

EL TEXTO ARGUMENTATIVO

¿Qué es la argumentación?

Una **argumentación** es un texto que tiene como fin o bien persuadir al destinatario del punto de vista que se tiene sobre un asunto, o bien convencerlo de la falsedad o veracidad de una teoría, para lo cual debe **aportar determinadas razones**. Aparte de esta intención comunicativa, el texto argumentativo se caracteriza por una organización del contenido que lo define como tal: se presentan unas opiniones, que deben ser defendidas o rechazadas con argumentos, y que derivan de forma lógica en una determinada conclusión o tesis.

PARTES DE UN TEXTO ARGUMENTATIVO.

Son tres los elementos o partes en las que se divide generalmente una argumentación: una introducción, la **tesis**, el **cuerpo argumentativo** y la **conclusión**. A pesar de que la mayoría de los textos argumentativos suele presentar estos tres elementos, puede ocurrir que esté ausente alguno de ellos: la tesis, en muchos casos, es sustituida por una exposición inicial sobre el tema que se va a tratar. Es muy importante, por esta razón, señalar que el texto expositivo y argumentativo funcionan conjuntamente en el caso de la argumentación: no podemos defender ideas o situaciones sin haberlas puesto, previamente, en conocimiento de nuestro receptor.

La tesis

Es la idea fundamental en torno a la que se reflexiona; puede aparecer al principio o al final del texto y ocupa un párrafo, también al inicio o al final. En este último caso muchas veces se omite la conclusión por considerarse innecesaria, pues es la tesis la que ocupa su lugar.

Es muy importante que la tesis esté formulada de forma clara, dado que es el núcleo en torno al cual gira la argumentación que se va a desarrollar a continuación.

El cuerpo de la argumentación

A partir del planteamiento de la tesis, en un nuevo párrafo, empieza la argumentación propiamente dicha. Se van ofreciendo argumentos de distinto tipo, de los que hablaremos más adelante, ejemplos y otra serie de recursos que tienen como fin fortalecer la opinión defendida y refutar la contraria.

La refutación o rechazo de las ideas contrarias es de gran importancia, pues en ella puede encontrarse el éxito de nuestro objetivo (recordemos: convencer a los demás).

Debe prestarse especial atención a los argumentos que empleamos para rechazar ideas contrarias a la nuestra: podemos emplear la ironía, introducir elementos subjetivos, pero siempre desde el respeto y la tolerancia ante las ideas ajenas, sin caer en el insulto o comentarios despectivos que podrían ofender a alguna persona.

La conclusión

Constituye la última parte de nuestra argumentación. Recuerda que un buen principio es fundamental pero, en este caso, un buen final todavía lo es más. La conclusión recoge un razonamiento lógico derivado de la argumentación precedente: es muy importante que lo que formulemos al final sea coherente con todo lo anterior, de lo contrario, todo el esfuerzo realizado habrá sido inútil.

TESIS	CUERPO DE LA ARGUMENTACIÓN	CONCLUSIÓN
<ul style="list-style-type: none">- Idea fundamental que se defiende.- Debe formularse de forma clara.	Relación de argumentos para defender la idea planteada o refutar ideas contrarias a ella.	Cierre del texto, tras el razonamiento lógico derivado de la argumentación precedente.

Ejemplo de un texto argumentativo:

Ortografía en Internet: ¿llegó el fin de las reglas?

Por Matthias Erlandsen

La mensajería instantánea, la rapidez de publicación y un excesivo uso de anglicismos son los determinantes de que la ortografía en Internet esté cada vez más deteriorada.

Internet le está ganando al buen uso del lenguaje. No es un fenómeno que se esté dando únicamente en el español, sino que se ha trasladado a la mayoría de los idiomas. La rapidez con que se deben publicar los contenidos, la aparición de las redes sociales, los softwares de mensajería instantánea y -para el caso del castellano- la lucha por introducir palabras inglesas a como dé lugar en el léxico ya existente, han hecho que la calidad de los contenidos en línea se vaya deteriorando.

El fenómeno lleva mucho tiempo. De hecho, Gabriel García Márquez, en el I Congreso Internacional de la Lengua Española, hizo notar la inutilidad de la existencia de ciertas reglas ortográficas plasmándolas en un polémico discurso que proponía “jubilar la ortografía” y que algunos catalogaron de una burla, una broma o una decisión frívola del Premio Nobel.

Escribir de la forma correcta es un ejercicio que dejó de practicarse con la introducción masiva de los programas de mensajería instantánea y ahora, más recientemente, con las redes sociales. En un nuevo escenario donde la rapidez y la efectividad en la entrega del mensaje prima, se pierde la calidad del mismo, pasando por alto reglas y convenciones. Muchos abogan que la razón para acortar palabras o cambiar una letra por otra es la manera que se tiene de “personalizar el mensaje” cuando no se entrega cara a cara.

