embargo, al utilizar los argumentos, se busca demostrar aquello que es verosímil, aunque no necesariamente sea verdadero.

Un periodista de opinión, por ejemplo, puede asegurar que Carlos Salinas de Gortari fue corrupto, basándose en rumores o en sus propias deducciones. Esta afirmación es verosímil, y todo mundo puede estar de acuerdo con él, sin embargo, lejos está de poder ser considerada como verdadera.

Por esta y muchas razones, la retórica aristotélica debe ser considerada como todo un legado para el saber periodístico. Todo lo que no es ciencia, es discurso retórico, pertenece a la doxa. Este discurso se adaptará según las ideologías para interpretar lo que pasa, las cosas que nos rodean, los problemas que nos aquejan. La retórica aristotélica nos enseña a razonar y a juzgar, a utilizar una lógica discursiva que, partiendo de lo verosímil, pueda acercarse a la verdad. Pero no demuestra: sólo muestra esa verdad.

1.1.2. El público meta

Aristóteles entiende por retórica "la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer" (1990, p.173).

Al hablar de “teorizar” lo que es adecuado para cada caso, Aristóteles considera la necesidad de tener un conocimiento previo del público al que se dirigirán todos los esfuerzos argumentativos.

Cuando alguien prepara un discurso, debe tomar en cuenta las características de su público meta. Esto le permitirá saber qué tipo de datos o argumentos serán más efectivos para sostener su tesis y lograr así persuadir.

Lo mismo sucede en el periodismo de opinión. El escritor, antes de escribir la primer letra de su artículo, debe preguntarse qué efecto quiere lograr y, sobre todo, en quién.

Para persuadir sobre lo verdadero o lo verosímil, la consideración de la personalidad del oyente es fundamental, es el otro polo sin el cual es imposible concretar comunicación alguna.

De esta manera, la argumentación, según el criterio aristotélico, depende de tres factores:

“Tres son en número las especies de la retórica, dado que otras tantas son las clases de oyentes de discursos que existen. Porque el discurso consta de tres componentes: el que habla, aquello de lo que habla y aquél a quien habla; pero el fin se refiere a este último, quiero decir, al oyente”.¹²

Para persuadir, Aristóteles aconseja que hay que conocer al auditorio, sus características psicológicas, hábitos, condiciones sociales y físicas, etcétera.

En el campo de la ciencia, para convencer a un auditorio, se utilizan siempre los mismos razonamientos, pues éstos están basados en la certeza. En cambio en el ámbito del discurso retórico es necesario utilizar

¹² Aristóteles. Op. Cit. P. 193

razonamientos distintos dependiendo del auditorio, es decir, del tipo de receptor al que se dirige dicho discurso.

Un escritor de artículos de opinión, antes de comenzar a escribir, debe preguntarse qué características tiene su lector meta. Esto le ayudará a utilizar los argumentos y razonamientos adecuados para hacer verosímil su discurso y, sobre todo, para persuadir al lector.

Aristóteles determina claramente en su *Retórica* que siempre se habla en función de un auditorio (1990, p.177). Por eso la retórica es una disciplina que se dirige al oyente, de modo que no puede olvidarse el carácter del orador y la disposición del auditorio. De ello se deduce que la consideración de las emociones, de las pasiones, de las costumbres, de las creencias compete a la retórica aun cuando no debe suplantar la prioridad de lo verosímil.

1.2. El acuerdo entre lo racional y lo emotivo

El primer paso para lograr persuadir a un auditorio es inspirar la suficiente confianza en lo que se dice. Si un orador o un escritor de artículos de opinión no goza de credibilidad y prestigio, difícilmente podrá lograr algo con sus esfuerzos argumentativos.

El concepto de persuasión debe estar unido al de una buena argumentación basada en la verosimilitud de las razones aducidas. En este sentido, todo discurso o argumento será ineficaz si la persona que lo ofrece no goza de credibilidad.

Cada escritor de artículos de opinión debe encontrar un equilibrio entre lo racional y lo emotivo. Escribir un texto exige un planteamiento moral para evitar excesos ideológicos, pasiones irracionales e inclinaciones extremistas. Al encontrar este punto de equilibrio, el escritor puede llegar a formular juicios más sabios y argumentos difíciles de refutar.

