

Unidad 8: El texto argumentativo

1. Textos argumentativos

En las prácticas cotidianas, es común encontrar que las personas realizan elogios, refutan una idea, critican un acto, apoyan una opinión. El filósofo Aristóteles señaló la importancia de desarrollar teorías argumentativas para conseguir la adhesión del auditorio. Estableció además, la diferencia entre convencer y persuadir. Así, la primera de las acciones (convencer), se relaciona con el razonamiento puro, es decir, con la lógica que permite aplicarle a algo el criterio de verdad o falsedad. La persuasión, por su parte, está ligada a la elaboración de argumentaciones en las que interesa, sobre todo, los resultados que el orador desea obtener.

La argumentación es un procedimiento discursivo, o es un tipo de discurso que intenta persuadir o convencer al destinatario para que comparta una opinión del emisor acerca de un tema en cuestión o para que realice una acción determinada, y a través de una serie de razonamientos o argumentos.

La argumentación no es un tipo de texto específico, es una trama, (una organización específica). Así, numerosos textos pueden presentar esta trama u organización.

Son textos argumentativos todos los que pertenecen al género de opinión, (textos de la prensa escrita que tienen la función de analizar, desde el punto de vista del redactor o del medio de comunicación, los acontecimientos que tuvieron repercusión en la sociedad).



- El artículo de opinión: textos de la prensa escrita que presentan el punto de vista o el análisis de un periodista particular sobre determinado tema de actualidad.
- El Editorial: tiene como función dar el punto de vista o postura del diario o la revista de una empresa editorial, y no de una persona en particular; por eso no lleva firma.
- Carta del lector: por lo general en los diarios y revistas, existe un apartado o sección, donde los editores seleccionan y publican las opiniones de sus lectores sobre algún tema particular. Por lo general, las cartas contienen quejas de los usuarios de algún servicio, dudas sobre algún tema publicado, o felicitaciones al medio. Si bien están encabezadas con “Señor Director”, el verdadero destinatario es el público lector. Este texto lleva todos los datos del autor, nombre, fecha, lugar, etc.

También son textos argumentativos los Ensayos. El ensayo es un importante texto literario y de opinión. Se trata de una obra de extensión variable en la que el autor ofrece su punto de vista sobre un tema determinado. Es un género que combina la exposición de hechos (objetividad) con la opinión (subjetividad). Los temas de los ensayos son muy variables, Aunque pueden distinguirse dos tipos principales: los humanísticos (Historia, Política, Sociología, Literatura, etc.) y los científicos (Matemática, Astronomía, Medicina, Ecología, etc.)

En la misma línea, también son textos argumentativos las Monografías.

También encontramos argumentación en la oratoria política y judicial, en los textos publicitarios y en textos científicos.

2. Componentes de la argumentación en textos científicos que implican discusión teórica

Mientras el texto científico tiene la función de MOSTRAR, el texto argumentativo, se encarga de DEMOSTRAR. Ambos propósitos se ven combinados en los textos expositivos científicos con componentes argumentativos. En ellos, el autor observa un asunto, analiza y sopesa los hechos que concurren al mismo, sean esencia, circunstancias, causas, efectos y adopta una valoración de conjunto que produce una opinión acerca del asunto sometido a estudio. En esta clase de textos científicos con componentes argumentativos, se expone la idea o ideas principales que componen el asunto observado y se disponen las ideas encaminadas a explicar la validez de la opinión formada.

En esta clase de textos aparecen entonces, tres finalidades: la informativa, la argumentativa y la persuasiva. Se pretende dar a conocer una información, demostrarla y convencer de su veracidad, verosimilitud o realidad, lo que no siempre se logra y da lugar a discusiones teóricas.

En el texto científico de estas características, pueden aparecer los siguientes componentes o recursos argumentativos:

2.1. Argumentos de autoridad

El autor del texto se basa en la coincidencia con otros autores de gran prestigio o autoridad en el tema, es el argumento más aceptado, puesto que la autoridad citada ya ha pasado por una observación crítica que la configura como válida y aceptable.

2.2. Argumentos de semejanza

Se intenta demostrar algo con otra idea parecida que no necesita demostración, o bien, mediante un ejemplo. Bastante usual, pero arriesgado.

2.3. Argumentos de singularidad

Una idea se presenta como demostrable porque es novedosa o muy diferenciada del resto. Se puede caer fácilmente en la subjetividad.

2.4. Argumentos de generalización

Un hecho aislado se pretende convertir en representativo de una multitud de hechos que conforman una situación general. Puede darse lugar a falsas generalizaciones, fácilmente refutables.

2.5. Argumentos de universalidad

Se defiende una postura aceptada por una mayoría, se trata de una postura poco crítica y poco analítica.

