

LA ARGUMENTACIÓN

Defender una idea aportando razones que la justifiquen.
Capacidad de argumentar = capacidad de influir

EL TEXTO ARGUMENTATIVO

Combina partes expositivas y argumentativas.

ESTRUCTURA

PRESENTACIÓN

ARGUMENTACIÓN

CONCLUSIÓN

OBJETO = Tema

PARTES

TESIS = Postura sobre el tema

ARGUMENTOS = Razones

ESTRUCTURA SEGÚN SITUACIÓN DE LA TESIS

Estructura inductiva o sintetizante

-Argumentos + tesis o conclusión
-Predispone al receptor para aceptar una tesis final polémica o discutible.

Estructura deductiva o analizante

-Tesis + argumentos.
-Informa desde el comienzo de la conclusión o tesis que se quiere demostrar.

Estructura encuadrada

-Tesis + argumentos + tesis.
-Didáctica, por reiterar la conclusión o tesis.

ARGUMENTOS

CLASES DE ARGUMENTOS

TIPOS DE ARGUMENTOS

CLASES DE ARGUMENTOS

ARGUMENTO POSITIVO

Razones que confirman la tesis (ejemplos, citas, datos científicos, consecuencias derivadas...)

CONTRAARGUMENTO

Argumentos contrarios a la tesis inicial.

CONCESIÓN

Admitir algunas razones contrarias a la tesis, aunque no anulan la argumentación (nexos: es cierto que..., pero...)

REFUTACIÓN

Argumentos con los que se rebate total o parcialmente la tesis contraria.

Formas
especiales de
argumentación

TIPOS DE ARGUMENTOS

RACIONALES

DE LA MAYORÍA

Responde a una generalización

CAUSA-EFECTO

DE AUTORIDAD

Se utiliza el nombre de una autoridad o de una institución de prestigio para apoyar una tesis.

EJEMPLOS

Introducidos marcadores como así, por ejemplo.

BASADOS EN DATOS Y ESTADÍSTICAS

POR COMPARACIÓN

Se establece una relación entre aquello que se quiere demostrar y una realidad distinta pero semejante

BASADO EN HECHOS

Se basa en pruebas comprobables y, al igual que el argumento de datos y estadística, son argumentos muy efectivos a la hora de convencer al receptor

Generalización: a partir de varios casos semejantes se extrae una tesis general que se aplica a otros casos individuales.

Sentido común: valora de forma espontánea lo que nos parece justo o adecuado: “las penas que legítimamente puede imponer un Estado democrático y civilizado excluyen la destrucción de la vida, lo más sagrado del ser humano.”

Tópicos sociales: creencias aceptadas por la mayor parte de la sociedad (el valor del trabajo, de la salud, de los principios morales, derechos y libertades...):

Proverbios y refranes: enunciados breves de tradición culta o popular que encierran un pensamiento o una enseñanza para la vida.

Experiencia propia: argumentos extraídos de las vivencias personales.

EMOCIONALES

Apelan a los sentimientos del auditorio.

MARCAS LINGÜÍSTICAS ARGUMENTACIÓN

PRESENCIA E IMPLICACIÓN DEL EMISOR Y DEL RECEPTOR

Pronombres personales de 1ª y 2ª personas: yo, vosotros, a mí...

Formas verbales en 1ª y 2ª personas: yo opino que; como ya sabéis...

SUBJETIVIDAD DEL EMISOR

MODALIZADORES.

Recursos expresivos que nos indican el punto de vista y la manera de pensar o de sentir sobre un tema el hablante. Añaden a lo que decimos un contenido relativo a los sentimientos o deseos sobre los hechos mencionados.

Para expresar verdad o duda:

- 1. Verdadero:** estoy seguro de que...; es cierto que ...; todos sabemos que...; es evidente que...
- 2. Probable/improbable:** parece probable que...; es improbable que...; puede ser que..., dudo que...
- 3. Falso/imposible:** es imposible que...; es falso que...