Capítulo II. Estudio de la argumentación

En una ocasión Victoria Camps dijo: “No se trata de averiguar qué es la racionalidad –empresa vana- sino de habituarse a dar razones, a argumentar”¹³. Los seres humanos por naturaleza propia estamos acostumbrados a dar argumentos todos los días. En la conversación más insignificante presentamos una serie de razones encaminadas a cumplir un objetivo: lograr persuadir al interlocutor. Sin embargo, esas razones muchas veces están alejadas de la lógica y apelan más bien a la faceta emotiva.

El filósofo argentino Ernesto Sábato dice:

“El lenguaje de la vida y de la literatura no obedece a leyes rígidas porque su objetivo no es decir verdades sino lograr victorias. Se cambian a cada instante las modalidades del juego, como en el póker, para tomar desprevenido al adversario, para engañarlo con recursos inesperados”¹⁴.

Un escritor de artículos de opinión cuenta con muchas herramientas para emitir razones lógicas que sustenten tal o cual postura y que ayuden a generar una convicción en el lector, es decir, lograr una victoria. A estas herramientas o modalidades del juego como dice Sábato, se les conoce como argumentos.

¹³ Señor, Luis. Diccionario de citas. Espasa. Madrid: 2000, p.482

¹⁴ Sábato, Ernesto. Uno y el universo y otros ensayos. Barcelona, Círculo de Lectores.

2.1. Efectos de la argumentación

Perelman y Olbrechts-Tyteca se preocuparon por estudiar a fondo la retórica aristotélica en *Tratado de la Argumentación, La Nueva Retórica*; este libro representa un pilar en el estudio de la forma en que se puede conseguir la adhesión de un público ante una idea u opinión determinada.

Los autores afirman que el objetivo de toda argumentación es acrecentar la adhesión ante una tesis determinada:

“Una argumentación eficaz es la que consigue aumentar esta intensidad de adhesión de manera que desencadene en los oyentes la acción prevista (acción positiva o abstención), o, al menos, que cree, en ellos, una predisposición que se manifestará en el momento oportuno”¹⁵.

En efecto, al aplicar estas afirmaciones al discurso de la prensa, se evidencia que todo periodista que se dedica a la elaboración de textos de opinión, busca la adhesión del lector a sus ideas. De su habilidad para elegir los argumentos indicados dependerá el grado de esta adhesión. Para lograr una influencia, debe ser capaz de captar la atención del lector y, sobre todo, de despertar en él ciertas emociones que lo lleven a mantener una completa adhesión a las ideas del escritor.

De los efectos que tengan los argumentos empleados, dependerá en gran parte el grado de adhesión o convencimiento por parte de los lectores; pero en este sentido ha de tomarse en cuenta que para cada tipo de público o

¹⁵ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. *Tratado de la Argumentación, La Nueva Retórica*. Editorial Gredos. Madrid, 1989. P.91

de lector, es necesario escoger la clase de argumento preciso, y lograr conseguir así los objetivos retóricos.

Al respecto, Perelman y Olbrechts-Tyteca dicen:

“En la demostración se emplean todos los procedimientos del arte literario, pues lo que se intenta es que concurra todo lo que pueda favorecer la comunión del auditorio”¹⁶.

Estos procedimientos del arte literario son precisamente los argumentos, de los cuales, existen múltiples tipos que serán estudiados a continuación.

2.2. Tipos de argumentación

Perelman y Olbrechts-Tyteca describen distintos tipos de argumentos que suelen ser utilizados por un interlocutor, pues consideran que: “Partiendo del principio de que todo acontecimiento tiene una causa, se argumenta a favor de la eternidad del universo, que nunca habría comenzado” (1989, p. 409).

La causa de un mal cuyos efectos se padecen es una de las búsquedas más recurrentes del ser humano y así lo manifiestan argumentaciones de todos los tiempos. ¿Por qué cayó el Imperio Romano? ¿Por qué Jesucristo no fue reconocido como el salvador? El ser humano constantemente plantea preguntas a las que busca una explicación.

Este afán por conocer la causa o las justificaciones de todos los hechos ha sido fundamental en la historia del desarrollo del conocimiento humano, y forma parte esencial de la mayoría de las argumentaciones incluidas en los artículos de opinión; en la mayoría de ellos se argumenta partiendo del

¹⁶ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. Op. Cit. Pág. 100

discurso que genera la búsqueda de las causas y el análisis de sus efectos para juzgar actos y realidades.