2.6. Argumentos de experiencia personal

Son ideas propias sin contrastar, o ajenas no cuestionadas. Muy subjetivo y por tanto, con poco rigor científico.

2.7. Contraargumentación

Se trata de presentar un razonamiento o argumento contrario al que se quiere demostrar, para discutirlo o polemizarlo.

3. Dimensiones de la argumentación

La argumentación está relacionada con dos dimensiones:

- La del razonamiento lógico, (leyes del razonamiento humano).
- La dimensión retórica o persuasiva, (uso de recursos lingüísticos con el fin de persuadir movilizandno resortes no racionales como son los afectos, las emociones, las sugerencias, etc.)

3.1. Dimensión del razonamiento lógico

Dentro de las estrategias lógicas de la argumentación se reconocen tres tipos de discursos:

- a. La demostración: Trata de llegar a una conclusión partiendo de una hipótesis. No aparece ninguna marca del sujeto que la enuncia. Aparentemente se habla de hechos y no de opiniones. Se utilizan conceptos objetivos que aparecen como irrefutables.
- b. La argumentación: Trata de causas y consecuencias, de una situación dada, y se expresa con palabras simples y comunes.

- c. La explicación: Se ubica en una línea intermedia entre la demostración y la argumentación. Se la acepta o rechaza en relación a lo que se ha explicado, por lo cual es necesario muchas veces, el debate.

3.2. Dimensión retórica o persuasiva

En la segunda dimensión de la argumentación, ubicamos la retórica o dimensión persuasiva. El emisor de un texto argumentativo utiliza diferentes estrategias o recursos retóricos y estilísticos para lograr su objetivo, que es persuadir o convencer al lector o receptor del texto, apelando a sus emociones y sentimientos.

De acuerdo con la intención que persiga el enunciador durante la secuencia argumentativa, utilizará del repertorio de estrategias, las que le permitan lograr su objetivo final.



Si su intención es...	empleará...
<i>ridiculizar la posición del adversario señalando la debilidad de su argumentación</i>	la ironía
<i>reconocer en el argumento contrario alguna razón para objetarlo luego</i>	la concesión
<i>exponer casos particulares que sostienen el argumento</i>	la ejemplificación
<i>señalar un error en el argumento adverso</i>	la clarificación
<i>apelar a autoridades en el tema tratado a fin de dar fuerza a la argumentación que se viene desarrollando</i>	la cita de voces autorizadas
<i>provocar la reflexión del lector</i>	la pregunta retórica
<i>presentar por lo menos dos posturas divergentes que pueden o no excluirse mutuamente</i>	el contraste
<i>partir de una definición para construir consenso</i>	la definición
<i>asociar dos hechos, ideas, discursos que se comparan por similitud</i>	la analogía
<i>distraer por unos instantes al lector o receptor, con aparentes fugas del hilo conductor del tema</i>	la digresión
<i>entretener y distraer al receptor con breves episodios reales</i>	la anécdota

4. Formas impersonales para objetivizar el discurso argumentativo

Existen discursos argumentativos en los que el autor presenta una postura objetiva ante lo que está diciendo. No se refiere a él mismo en 1º persona singular, para no responsabilizarse totalmente de lo que está declarando ni tampoco incluye al lector en una 2º persona (tú, Ud. o ustedes), o en 1º persona plural (“nosotros sabemos”, “veamos el ejemplo”, etc.).

Para objetivizar el discurso argumentativo muchos autores utilizan la 3º persona del singular, con expresiones como: “se dice”, “se analiza”, “se descubrió”, etc. O verbos en pasiva como: “es analizado”, “fue descubierto”, etc.

Otras estrategias para despersonalizar u objetivizar el discurso argumentativo es el uso de los pronombres “uno” o “una”, para referirse al emisor. Por ejemplo: “Uno conoce la realidad en la que se vive...”. Uno, reemplaza al “yo” emisor, y cumple con el objetivo de despersonalizarlo. La expresión “Hay que + infinitivo, muchas veces cumple con la misma función. “Hay que explicar mejor tal fenómeno”. “Hay que” reemplaza a “yo tengo que explicar...” La expresión se torna más impersonal.

5. Discriminación entre información y valoración

En los textos argumentativos debemos diferenciar los elementos valorativos o subjetivos de los informativos u objetivos.

Para ello, podemos distinguir los siguientes elementos modalizadores:

5.1. Modalizadores oracionales

- Oraciones declarativas o enunciativas. (Información)
- Oraciones interrogativas. (Valoración)
- Oraciones imperativas. (Valoración)
- Oraciones desiderativas. (Valoración)
- Oraciones dubitativas. (Valoración)
- Oraciones exclamativas. (Valoración)

5.2. Modalizadores léxicos valorativos

- Adjetivos. (Por ejemplo: desafortunado, trágico, espectacular, etc.)
- Sustantivos. (desgracia, tragedia, etc.)
- Adverbios y locuciones adverbiales. (Ej.: evidentemente, por suerte, por supuesto.)
- Verbos: *intelectivos*: creer, pensar, suponer. (Creo que...) *de sentimiento*: lamentar, entristecer, disfrutar. (Lamento decir que...). *volitivos*: querer, desear, necesitar. (Necesito saber con más precisión...)

