

## LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS

El texto argumentativo tiene como objetivo expresar opiniones o rebatirlas con el **fin de persuadir** a un receptor. El objetivo de la argumentación es conseguir que el receptor se sitúe **a favor o en contra** de una idea determinada, e incluso que actúe: que asista un espectáculo porque la crítica es favorable, por ejemplo, o que vote determinada opción política porque los argumentos del político le han convencido. Por ello exige del emisor un conocimiento global del tema y de las técnicas de persuasión, esto es, de estrategias para modificar las ideas del receptor. Además de la función referencial, que domina en la parte en que se expone las ideas básicas, se da la función conativa, característica en el desarrollo de los argumentos.

La argumentación se da en temas que se prestan a discusión o bien que pueden contemplarse desde puntos de vista diversos; lo que equivale a decir que, en general, aparece en muchos y muy variados textos como, por ejemplo, en textos científicos o periodísticos. Son textos argumentativos, entre muchos otros: el ensayo, la oratoria política y judicial (así, la defensa de un abogado ante el juez), algunos recursos de la publicidad, artículos de opinión y editoriales, cartas al director y artículos de crítica cultural (cinematográfica, teatral, deportiva...). En la lengua oral, además de aparecer con frecuencia en la conversación cotidiana (aunque sin mucha elaboración y con poco rigor), es la tipología dominante en los debates, coloquios o mesas redondas.

El texto argumentativo no suele darse puro, sino acompañado, sobre todo, de la exposición, con el fin de presentar el tema sobre el que se va a debatir, y también, en ocasiones, para hacer más objetiva la argumentación. Ambas formas pueden confundirse; pero mientras que la exposición se limita a mostrar, la argumentación intenta demostrar, convencer o cambiar una idea (tesis) anterior.

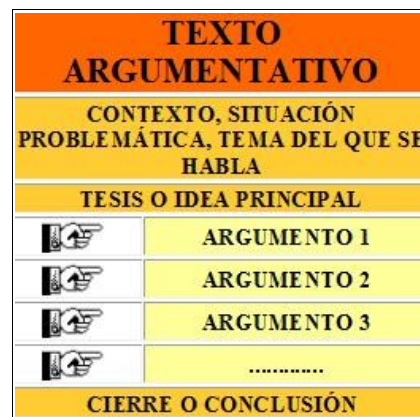
La selección de la información depende del asunto de que se trata (del que debemos tener un buen conocimiento) y de la situación. En cuanto a esta última, son especialmente importantes los conocimientos previos, ideas o creencias del receptor, porque si se trata de convencerlo, es necesario que tengamos claro su punto de partida. En la argumentación, además, el emisor debe prever los contraargumentos que pueda necesitar, para lo cual hay que tener bien presente al posible receptor de nuestro texto (nos sea o no conocido); es decir, la argumentación pide que nos hagamos una idea (hipótesis) de cómo es el destinatario de nuestro texto.

Resumiendo, diremos que **argumentar es presentar razones para fundamentar alguna idea u opinión sobre un tema**. Hay que tener en cuenta que cualquier argumentación puede orientarse en dos direcciones, **confirmación** o **refutación**, según se aporten razones o argumentos para probar la verdad o la falsedad de una idea, respectivamente. Esa idea o eje central del texto argumentativo recibe el nombre de **tesis**. No olvidemos que cuando intentamos convencer a una persona o grupo sobre una determinada idea es porque hay otras formas de verla. Muchas veces este proceso es polémico, pues depende de las ideas previas del emisor o del receptor.

## Estructura de los textos argumentativos

El texto argumentativo suele organizar el contenido en tres apartados: introducción, desarrollo y conclusión. Presenta las particularidades siguientes:

- a) **Introducción.** Se suele partir de una breve exposición donde acostumbra presentarse la **tesis**, que es la idea sobre la que se va a tratar y que se quiere demostrar o refutar; puede coincidir total o parcialmente con la conclusión final. La tesis puede estar asimismo implícita a lo largo del texto.



- b) **Desarrollo.** Es la parte donde aparece el cuerpo de la argumentación y en donde se van aportando los argumentos, es decir, las razones para confirmar o rechazar la tesis. De los argumentos, pueden surgir conclusiones parciales que, a su vez, dan lugar a nuevos argumentos. Lo fundamental es que el emisor debe mostrar su capacidad de razonamiento mediante diversos procedimientos. Los más frecuentes son:

- De autoridad, cuando apoyamos nuestras razones con argumentos de una persona o institución de reconocido prestigio. Incluiremos aquí documentos, datos o testimonios debidamente comprobados. De este modo, si el destinatario está en contra de la postura del emisor, ahora también estará en contra de una personalidad importante, añadiéndole una carga más para que acepte su visión.
- **Presunción:** se basa en el principio de verosimilitud.
- **Analógico:** este tipo de argumento compara el punto de vista que se quiere imponer con otro hecho de similar naturaleza para una mejor comprensión.
- **Del sentir de la sociedad,** si nuestros argumentos coinciden con la opinión de la mayoría (a nadie le gusta...; todos, sabemos...; muchos estaremos de acuerdo..., etc.). Podríamos incluir aquí proverbios, metáforas, frases famosas, anécdotas, refranes y sentencias.
- **Probabilidades:** Este tipo de argumento es el más científico, fundamentándose en datos estadísticos de fuentes fidedignas.
- **De la experiencia individual,** fruto de las vivencias del emisor.