Para expresar valoración.

- 1. Positivo:** es bueno, justo, positivo, correcto, necesario...
- 2. Negativo:** ... es malo, injusto, negativo....

Deseo.

- 1. Deseable:** me gustaría que...; tengo la esperanza de que...
- 2. No deseable:** no me gustaría que ...

Obligación/conveniencia:

- 1. Obligación:** hay que...; se debe...
- 2. Conveniencia:** sería conveniente...; se podría...
- 3. Obligación negativa:** no hay que..., no se puede...; no se debe...

Capacidad o competencia:

- 1. Capacidad:** puede; es capaz de...; intenta...
- 2. Incapacidad:** no logra...; no puede...

Implicación personal:

Según mi opinión, a mi parecer, personalmente creo, desde mi punto de vista, me parece que

Verbos subjetivos y modales como: *poder; desear; creer; opinar; prometer; jurar (yo creo; nosotros podemos).*

Los modos verbales (el subjuntivo indica subjetividad y deseo, frente al indicativo).

Palabras connotadas, positiva o negativamente: **sustantivos** (paraíso, fraude), **adjetivos valorativos** (simpático, maravilloso, siniestro, sucio), **adverbios que indican la subjetividad (adverbios acabados en «-mente»:** lamentablemente, desgraciadamente, afortunadamente) **verbos** (ensalzar, aplastar).

CONECTORES Y ORDENADORES TEXTUALES

CONECTORES (CONJUNCIONES, LOCUCIONES)

| Relación | Indican |
|-----------------------|--|
| Adición | Organización y sucesión de las ideas: En primer lugar, después, luego, asimismo, por un lado, además, por otra parte, incluso... |
| Oposición o contraste | Oposición o contraargumentación: Sin embargo, pero, aunque, sino, a pesar de que, en cambio, por el contrario... |
| Causa | Causa u origen: Porque, pues, dado que, debido a, a raíz de, a causa de... |
| Consecuencia | Efectos de un hecho: Por consiguiente, por tanto, por eso, como resultado de... |
| Hipótesis | Posibilidad, condición: Si, suponiendo que, a condición de que, en caso de que... |
| Finalidad | Propósito: Para, para que, con objeto de... |

TIPOS DE TEXTOS ARGUMENTATIVOS

LA ARGUMENTACIÓN EN LOS MEDIOS

Además de informar, orientan; y por tanto influyen directamente en la opinión pública

EL ARTÍCULO DE OPINIÓN

El autor expresa sus reflexiones sobre un tema de actualidad.

EL EDITORIAL

Refleja la opinión del periódico ante una cuestión determinada o de interés general.

LA PUBLICIDAD

Utiliza un mensaje persuasivo para convencer e influir en el receptor.
Los elementos de la publicidad son:
el propósito, el destinatario y el medio

EL MENSAJE PUBLICITARIO

Una texto verbal con elementos no verbales (imagen y sonido),
El lenguaje publicitario es: **original, breve y expresivo**

LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS PERSONALES

EL DEBATE

es

Discusión formal entre varias personas dirigida por un moderador.

Sus partes son:

- Introducción
- Exposición inicial
- Conclusión
- Despedida

EL DISCURSO

es

Exposición razonada ante un auditorio
Se debe tener en cuenta: **El auditorio, la intención** (o finalidad) y el **tiempo de duración**.

Sus partes son:

- Introducción
- Desarrollo
- Conclusión

LA INSTANCIA

es

Documento que sirve para solicitar algo a algún organismo

Sus partes son:

- Introducción (datos personales)
- Comunicación (exposición y petición)
- Cierre (fecha, firma y pie)

LA RECLAMACIÓN

es

Texto argumentativo que realiza una queja por un daño recibido.

Sus partes son:

- Datos personales del reclamante
- Motivo de la reclamación
- Petición (o solución)
- Cierre (lugar, fecha y firma)