La causa que se busca en general es la del mal, la responsable de lo que no marcha bien: crisis, paro, pobreza, terrorismo, guerras, etcétera. En los textos analizados se ve cómo los autores buscan dar con la causa de los atentados terroristas del 11 de septiembre del 2001.

Así tenemos el caso del sociólogo francés Alain Touraine quien en su artículo "La hegemonía de EE UU y la guerra islamista" trata de explicarnos las causas que provocaron los actos terroristas.

"Durante más de un cuarto de siglo y sobre todo desde 1989, esta hegemonía (la de Estados Unidos) fue más absoluta que lo que Gran Bretaña y otras potencias capitalistas lo fueron entre 1870 y 1914. Ahora bien, ese medio siglo de triunfo 'imperialista' como entonces se decía, ha dado lugar a un siglo de reacciones políticas e ideológicas muchas de las cuales han llevado a regímenes totalitarios o autoritarios de uno u otro signo"¹⁷.

Alain Touraine hace todo un repaso histórico para ver a qué se debe el odio sentido por muchos pueblos hacia Estados Unidos y encuentra la causa en la hegemonía que este país ha ejercido sobre todo el mundo a lo largo de muchos años.

Perelman y Olbrechts-Tyteca sostienen que, desde un principio, el establecimiento de un nexo causal debe permitir argumentaciones de tres tipos:

- a) Las que tienden a aproximar, de modo recíproco, dos acontecimientos sucesivos dados, por medio de un nexo causal (es decir, las que buscan relacionar).

¹⁷ Touraine, Alain. "La hegemonía de EE UU y la guerra islamista". El País, 13 de septiembre del 2001.

El proceso de argumentar sobre una causa con respecto a sus consecuencias es casi siempre muy eficaz para la persuasión.

El diario español *El País* publicó un artículo del periodista Thomas L. Friedman, quien hace un análisis de lo que sucederá en un futuro si no se aplica una fuerte represalia por parte de Estados Unidos a los pueblos que solapan las prácticas terroristas, especialmente a Afganistán.

“El no aplicar una represalia feroz a este ataque es sencillamente invitar a que se produzca otro peor mañana, y una interminable guerra contra los terroristas. Pero llevar a cabo una represalia que no distinga entre aquellos que rezan al Dios del Odio y aquellos que rezan al mismo Dios que nosotros es invitar a que se produzca una interminable guerra entre civilizaciones”¹⁹.

Este tipo de argumento suele tener un efecto importante sobre el lector, quien puede, con base en sus conocimientos, disentir de lo que el periodista anota sobre el pasado, sin embargo, no tendrá bases para refutar lo referente al futuro, ya que al respecto no hay nada establecido. Siempre nos preguntamos qué pasará, cuáles serán las consecuencias de tal o cual forma de actuar. Por esta razón los textos que incluyan argumentos pragmáticos ofrecen al lector un valor agregado, pues le ayudan a responder a todas sus preguntas sobre el porvenir.

La importancia del argumento pragmático es conocida por muchos escritores, hasta el grado que tratan de usarlo cuando en realidad no se necesita. Tal es el caso de Alain Touraine en su citado artículo “La hegemonía de EE UU y la guerra islamista”.

¹⁹ Friedman, Thomas. “En la guerra civil del Islam, reforcemos a los buenos”. *El País*, 20 de septiembre del 2001.

“La diferencia principal será que en lugar de enfrenamientos entre naciones organizadas, veremos, vemos ya, cómo en torno al imperio y a sus símbolos de poder se forman unas redes de sombra que...”²⁰.

En este caso el sociólogo francés hace una predicción que en el momento de escribir su artículo ya se había cumplido. Esto él lo supo al decir; “veremos, vemos ya”. Primero habló en futuro y luego en presente. Esto demuestra los escritores saben de los efectos que pueden causar en el lector los argumentos pragmáticos y los intentan utilizar a como dé lugar.

2.2.2. El argumento *Ad Personam*

Según Perelman y Olbrechts-Tyteca el argumento *Ad Personam* es “un ataque contra la persona del adversario y que tiene, principalmente, a descalificarlo” (1989, p.186). En este tipo de argumento el ataque va directamente contra un determinado sujeto desacreditándolo resaltando su origen, su ideología, su condición económica, su religión, su raza, etcétera.