- Sufijos y prefijos: por ejemplo: in (Inútil)- azo (golpazo). El prefijo in, y el sufijo azo, agregan valoración al lexema o raíz.

5.3. Figuras retóricas

- Ironía: decir exactamente lo contrario de lo que se quiere decir. Por ejemplo, en la expresión “actuaste mal”, decir “¡qué bonito, eh!” es una ironía.
- Interrogación retórica: preguntar al lector sin esperar una respuesta, sólo para integrarlo en el texto.
- Metáforas: figuras que en un texto argumentativo suelen ir entre comillas.
- Hipérboles: consisten en exageraciones que realiza el autor para crear cierto efecto valorativo en el lector.

5.4. Signos de puntuación

- Las comillas, los paréntesis, los puntos suspensivos hablan por sí solos del valor que da el autor a lo que está diciendo con estos signos específicos.

La información es todo aquello que expone datos, contenidos objetivos relacionados con el tema del texto. Esta puede encontrarse en los recursos retóricos o estilísticos como también en las estrategias lógicas.

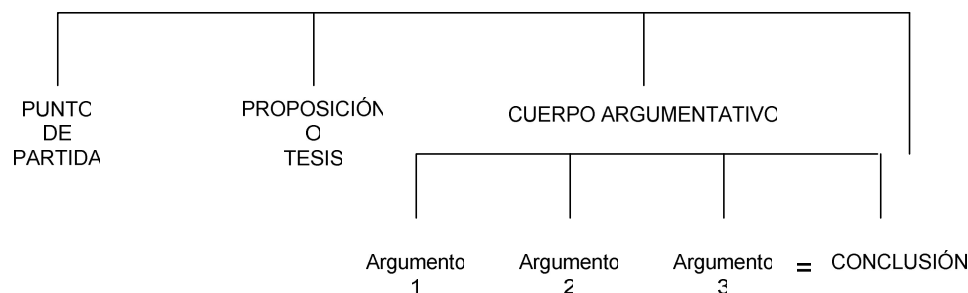
6. Tesis y argumentos

Son los elementos estructurales de un texto argumentativo. La superestructura es la siguiente:

En todos los casos se parte de una **situación inicial** (punto de partida) en la que se actualiza el tema sobre el que se va a argumentar. Luego se plantea la posición del emisor ante el tema, (proposición o tesis). A continuación, el emisor presenta los argumentos para sostener su tesis, en lo que se denomina **cuerpo argumentativo o demostración**. Finalmente, se arriba a una **conclusión**, que debe desprenderse naturalmente de los argumentos dados y retomar la proposición o tesis para reforzarla. Esta categoría puede no estar explícita, pero sí deducirse a partir del texto en conjunto.

Veamos el siguiente cuadro:

ARGUMENTACIÓN



Los argumentos que se exponen en el cuerpo del texto deben estar relacionados entre sí, para exponer de una forma clara el razonamiento del autor. Para lograr esto, se utilizan determinados conectores o marcadores textuales que encadenan los argumentos. Los más usados son:

PARA ORDENAR LAS IDEAS EN EL TEXTO		PARA INDICAR EL TIPO DE RELACIÓN ENTRE LAS IDEAS	
Anunciar un tema nuevo o una nueva etapa: <ul style="list-style-type: none"> • Con respecto a • Por lo que se refiere a • En relación con • En cuanto a 	Continuar sobre el mismo tema: <ul style="list-style-type: none"> • Además • Luego • Después • A continuación • En este sentido 	Relaciones de tiempo: <ul style="list-style-type: none"> • Antes • Ahora • Anteriormente • Poco antes • Al mismo tiempo • Simultáneamente • Después 	Relaciones de consecuencia: <ul style="list-style-type: none"> • En consecuencia • Por lo tanto • Así que • Por consiguiente • Por lo cual • Por esto
Para ordenar los temas: <ul style="list-style-type: none"> • En primer lugar • Primero • Antes que nada • Para empezar • Para terminar • Por último 	Insistir, aclarar, puntualizar: <ul style="list-style-type: none"> • Es decir • Hay que hacer notar • En otras palabras • Lo más importante • Esto es • Dicho de otra manera • Hay que destacar 	Relaciones de espacio: <ul style="list-style-type: none"> • Arriba/ abajo • Cerca/ lejos • Delante /detrás • Encima/debajo 	Relaciones de condición: <ul style="list-style-type: none"> • Si • A condición de • En caso de • Siempre que • Siempre y cuando
Distinguir: <ul style="list-style-type: none"> • Por un lado • Por otro • Por una parte • Ahora bien • No obstante • Por el contrario • En cambio 	Resumir, concluir, sintetizar: <ul style="list-style-type: none"> • En resumen • Resumiendo • En síntesis • Sintetizando • En conclusión • Para concluir • Finalmente • Así pues • En definitiva • Por lo tanto • Por todo esto • Por todo lo visto 	Relaciones de causa: <ul style="list-style-type: none"> • Porque • Visto que • A causa de • Con motivo de • Ya que • Puesto que • Gracias a / que • Por culpa de • Como • A fuerza de • Dado que • Considerando que • Teniendo en cuenta que 	Relaciones de finalidad: <ul style="list-style-type: none"> • Para • A fin de • Con el fin de • Con el objetivo de
Dar ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> • Por ejemplo • En particular • En el caso de • Al respecto 			Relaciones de oposición: <ul style="list-style-type: none"> • En cambio • Antes bien • No obstante • Sin embargo • De todas maneras • Por el contrario
			Para indicar objeciones y concesiones: <ul style="list-style-type: none"> • Aunque • Sin bien