Pero, los errores ortográficos, ¿también son una personalización? Aunque a veces podemos cometer errores de tipeo, o simplemente saltarnos una tilde, los errores ortográficos más frecuentes vistos en Internet corresponden a la confusión de letras V-B, C-S-Z, Q-K, o algunas faltas de H. Estas son muchas veces inofensivas, pero pueden confundir al lector.

Las tildes son, sin duda, uno de los grandes baches en la web. Dado que los buscadores reconocen su falta o su mala ubicación dentro de la palabra, mucha gente ha optado por suprimirlos de su gramática, lo que a la larga genera posibles problemas para el lector al no poder comprender fácilmente el mensaje.

Álvaro Peláez, miembro de la Fundación del Español Urgente, dijo a El País que “en este proceso en que la escritura se convierte en pública, adquiere un valor diferenciador. Si leemos una opinión bien escrita, otra mal escrita y en ningún caso conocemos al autor, lo normal es hacerle más caso a la primera. Mucha gente es consciente de esto y hace el esfuerzo en mejorar”.

En una sociedad tan poco preocupada de estos detalles, respetar la ortografía es una carta de presentación completamente válida. De hecho, en los foros de discusión en línea corre el dicho “si no puedes con su argumento, métete con su ortografía”, demostrando que aún quedan personas preocupadas de recuperar el lenguaje en su forma original.

---- Introducción

---- Argumentación

---- Tesis

---- Conclusión

Estructura de los textos argumentativos

La forma en que estos apartados se presentan es muy variada, aunque hay una serie de estructuras básicas: inductiva, deductiva, encuadrada, repetitiva y en paralelo:

- Estructura inductiva: se parte de los hechos para establecer una idea general que los ratifique. Se presentan los diferentes argumentos y la tesis se presenta al final como conclusión del proceso argumentativo (es la estructura conclusiva o sintética).
- Estructura deductiva: se parte de la tesis inicial y se llega a una conclusión (es la estructura explicativa o analítica).

- Estructura enmarcada: se parte de una idea general, a la que siguen los argumentos. Estos generan la tesis al final (se denomina también enmarcada y circular)
- Estructura repetitiva: la tesis se repite a lo largo del texto (tanto esa tesis como los argumentos se intercalan sin un orden prefijado).
- Estructura en paralelo: se presentan diferentes tesis y se argumentan al mismo tiempo.

El orden de los argumentos

Es muy importante realizar una adecuada presentación y organización de los argumentos que queremos utilizar, de forma que facilitemos su comprensión al receptor. Estas son algunas indicaciones que debes tener en cuenta: Anteriormente vimos cómo se estructura la argumentación y dentro de la ARGUMENTACIÓN se hizo referencia a ciertas ESTRATEGIAS ARGUMENTATIVAS, también denominadas RECURSOS. Como hemos afirmado, se argumenta con el objetivo de convencer, persuadir o modificar ideas del receptor, por ello las estrategias o recursos argumentativos ayudan al emisor a reforzar su postura. En este cuadro revisaremos algunos de los recursos más habituales en la argumentación:

RECURSO	DEFINICIÓN	EJEMPLO
Ejemplificación	consiste en presentar un caso particular que sirva para ilustrar el punto de vista del emisor	"La crisis económica es un problema que preocupa a todos, por ejemplo Europa tiene países con una alta tasa de inflación"
Analogía	se comparan dos elementos que se relacionan por ser semejantes	"Las estatuas de los santos están solas y mudas; así deberían estar ciertas personas nocivas para el resto"
Cita de autoridad	se incluyen en el discurso las palabras de un especialista en el tema para apoyar con mayor fuerza la opinión del emisor	"Según Greenpeace la perforación del ártico ocasionará un daño irreversible para el planeta"

Pregunta retórica	es la clase de pregunta cuyo objetivo no es una respuesta por parte del receptor, sino que éste reflexione acerca de la misma.	"¿No sería importante reivindicar el proyecto solidario de los alumnos del secundario?"
Datos estadísticos	se utilizan para proporcionar información numérica real que ilustra una idea que se está sosteniendo	" 220 millones de correos electrónicos se envían en 24 horas"

TIPOS DE CONECTORES EN LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS:

Los conectores son nexos que unen y organizan la información de un texto. Al cumplir con esta función de "unir", los conectores proporcionan un significado a la información que relacionan, por esa razón existen diversos tipos de conectores: algunos unen una causa con su consecuencia, otros indican una relación de tiempo, otros sirven para organizar el discurso, entre otras clases de conectores

- **Organizadores:** son los que ordenan las ideas, algunos de ellos son: *en principio, en primer lugar; en segundo lugar; en síntesis, en suma, para concluir, en resumen, etc.*

Ejemplo: En primer lugar les corresponde de manera exclusiva la educación y concientización de todos los ciudadanos que habitan el territorio de esta Nación. (...) En segundo lugar deben utilizar los medios necesarios para detectar los delitos producidos en las rutas y calles y sancionar a los responsables de manera severa y con las penas correspondientes.