Este tipo de argumento es muy frecuente dentro de los textos de opinión, pues en repetidas ocasiones los escritores desacreditan los actos de tal o cual persona por medio de sus comentarios.

Muy conocido fue el caso de la queja del Presidente de la República Vicente Fox respecto al trato que le daban los medios de comunicación y, especialmente, los articulistas. Fox se quejaba de los ataques hacia su persona y hacia las acciones de su Gobierno, es decir, reclamaba a los escritores el

²⁰ Touraine, Alain. Op. Cit

estarse basando en argumentos *Ad Personam* que sólo buscaban desacreditarlo. Lo paradójico en este caso es que Fox utilizó el mismo argumento que él criticó: “Ya estoy cansado de la sarta de babosadas que dicen de mi gobierno”. Con este argumento *Ad Personam* el Presidente quiso también restar prestigio a las voces que lo criticaban.

Thomas L. Friedman en su citado artículo dice: “Y eso sólo sucederá cuando la mayoría musulmana reconozca que los Osama Bin Laden están conduciendo a la destrucción y a la denigración de la propia religión”.

En este caso el autor utiliza un argumento *Ad Personam* para descalificar a Osama Bin Laden y a todos aquellos que comulgan con la idea de que con actos terroristas debilitan la estructura de Estados Unidos. Para los musulmanes lo más importante es su religión y Friedman se aprovecha de esto para desprestigiar a Bin Laden asegurando que está denigrando a sus creencias.

“Los perpetradores eran una siniestra red transnacional de fanáticos, movidos por una poderosa mezcla de odio y creencias religiosas fuera de lugar”²¹.

Estas líneas fueron escritas por los ingleses David Held y Mary Kaldor. En ellas encontramos el argumento *Ad Personam* al decir que los responsables de los atentados a Estados Unidos estuvieron movidos por “una poderosa mezcla de odio y creencias religiosas fuera de lugar”. En esta ocasión no sólo se descalifica a los culpables del ataque terrorista, sino también a sus creencias al decir que están fuera de lugar; dado que no todos los lectores estarán de acuerdo con el editorialista, éste corre el riesgo de que su

²¹ Held, David y Mary Kaldor. “Aprender de las lecciones del pasado”. *El País*, 8 de octubre del 2001.

democracia, el sistema de derecho y, por encima de todo, la humanidad" (2001, p.1).

Una forma efectiva de lograr la adhesión del lector es por medio del uso del argumento *Ad Humanitatem*. En el caso anterior, los autores establecen que no fue un ataque solamente contra Estados Unidos, sino que fue un atentado contra toda la humanidad, pues se atacaron "los valores que amamos". Por medio de estas palabras, los autores pueden lograr que el lector se persuada de la idea de que los terroristas atentaron contra todo el mundo.

2.2.4. El argumento por el ejemplo

Cuando queremos explicar algo en nuestro razonamiento acudimos en muchas ocasiones al ejemplo como ayuda. Un mensaje por sí solo corre el riesgo de no ser codificado correctamente por un interlocutor. Para evitar que esto suceda una buena herramienta es el ejemplo, gracias al cual el mensaje es más coherente y, en consecuencia, tiene más eficacia argumentativa.

Perelman y Olbrechts-Tyteca distinguen tres tipos de ejemplos:

- a) El ejemplo específico que se emplea para justificar una generalización.
- b) La ilustración, que sostendrá una realidad ya establecida.
- c) El modelo, que incitará a la imitación (1989, p.536).

En el primer caso, se trata de un procedimiento inductivo muy eficaz pero también puede ser considerado como algo tramposo. Si se quiere convencer en un momento dado de que la violencia infantil ha aumentado en los colegios, basta con tres o cuatro ejemplos sacados de la prensa para concluir

2. Deben tener una lógica relación con lo que se quiere establecer como conclusión.
3. Han de estar informados, es decir, no se basarán a su vez en generalidades sino en concreciones realistas y documentadas; la conclusión que generan los ejemplos será aplicada a algo concreto que se quiera demostrar.

Un buen ejemplo de este tipo de argumentación nos lo ofrece Mario Vargas Llosa en su artículo "Las réplicas del 11 de septiembre":

"Pero, lo cierto es que si la acción de represalias por el 11 de septiembre va a continuarse en la persecución del terrorista saudita y sus cómplices, aun si lo captura o mata se habrá ganado poco en la lucha contra el terror, como cuando, durante la guerra del Golfo, se liberó a Kuwait pero se preservó intacto el régimen autoritario de Sadam Hussein, que, además de esclavizar al pueblo iraquí, sigue auspiciando la violencia política contra los países occidentales y es un nido de terroristas"²³.