6.1. Organización del texto argumentativo

Existen diferentes formas de organizar el texto argumentativo. Las dos formas más comunes son:

6.1.1. La argumentación secuencial

El autor presenta su tesis al comienzo del texto y va incorporando distintos argumentos para demostrarla. No se introducen contraargumentos para ser refutados, y así, se guía al lector a una única conclusión, explícita o no, pero fácilmente deducible.

6.1.2. La argumentación dialéctica

Este tipo de argumentación presenta junto con la tesis del autor, otros puntos de vista que son refutados. De esta manera, el proceso argumentativo se organiza alrededor de la tesis principal y de otros argumentos que pueden no coincidir o, por el contrario, sí pueden hacerlo en parte, con la postura planteada por el autor. Éste, luego de presentar todos los argumentos, destacará aquellos que le sirvan para defender su punto de vista.

7. Polifonía

El emisor puede incluir en su texto las palabras de otras personas mediante los siguientes mecanismos:

7.1. Estilo Directo

Consiste en reproducir textualmente lo dicho por el otro. Se utilizan proposiciones incluidas (subordinadas) sustantivas, que se vinculan con la oración principal sin nexo subordinante ni relacionante.



El profesor dijo: "Este tema es muy interesante".
Proposición incluida sustantiva

Las convenciones notacionales son:

- ✓ la pausa que se realiza antes de la proposición,
- ✓ los signos gráficos que pueden utilizarse (dos puntos, raya de diálogo y/o comillas)

7.2. Estilo Indirecto

El emisor incluye las palabras citadas en su propio discurso mediante una proposición incluida sustantiva con nexo:




El profesor dijo que ese tema era muy interesante.
nexo Prop. incluida sustantiva

Las convenciones notacionales son las siguientes:

- ✓ Las subordinadas están conectadas a la oración principal con nexos subordinantes (que-si) o relacionantes (que-quien-como)
- ✓ Desaparece la entonación original y los signos gráficos (sin comillas, raya de diálogo o dos puntos)
- ✓ Se producen cambios en las formas verbales (el Presente se reemplaza por el Pretérito Imperfecto del Modo Indicativo). Ej.: “...es muy interesante”, **por** “...era muy interesante”.


8. Convenciones para marcar la polifonía

Para dar o transmitir el sentido y el significado adecuado a un texto, se utilizan signos gráficos. Su correcto uso asegura la articulación adecuada de las unidades de significado que integran una frase o párrafo. Entre estos signos se pueden citar:

- **Las comillas de distancia:** se menciona algo de otro locutor, pero entre comillas para calificar o descalificarlo.
 - **Los guiones:** cumplen distintas funciones como:
 - ✓ Encerrar las palabras textuales de otra voz.
 - ✓ Señalar cada una de las intervenciones de un diálogo sin mencionar la persona o personaje al que corresponde.
-  -Lo principal es estar vivo- dijo él.
-¿Qué has hecho esta tarde?
-Nada en especial. He estado viendo televisión un rato.

- **Paréntesis y puntos suspensivos:** se utiliza para mencionar el autor de lo que se está citando, o su obra, o el año de su obra.

En la transcripción de textos, se utilizan tres puntos suspensivos entre paréntesis para dejar constancia de que se omite en la cita un fragmento del texto. Los puntos suspensivos entre paréntesis o corchetes, significa que la obra está incompleta.

 “Hasta aquí (...) la obra visible de Menark (...)”

- **Los dos puntos:** anuncian una cita textual, una enumeración o una explicación.
- **Cursiva:** en algunos textos se utiliza la tipografía para mencionar alguna fuente de información o bibliografía.