

TIPOS DE ARGUMENTOS

- **Argumentos de autoridad y citas.** Las ideas se apoyan en citas y opiniones de personas expertas en el asunto tratado, pensadores relevantes o en organismos de reconocida solvencia. Cuando la autoridad no es muy conocida, es necesario indicar su cargo o su ámbito de investigación. Se puede diferenciar entre una cita, literal y entre comillas (estilo directo), y la simple alusión a una autoridad o especialista (estilo indirecto).
 - Ejemplos. Son casos particulares, más bien objetivos, que permiten apoyar una determinada idea. Es el tipo de argumento más elemental y la base de la cual derivan otros como los de datos o de experiencia personal.
- **Argumentos de datos y estadísticas.** Están basados en la presencia de datos estadísticos y numéricos constatables. La presencia de cifras, porcentajes y datos se asocian a la objetividad. De ahí que sea un argumento frecuente en editoriales y ciertos artículos de opinión que desean transmitir sensación de veracidad y de investigación previa.
- **Argumentos de experiencia personal.** Recurrir a una experiencia vivida por el autor para apoyar la argumentación es un recurso de gran eficacia, aunque conviene no abusar de él para no caer en la subjetividad excesiva o en falacias. Para el autor tiene la ventaja de ser indiscutible, mientras que el lector se siente seducido por la confianza que le hace el autor. Muchas veces la experiencia personal se expande hasta constituir una pequeña secuencia narrativa.
- **Argumentos de verdad evidente.** En este tipo de argumentos, también llamados de generalización indiscutible, el autor apela al sentido común y aun conocimiento compartido que los receptores no pueden negar y asumen como válido. Frecuentemente se relacionan con tópicos, generando argumentos de utilidad (lo útil o eficaz es preferible a lo inútil o ineficaz), cantidad (se prefiere la abundancia a la escasez), calidad (se valora lo bueno antes que lo abundante), estética (mejor lo bello que lo feo), hedonismo (identificado con el carpe diem), justicia (lo justo debe prevalecer sobre lo injusto), moral (lo correcto antes que lo incorrecto), progreso (se prefiere lo nuevo antes que lo viejo), tradición (opuesto al de progreso)...etc. Se supone que estos tópicos son asumidos y compartidos por la mayoría de los receptores, aunque no esté demostrada su validez general.
- **Argumentos de criterio sapiencial.** Refranes, máximas, proverbios y sentencias, los cuales formulan valores culturales de presunta validez no confi rmada, hasta el punto de que pueden entrar en contradicción entre sí (Al que madruga Dios le ayuda / No por mucho madrugar amanece más temprano).
- **Argumentos de analogía.** Consisten en comparar dos hechos o realidades diferentes con algo en común, de tal manera que lo que resulte válido para una también lo sea para la otra. Este argumento se lleva a cabo mediante estructuras comparativas. En los textos argumentativos son frecuentes las analogías de tipo histórico. También es un recurso muy utilizado en textos expositivos por su clara eficacia didáctica.

- **Argumentos de contraste.** Cuando al comparar dos realidades o situaciones se ponen de manifiesto más las diferencias que las semejanzas, el argumento de analogía se convierte en una analogía negativa o de contraste, marcado por estructuras comparativas de desigualdad y marcadores de contraste (por el contrario, en cambio, sin embargo, no obstante, a diferencia de). El argumento de contraste suele revelar muchas veces la existencia de una tesis y una antítesis, es decir, una estructura dialéctica o antitética.
- **Argumentos de causa o efecto.** Defienden una idea explicando las causas que la sustentan (conectores de tipo causal: porque, pues, debido a, ya que) o las consecuencias que provocan (mediante consecutivos: por tanto, en consecuencia, por consiguiente).