El escritor peruano primero lanza una afirmación y la argumenta ayudado por el ejemplo de lo que ocurrió en el caso de la guerra del Golfo Pérsico, donde Estados Unidos no atacó el problema de raíz y permitió que Sadam Hussein continuara con su liderazgo y con sus prácticas de apoyo a grupos terroristas orientales.

Alain Touraine dice: "El mundo puede transformarse en un gigantesco País Vasco" (2001, p.1). Este ejemplo ofrece una imagen de lo que, en opinión del autor, será el mundo.

Mientras el ejemplo sirve para fundamentar una regla, la ilustración sirve para reforzar la adhesión a una regla conocida y admitida. Para ello, proporciona en el proceso argumentativo casos particulares que esclarecen el

²³ Vargas Llosa, Mario. "Las réplicas del 11 de septiembre". El País, 30 de septiembre del 2001.

“Que abundan los funcionarios inútiles o mangoneadores es cosa sabida: por ello parece apropiado hoy saludar con respeto a esos bomberos y policías, humildes servidores de la sociedad organizada, que han muerto salvando vidas y tratando de rescatar no sólo a sus semejantes, sino también la dignidad compartida”²⁵.

Savater pone como modelos a seguir a todos aquellos que dieron su vida al salvar la de los demás, pues, en su opinión, también trataron de rescatar la dignidad.

Así como se da una argumentación por el modelo, también puede presentarse una argumentación basada en un antimodelo:

La introducción del antimodelo, en lugar de pretender simplemente un efecto revulsivo, puede servir de incentivo para una argumentación *a fortiori*, al representar el antimodelo un mínimo por debajo del cual es impropio descender”²⁶.

En los artículos de opinión escritos a raíz de los atentados terroristas a Estados Unidos encontramos por lo común un señalamiento a Osama Bin Laden como el antimodelo, como la encarnación de lo que no debe hacerse.

2.2.5. El argumento por analogía

Este argumento se utiliza con frecuencia para intentar demostrar lo acertado de una aserción, de una idea o de una creencia. El valor de la analogía en la argumentación es muy estimable porque crea una comparación de imagen que puede dar mucho juego en el pensamiento. Pero, de la misma manera que una buena analogía constituye una invención-relación- semejanza

²⁵ Savater, Fernando. “Armagedón”, Artículo publicado en El País el 13 de septiembre del 2001.

²⁶ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. Op. Cit. Pág. 562

que puede aportar mucho, también la falsa analogía puede producir un resultado argumentativo falaz.

Perelman y Olbrechts-Tyteca definen la analogía como una similitud de estructuras cuya fórmula más general sería: A es a B lo que C es a D (1989, p. 570). Puede suceder que alguien confunda la argumentación por el ejemplo con la analogía, sin embargo, hay una diferencia que vale la pena señalar.

En el argumento por el ejemplo el tema y foro pertenecen siempre al mismo campo temático. Son parábolas que funcionan extrayendo hechos de la misma realidad sobre la cual se quiere generalizar, aplicar una regla o deducir una cuestión particular. En cambio, la analogía requiere mayor empleo de la imaginación: buscar una realidad que sea parecida a otra. Es una semejanza de relación y emplea parábolas que, como en el Evangelio, se emplean para hacer comprender una idea más abstracta y persuadir de este modo al auditorio sobre lo argumentado.

La analogía, por tanto, es un recurso ideológico que se emplea constantemente en todo tipo de campos temáticos: la moral, la religión, la política, la economía, la psicología, etcétera.

Un ejemplo de la argumentación por analogía lo encontramos en el artículo “En la guerra civil del Islam, reforcemos a los buenos”, de Thomas L. Friedman:

“El ministro de Exteriores israelí, Shimon Peres, ofrecía la siguiente posibilidad: hace varias décadas, señaló, descubrieron que fumar produce cáncer. Poco después de eso, la gente comenzó a solicitar secciones para fumadores y no fumadores. ‘Bien, el terrorismo es el cáncer de nuestra era’, dijo Peres. ‘Durante la última década, muchos países querían negarlo o justificar por qué podían seguir tratando con los terroristas. Pero después de lo que ha sucedido en Nueva York, todo el mundo lo sabe. Esto es un cáncer. Es un peligro para todos nosotros. De modo que cada país debe

ahora decidir si quiere ser fumador o no fumador, un país que apoya al terrorismo o uno que no²⁷.

