

TEXTO ARGUMENTATIVO

INTENCIÓN COMUNICATIVA

Los textos argumentativos tienen como objetivo expresar opiniones o rebatirlas con el fin de persuadir a un receptor. Son los más empleados por estudiantes, profesores, científicos, políticos, etc. A través de la argumentación se expresan ideas u opiniones, defendiendo las propias y rechazando las que se oponen a ellas. La argumentación es la base del convencimiento, del razonamiento, de la persuasión, de la demostración y del conocimiento humano, de ahí la importancia y necesidad de conocer cómo se organizan este tipo de textos.

Por otra parte, no sería posible concebir una sociedad democrática, como la nuestra, sin que las personas pudiéramos expresar nuestras opiniones; por esta razón, deben estar perfectamente fundamentadas ya que, de lo contrario, no tendrían el peso suficiente para tratar de cambiar conductas o convencer al contrario, entre otros propósitos. Además, en nuestras relaciones personales, laborales o sociales tenemos que saber tratar y resolver conflictos, por ello es necesario saber elaborar textos argumentativos, orales o escritos: reconocer su esquema general y sus características; los propósitos y los recursos discursivos más empleados; identificar y comprender las ideas más importantes a favor o en contra de un tema polémico.

La argumentación, por importante que sea, no suele darse en estado puro, suele combinarse con la exposición. Mientras la exposición se limita a mostrar, la argumentación intenta demostrar, convencer o cambiar ideas. Por ello, en un texto argumentativo además de la función apelativa presente en el desarrollo de los argumentos, aparece la función referencial, en la parte en la que se expone la tesis.

La argumentación se utiliza en una amplia variedad de textos, especialmente en los científicos, filosóficos, en el ensayo, en la oratoria política y judicial, en los textos periodísticos de opinión y en algunos mensajes publicitarios. En la lengua oral, además de aparecer con frecuencia en la conversación cotidiana (aunque con poco rigor), es la forma dominante en los debates, coloquios o mesas redondas.

PROCEDIMIENTOS ORGANIZATIVOS

El texto argumentativo suele organizar el contenido en tres apartados: introducción, desarrollo o cuerpo argumentativo, y conclusión.

➔ La **INTRODUCCIÓN** suele partir de una breve exposición (llamada “introducción o encuadre”) en la que el argumentador intenta captar la atención del destinatario y despertar en él una actitud favorable. A la introducción le sigue la **TESIS**, que es la idea en torno a la cual se reflexiona. Puede estar constituida por una sola idea o por un conjunto de ellas.

➔ El **DESARROLLO**. Los elementos que forman el cuerpo argumentativo se denominan pruebas, inferencias o argumentos y sirven para apoyar la tesis o refutarla.

Según el orden de los componentes, se distinguen varios modos de razonamiento:

La **DEDUCCIÓN** (o estructura analítica) se inicia con la tesis y acaba en la conclusión.

La **INDUCCIÓN** (o estructura sintética) sigue el procedimiento inverso, es decir, la tesis se expone al final, después de los argumentos.

A su vez, los argumentos empleados pueden ser de distintos tipos:

Argumentos racionales: Se basan en ideas y verdades admitidas y aceptadas por el conjunto de la sociedad.

Argumentos de hecho: Se basan en pruebas comprobables, datos estadísticos.

Argumentos de ejemplificación: Se basan en ejemplos concretos.

Argumentos de autoridad: Se basan en la opinión de una persona de reconocido prestigio.

Argumentos de causa-consecuencia: Presentan las causas que determinan o explican un hecho, o bien el efecto que resulta de un acontecimiento. Es decir, parte del principio de que todo hecho tiene una causa y que todo acontecimiento provoca ciertas consecuencias.

Argumentos que apelan a los sentimientos: Con estos argumentos se pretende halagar, despertar compasión, ternura, odio.

Argumentos *ad personam*: Invalidan una argumentación desacreditando a la persona que la sostiene o a su pensamiento. Se basan, la mayoría de las veces, en exigir al adversario que sus actos se correspondan con sus palabras. Se emplea para refutar. X afirma A. El hecho de que X sostenga A motiva el rechazo de A.

➔ La **CONCLUSIÓN**. Es la parte final y contiene un resumen de lo expuesto (la tesis y los principales argumentos).

PROCEDIMIENTOS DISCURSIVOS

Se trata de estrategias y recursos que no son exclusivos de la argumentación, pero en este tipo de texto se utilizan con fines argumentativos. Destacan:

- La DEFINICIÓN. Se emplea para explicar el significado de conceptos. En ocasiones, se utiliza para demostrar los conocimientos que tiene el argumentador. Su uso argumentativo se observa claramente cuando se selecciona una entre varias definiciones de un mismo concepto.
- La COMPARACIÓN (o analogía). Sirve para ilustrar y hacer más comprensible lo explicado. Muchas veces sirve para acercar ciertos conceptos al lector común.
- La CITA DE AUTORIDAD. Es la reproducción de un enunciado emitido por un experto. Tiene el objetivo de dar autenticidad al contenido. Se emplea como argumento de autoridad.
- La ENUMERACIÓN ACUMULATIVA. Consiste en aportar varios argumentos en serie. Cumple una función intensificadora.
- La EJEMPLIFICACIÓN. Se basa en aportar ejemplos concretos para apoyar la tesis. Los ejemplos pueden ser el resultado de la experiencia individual.
- La GENERALIZACIÓN. Consiste en partir de una situación particular relacionada con el tema desarrollado y llevarla a un plano más general.
- La PREGUNTA RETÓRICA. Se emplea con fines diversos: provocar, poner en duda un argumento, comprobar los conocimientos del receptor. Son preguntas que no buscan la respuesta de los lectores, sino, más bien, la adhesión del receptor para que éste se comprometa efectivamente con el punto de vista presentado.
- La REFUTACIÓN o NEGACIÓN. Con la refutación pretendemos demostrar que lo dicho por otra persona no es válido: se rechaza una idea a través de una nueva idea que sea contraria.
- La CONCESIÓN. Es una expresión que acuerda (o aparenta acordar) con la tesis contraria con algo en particular. Concede la razón en algún aspecto, pero dando a entender que aun así el emisor podrá sustentar victoriosamente su opinión. Las concesiones suelen resultar más efectivas que rechazar de plano un argumento adverso y logran potenciar el efecto de los contraargumentos que las continúan.