

Los textos argumentativos



La vida social se fundamenta en el uso del lenguaje; somos permanentes receptores de textos muy variados, muchos de los cuales tienen por finalidad convencernos o persuadirnos, es decir, hacernos pensar o actuar de determinada manera.

Por eso es fundamental conocer los rasgos de este tipo de textos para poder expresar nuestras ideas de modo convincente, pero también para ser capaces de reconocer las «trampas» en las que podemos caer a través de las palabras.

Recordemos: ¿Qué son los textos argumentativos?

La argumentación es una forma de discurso cuya finalidad es convencer a un receptor de que una idea (**tesis**) es verdadera o conveniente, mediante una serie de razonamientos o datos (**argumentos**).

Podemos decir que hay dos tipos de argumentaciones:

- **Argumentación objetiva:** propia de los textos de carácter científico o técnico; la tesis se puede comprobar experimentalmente.
- **Argumentación subjetiva:** los razonamientos están relacionados con las opiniones personales respecto de un tema que genera controversia (ideas políticas, costumbres sociales, arte, literatura...).

La argumentación siempre va ligada a la **exposición**, que tiene como finalidad informar y en la que predomina la **función referencial del lenguaje**. Pero, además, la intención de este tipo de textos suele provocar una respuesta en el receptor; en este sentido, predomina también la **función apelativa**. Finalmente, si el emisor se implica mucho en el tema, puede aparecer también la **función expresiva**.

Estructura de los textos argumentativos

Los textos argumentativos pueden presentarse con diferentes estructuras:

Estructura deductiva

tesis + argumentos

Estructura inductiva

argumentos + tesis

Estructura circular

tesis + argumentos + tesis

En los textos que vamos a ver en este nivel, la estructura más frecuente es la deductiva. En ella, los textos presentan las siguientes partes:

1. **Introducción.** Se formula la tesis que se va a tratar.
2. **Cuerpo argumentativo.** Se van exponiendo las razones que el emisor esgrime para defender su opinión o convencernos de algo.
3. **Conclusión.** Síntesis de las ideas expuestas.

Clases de argumentos

- **Argumentos objetivos:** hechos probados o demostrados con datos. Son los siguientes:
 - **Argumento de autoridad:** Cita de un experto con prestigio en un determinado campo del saber.
 - **Razonamientos lógicos:** Basados en la ley causa-efecto.
 - **Ejemplos:** Consiste en demostrar la validez de una idea de carácter general citando casos concretos en los que esa idea se cumple.
 - **Datos y estadísticas publicados.**
- **Argumentos subjetivos:**
 - **Proverbios y refranes:** enunciados breves de tradición popular que encierran un pensamiento o una enseñanza para la vida.
 - **Experiencia personal:** argumentos extraídos de las vivencias propias.
 - **Tópicos sociales:** creencias aceptadas por la mayor parte de la sociedad.

Caracterización lingüística y tipos

Características generales	
<ul style="list-style-type: none">– Distribución de las ideas en párrafos.– Oraciones complejas, predomina la subordinación.– Predominio de sustantivos abstractos.– Utilización de verbos de voluntad (querer, desear, preferir...), de habla (decir, preguntar, replicar...) y de pensamiento (creer, pensar, olvidar...).– Expresiones de necesidad o conveniencia (sería preferible, hay que tener en cuenta...).– Son fundamentales los mecanismos de cohesión (repetición léxica o conceptual en torno al tema y los marcadores discursivos): abundan los conectores que expresan conexión, restricción, oposición, relación causa- consecuencia, etc. y los nexos consecutivos que introducen la conclusión (en definitiva, en consecuencia, de este modo...).– Uso de conectores que ayudan a ordenar el discurso (ver cuadro en tema «El texto y sus propiedades»).	
Argumentaciones objetivas	Argumentaciones subjetivas
<ul style="list-style-type: none">– Oraciones en modalidad enunciativa.– Abundancia de tecnicismos.– Uso de la 3ª persona.	<ul style="list-style-type: none">– Se incluyen oraciones interrogativas, exclamativas o dubitativas.– Adjetivos y adverbios valorativos (<i>extraordinario, detestable, conveniente, oportunamente...</i>).– Uso de la 1ª persona o del plural de modestia (<i>como decíamos...</i>).– Expresiones apreciativas (<i>en mi opinión, desde mi punto de vista...</i>).– El uso de la repetición potencia el efecto de convicción en el lector– Uso de figuras retóricas: comparación, ironía, hipérbole...

Tipos de textos argumentativos	
Orales	Tertulias y coloquios
	Debates (presencia de un moderador)
Periodísticos	Editorial
	Artículos de fondo y columnas de opinión
	Cartas al director
Académico	Ensayo: Transmite un punto de vista personal acerca de un tema concreto, mediante un razonamiento coherente y bien argumentado. Como todos los textos argumentativos, pretende provocar la adhesión del lector. Requiere una investigación previa y un conocimiento profundo del tema, el análisis de los «pros y los contras» de las opiniones sobre el mismo y presentar una conclusión bien argumentada.
Textos publicitarios: Género mixto que combina recursos lingüísticos, gráficos (y a veces sonoros).	

¿Cómo redactar un buen texto argumentativo?

1. Determinar claramente cuál es la **tesis** del texto.
2. Definir el **receptor** a quien va dirigido el texto.
3. Buscar todos los **argumentos** posibles a favor de la tesis (preferiblemente argumentos objetivos).
4. Tener en consideración las opiniones, creencias y valores del destinatario para elegir aquellos argumentos que mejor puedan convencerle y desestimar los restantes.
5. Deben preverse las posibles objeciones del **adversario** a dichos argumentos.
6. Una **buena introducción** contribuye a captar la aprobación del auditorio.
7. El **orden de los argumentos** es un factor esencial. En beneficio del mismo, se evitarán las divagaciones, que podrían entorpecer la comprensión. **Los argumentos más sólidos se deben incluir al final.**
8. La **conclusión** debe tener fuerza e interés para ganar la complacencia del auditorio.
9. Emplear **la lengua** de forma adecuada, concisa y clara, sin renunciar a la ayuda que pueden proporcionar los recursos literarios.
10. Si la exposición es oral, conviene memorizar de modo general el texto para producir una buena impresión de **seguridad** en los oyentes.