En este fragmento discursivo se hace una analogía de lo que es el consumo del tabaco con el terrorismo, entendiendo a ambos como un cáncer. Esa analogía sirve para explicar y, sobre todo, sustentar la idea de que los países deben decidir si después de lo ocurrido en Estados Unidos solaparán o no la actividad y formación de grupos terroristas.

2.2.6. El Argumento de autoridad

Cuando argumentamos es muy frecuente que nos apoyemos en opiniones y sentencias dichas por personas que gozan de un crédito general y de un reconocido prestigio. En los discursos normativos y científicos es una obligación recurrir a lo ya hecho y/o a lo dicho por otros que precedieron en el saber del que se trate. Pero también se emplea este recurso retórico en los discursos expresivos para justificar y valorar la opinión como "verdadera" o, al menos, verosímil.

El argumento de la autoridad está al servicio del prestigio: utiliza actos o juicios de una persona o grupo con representación en cualquier ámbito de la vida como medio de prueba a favor de una tesis. El uso de este argumento tiene algunas características que, de acuerdo con Perelman y Olbrechts-Tyteca, se pueden englobar en las siguientes:

²⁷ Friedman, Thomas. Op. Cit

credibilidad y autoridad. En consecuencia, deben tenerse en cuenta algunos criterios para que el texto periodístico sea más eficaz en su mensaje.

En efecto, al elegir una fuente para un trabajo periodístico es necesario establecer criterios de calidad de la información que las fuentes proporcionan. Un experto en un tema es una buena fuente para ese tema en concreto y, quizás, sería una pésima fuente si estariamos tratando otro tema, a pesar del prestigio que pueda tener la fuente. Al respecto, Perelman y Olbrechts-Tyteca dicen:

“Las autoridades invocadas son la mayoría de las veces salvo cuando se trata de un ser absolutamente perfecto, autoridades específicas; el auditorio reconoce su autoridad en un campo concreto, y, únicamente en este campo, el orador puede servirse de ella. Pero, ¿de qué autoridad gozan fuera de ese ámbito? ¿Cuál es la influencia de la opinión de los expertos cuando se opone a la de la mayoría? ¿En qué campos puede prevalecer una u otra?”²⁸

Las fuentes deben ser citadas para dar mayor credibilidad al argumento; y su correcta atribución es necesaria para que el argumento no desmerezca en su verosimilitud. Nadie tiene por qué creer algo que un personaje anónimo haya dicho. Siempre será mucho más eficaz un argumento basado en la autoridad de unas fuentes bien clarificadas.

El argumento de autoridad es comúnmente utilizado por los escritores para dar mayor credibilidad a lo que escribe. Fernando Savater nos demuestra esto en su artículo “Armagedón”.

“Hace unos años, Enzensberger escribió en *Perspectivas de la guerra civil* que los conflictos bélicos van siendo cada vez menos entre Estados y más entre tribus...”²⁹

²⁸ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. Op. Cit. Pág. 475

²⁹ Savater, Fernando. Op. Cit.

discurso, un argumento para E2³⁰.

Además afirman que hay en la lengua "reglas obligatorias" para que un enunciado sirva de argumento para otro enunciado. Con respecto a estas reglas obligatorias, que se les conocen como propias de la sintaxis, los autores sostienen que:

"Los encadenamientos argumentativos posibles en un discurso están ligados a la estructura lingüística de los enunciados y no solamente a la información que ellos transportan. Una interrogación puede bien mostrar una duda entre el *sí* y el *no*, ella sirve de argumento, discursivamente hablando, a las conclusiones que uno puede derivar del *no*³¹.

La validez de esta propuesta de Ducrot y Anscombe se comprueba al analizar el discurso de Alain Touraine en el citado artículo "La hegemonía de EE UU y la guerra islamista", cuando plantea la siguiente pregunta: "¿Puede alguien hoy negarse a ver la extrema hegemonía ejercida por Estados Unidos sobre el conjunto del mundo?". Esta pregunta está planteada para orientar al lector a contestar: "No, yo no lo puedo negar"; más aún, en los párrafos anteriores esta pregunta está más que contestada y, por si fuera poco, Touraine, dentro de la interrogación, califica a la hegemonía como "extrema", lo que hace más difícil todavía obtener una respuesta contraria a la que busca el autor.