- **Causales:** Explican el por qué de lo que se afirma, es decir, remiten a la causa. Estos son: *porque, puesto que, ya que, debido a, a causa de, etc.*

Ejemplo: Las redes sociales contribuyeron a la solución del problema porque se sumaron a la campaña de difusión.

En este ejemplo el efecto o consecuencia es que *las redes sociales contribuyeron a solucionar el problema* y la causa es que *se sumaron a la campaña de difusión*.

- **Consecutivos:** indican la consecuencia producida por una determinada causa. Algunos conectores consecutivos son: *por lo tanto, en consecuencia, por consiguiente, así pues, etc.*

Ejemplo: El tema no fue tratado en la última reunión del año, por lo tanto no se podrá aumentar el valor de la inscripción.

- **Adversativos:** estos conectores señalan una oposición, un impedimento a la idea que la precede. *pero, sin embargo, no obstante, etc.*

Ejemplo: Los nuevos montos de las multas son muy elevados, sin embargo no se disminuyeron las infracciones.

¿Cómo se elabora un texto argumentativo?

Para elaborar un texto argumentativo necesitamos:

- **Una tesis** (el tema de que va a tratar la argumentación).
- **Un título** (preferentemente un Sintagma Nominal).
- **Tres párrafos (separados cada uno de ellos por un espacio):**
 - **Párrafo 1: Exposición de la tesis.** Aparece la palabra clave o tesis de la argumentación.
 - **Párrafo 2: Argumentación.** Se exponen los tipos de argumentos que se crean convenientes.
 - **Párrafo 3: Conclusión.** Breve resumen del texto argumentativo. En él vuelve a aparecer la tesis y se puede repetir o redactar algún nuevo argumento.
- **Argumentos** (párrafos dos y tres)
 - Dos argumentos a favor.
 - Dos argumentos en contra.
 - Un argumento de experiencia personal (opcional).
 - Un argumento que se considere lógico y razonable (opcional).
 - Un argumento que sirva como ejemplo (opcional).
 - Un argumento de la mayoría (opcional).
 - Argumento de autoridad (opcional).
- **Conectores textuales** (en los párrafos dos y tres).

Estos son los ingredientes que los alumnos deben memorizar y aprender si quieren llevar a cabo un buen texto argumentativo. De hecho, esta "receta" se puede explicar en cualquier nivel educativo, ya que en función del curso se puede ampliar la extensión, los argumentos, los conectores textuales...

Algunos consejos para redactar tu texto...

- **Evita las divagaciones y los juegos de palabras:** céntrate en la idea que vas a defender y en la exposición clara de los argumentos que utilices; que no se conviertan en palabras sin sentido.
- **Utiliza párrafos para distribuir y organizar cada uno de los argumentos:** los párrafos tienen la ventaja de presentar la información esencial de una idea con los argumentos a favor o en contra. Si el texto está adecuadamente dividido en párrafos es más fácil de leer y de interpretar por el receptor o receptores.
- **Relaciona los distintos párrafos empleando conectores:** son los indicadores de que el razonamiento y el proceso argumentativo siguen un orden lógico. Los párrafos no funcionan aisladamente, sino que forman parte de un conjunto, al que contribuyen dando unidad y sentido global al texto. Entre ellos pueden existir distintos tipos de relación: oposición, causa-consecuencia, etc.

- El empleo de la **primera persona gramatical** (*yo* o *nosotros*), dado que se expresa una opinión propia, en algunos casos incluso sentimientos y emociones.
- Suelen predominar **sustantivos abstractos** de acuerdo con el tema que se trate: pueden ser de tipo teórico o científico.
- Es frecuente el uso de **verbos que expresan voluntad** (*gustar, querer, desear,...*); **verbos de dicción** (*decir, preguntar, manifestar,...*), y **de pensamiento** (*creer, opinar, pensar,...*).
- A veces se emplea la **interrogación retórica** para llamar la atención del receptor e invitarlo a la reflexión sobre el tema en cuestión.
- Predominio de **oraciones largas** que expresan causa, consecuencia, condición,...
- Empleo de **adjetivos valorativos**, pues se expresa una opinión o juicio subjetivo.