El orden de los enunciados está en función del objetivo que se fije el escritor desde antes de plasmar en un papel su texto. En el libro *La Argumentación en la Lengua* se menciona al concepto "escala argumentativa".

³⁰ **Anscombe, Jean-Claude** y Oswald Ducrot. *La Argumentación en la Lengua*. Pierre Mardaga. Bélgica. Pág. 4 (Traducción por Mariana Péres-Duarte Berra)

³¹ **Anscombe, Jean-Claude** y Oswald Ducrot. *Op. Cit.* Pág. 2.

Dentro de un relato determinado, es posible ver cómo cada enunciado juega con una escala argumentativa.

Observemos el caso de una película. En un principio todo acontece con normalidad hasta que llega un punto de ruptura en que el orden desaparece. Posteriormente se desarrolla la trama de la película con base en el intento constante de restablecer ese orden. Todas las escenas se encadenan hasta que llegan al punto de mayor emoción en la película: el clímax, que es donde el conflicto finalmente se soluciona.

Las distintas escenas de la película son como los enunciados de un texto. Cada uno cumple con una función determinada dentro de la escala argumentativa que establece el autor del relato antes de comenzar su texto.

Ducrot y Anscombe dicen:

“Nuestra concepción de la argumentación se sitúa en este marco. Es para nosotros, un rasgo constitutivo de numerosos enunciados, que no podríamos utilizar sin tratar de orientar al interlocutor hacia un tipo de conclusión: es necesario, entonces, decir, cuando se describe un enunciado de esta clase, qué orientación conlleva -o incluso, a favor de qué puede ser argumento-³².”

Observemos nuevamente el artículo “El ‘factor Dios’” de José Saramago. En el primer párrafo, el escritor portugués relata una serie de hechos trágicos en los que estuvo presente el terror, la violencia y el odio. Al acabar este párrafo, y después de haber hablado de decapitados y de torturas, incluye al ejemplo de los atentados terroristas del 11 de septiembre. Al incluir este hecho junto con los demás, lo ubica dentro de las más grandes atrocidades que han cometido los seres humanos en los últimos tiempos.

³² Anscombe, Jean-Claude y Oswald Ducrot. *Op. Cit*

En el segundo párrafo se detiene a relatar lo que fueron para él los ataques a Nueva York. “El horror dijo por primera vez ‘aquí estoy’ cuando aquellas personas se lanzaron al vacío como si acabasen de escoger una muerte que fuese suya”. Después de relatar en unas pocas líneas lo sucedido en Estados Unidos, lanza un juicio que no deja de ser sorpresivo para el lector al decir que los atentados terroristas no son más que un acontecimiento monótono y repetitivo, algo ya conocido por todo el mundo en el caso de Ruanda, de Vietnam, de las bombas atómicas, de las ejecuciones en estadios llenos, de los crematorios nazis “vomitando cenizas”. La exposición de esta idea orienta al lector a otra que viene a ser lo que en el cine se conoce como punto de ruptura. Saramago dice enseguida que de todas las muertes que el hombre ha inventado “la más criminal, la más absurda, la que más ofende a la simple razón, es aquella que, desde el principio de los tiempos y de las civilizaciones, manda matar en nombre de Dios”.

Así puede comprobarse que José Saramago tiene dominio de la sintaxis y eso se puede percibir en el artículo publicado por el diario *El País*. Después de una prosa ágil, lleva al lector hasta enfrentarse a una idea que no necesariamente está generalizada: las peores atrocidades se cometen en nombre de Dios.

Después de decir esto utiliza el argumento de autoridad al apuntar:

“Ya se ha dicho que las religiones, todas ellas, sin excepción, nunca han servido para aproximar y congregar a los hombres; que, por el contrario, han sido y siguen siendo causa de sufrimientos inenarrables, de matanzas, de monstruosas violencias físicas y espirituales que constituyen uno de los más tenebrosos capítulos de la miserable historia humana”³³.

³³ Saramago, José. “El ‘factor Dios’” Artículo publicado en *El País* en septiembre del 2001.

Capítulo III. La modalización en un texto de opinión

“Con frecuencia, lógicos y lingüistas creyeron necesario distinguir, en un acto de enunciación, un contenido representativo, a veces llamado *dictum* (la puesta en relación de un predicado con un sujeto), y una actitud tomada por el sujeto hablante respecto de ese contenido (es el *modus* o la *modalidad*)³⁴.”

Quise comenzar así esta sección de la tesis pues este pequeño párrafo escrito por Ducrot y Todorov en su libro *Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje* me permitió comprender a ciencia cierta lo que significa modalización.

Sin darnos cuenta todos los días utilizamos unas palabras que modifican el sentido de lo que queremos decir. Estas palabras adquieren la función de marcadores de un texto, pues en ellas recae la responsabilidad de conducir a la argumentación por un cierto camino.

En un texto de opinión la modalización abunda, y ni siquiera nos damos cuenta. Cada palabra está encaminada a dar sentido a una frase, y cada frase cumple, como lo habíamos advertido anteriormente, con una función argumentativa dentro del texto.

Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca afirman que las palabras moralizadoras modifican la realidad e incluso la importancia de los datos del discurso.

“Hoy, se está más o menos de acuerdo en reconocer que ciertas formas gramaticales producen, con preferencia, las modalidades de la significación, pero también que aquellas pueden servir igualmente para expresar otras modalidades³⁵.”

³⁴ Ducrot, Oswald y Tzvetan Todorov. *Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje*. Siglo Veintiuno Editores. México. 1998. Pág. 352

³⁵ Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie. Op. Cit. Pág. 248

3.2. Modalidades hipotéticas

En este tipo de modalidad el sujeto presenta algo como una mera posibilidad. En este tipo de modalidad hay muchos marcadores, como por ejemplo: *posiblemente, quizá, tal vez, es probable*, etcétera.

En los textos analizados se encontró que las modalidades hipotéticas por lo general van unidas al argumento pragmático, es decir, al argumento que trata de explicar las consecuencias futuras de un determinado acontecimiento (Perelman y Olbrechts-Tyteca, p.410).

En el artículo "El caos" de Jean Daniel encontramos lo siguiente:

"Había en la arrogancia de su buena fe un desprecio protector que pueblos, sociedades e individuos encontraban humillante. Pero el vacío que pueden dejar **quizá** sea superior al mal que hayan hecho"³⁶.

Otro ejemplo lo encontramos en el artículo "Las réplicas del 11 de septiembre" escrito por el peruano Mario Vargas Llosa:

"Pero, **tal vez**, el daño mayor que, como una infección de efecto retardado, resultará de los atroces atentados del 11 de septiembre, será el retroceso de la cultura de la libertad en los propios países democráticos"³⁷.

En este caso, el sujeto enunciador maneja como una simple posibilidad el hecho de que se pierda una cultura de la libertad, es decir, está hablando hipotéticamente, lo que se descubre al advertir la presencia del marcador "tal vez".

³⁶ Daniel, Jean. "El caos". El País, 14 de septiembre del 2001.

³⁷ Vargas Llosa, Mario. Op.Cit.

3.3. Modalidades apodícticas

Este tipo de modalidades son las que expresan algo como una necesidad, como algo que se debe hacer o que necesariamente sea de una u otra manera.

Thomas L. Friedman en su citado artículo dice: **“Necesitamos fortalecer a los buenos de esta guerra civil”**. En este caso el periodista y columnista político plantea una necesidad que de no satisfacerse, se corre el riesgo de tener una interminable guerra contra los terroristas. En este caso el marcador **“necesitamos”**, orienta el sentido de la frase hacia la finalidad argumentativa de Friedman.

Otro ejemplo lo encontramos en el artículo **“Aprender de las lecciones del pasado”** de David Held y Mary Kaldor. En este texto los británicos dicen: **“Es necesario hacer toda clase de esfuerzos, incluida la acción militar, para eliminar la red y desacreditar totalmente su atractivo”**.

3.4. Modalidades de imposibilidad

Este tipo de modalidad es contraria a la hipotética, pues plantea la negación de toda posibilidad (Ducrot y Todorov 1972, p.355).

Vargas Llosa en su artículo **“La lucha final”** dice: **“No es verdad que haya sociedades –se menciona siempre a las islámicas como ejemplo-, constitutivamente ineptas para la democracia”**. En este caso Vargas Llosa es categórico al dar las cosas como un hecho, pero con el marcador **“no es**