- c) **Conclusión.** En este apartado, se vuelve a la tesis inicial para reforzarla, se resume el desarrollo de los argumentos o bien se aportan elementos nuevos para tratar en un futuro.

Si la tesis se expone al principio y, a continuación, se desarrollan los argumentos a favor o en contra, la estructura se llama **analítica**. Si la tesis se expone al final, después de los argumentos, la estructura es **sintética**. Se pueden mezclar, también, ambas estructuras: la tesis aparece al principio, se aducen pruebas y razonamientos y se termina con una síntesis o conclusión que recoge la tesis. Esta estructura, que es la más frecuente, recibe la denominación de **encuadrada**.

### Un ejemplo sencillo de texto argumentativo:

*El hombre, desde su origen, guiado por unas miras que pretenden ser prácticas, ha ido enmendando la plana a la Naturaleza y convirtiéndola en campo.*



*El hombre, paso a paso, ha hecho su paisaje, amoldándolo a sus exigencias. Con esto, el campo ha seguido siendo campo, pero ha dejado de ser Naturaleza. Mas, al seleccionar las plantas y animales que le son útiles, ha empobrecido la Naturaleza original, lo que equivale a decir que ha tomado una resolución precipitada porque el hombre sabe lo que le es útil hoy, pero ignora lo que le será útil mañana. Y el aceptar las especies actualmente útiles y desdeñar el resto supondría, según nos dice Faustino Cordón, sacrificar la friolera de un millón de especies animales y medio millón de especies vegetales, limitación inconcebible de un patrimonio que no podemos recrear y del que quizá dependieran los remedios para el hambre y la enfermedad de mañana.*

*Así las cosas, y salvo muy contadas reservas, apenas queda en el mundo Naturaleza natural.*

Miguel Delibes, *Un mundo que agoniza*.

### Comentario:

Podemos comprobar que el texto, dividido en tres párrafos, se ajusta al modelo básico de texto argumentativo. En el primero, se expone la tesis: el ser humano modifica la Naturaleza y se aparta de la misma. El segundo párrafo contiene las razones que apoyan la tesis inicial: el hombre busca beneficiarse de la Naturaleza mediante la selección de plantas y animales que le son útiles, sin pensar en las consecuencias negativas para el futuro; de esta manera, desaparecen especies vegetales y animales en un proceso sin retorno. El tercer párrafo reafirma la tesis inicial. La estructura es encuadrada (tesis-argumentos-tesis).

### Veamos otro ejemplo de texto argumentativo :

*De hecho, casi todo el mundo está convencido de que la tecnología es un amigo fiel. Hay dos razones para que sea así: en primer lugar, la tecnología es un amigo, hace que la vida sea más fácil, más limpia y más larga -¿quién puede pedirle algo más a un amigo?--; y, en segundo lugar, debido a su prolongada relación con la cultura, la tecnología no propicia un análisis minucioso de sus propias consecuencias. Es el tipo de amigo que nos pide confianza y obediencia, exigencias, que la mayoría de la gente se inclina a conceder porque sus regalos son verdaderamente generosos. Pero, por supuesto, también presenta un lado oscuro; sus regalos no dejan de tener un precio muy alto. Planteado en los términos más dramáticos, se puede formular la acusación de que el crecimiento sin control de la tecnología destruye las fuentes esenciales de nuestra humanidad, crea una cultura sin fundamentación moral y socava algunos de los procesos mentales y de las relaciones sociales que hacen que una vida humana merezca ser vivida. En definitiva, la tecnología es tanto un amigo como un enemigo. (Neil Postman)*

**Comentario:**

Este texto presenta la particularidad de que la tercera parte (conclusión) no es exactamente idéntica a la tesis inicial.

- Introducción. Tesis: casi todo el mundo considera que la tecnología es beneficiosa para los seres humanos. Ocupa la primera oración del texto.
- Desarrollo. Presenta dos argumentos, uno a favor (la tecnología hace que nuestra vida sea más fácil y agradable) y uno en contra (la tecnología sin control puede destruir las fuentes naturales y la estabilidad de las relaciones sociales).
- Conclusión. La última oración del texto modifica la tesis inicial, al indicar que la tecnología puede ser tanto beneficiosa como negativa.

La estructura es encuadrada (tesis-argumentos-tesis modificada parcialmente).

**Ejemplo de texto argumentativo en función conativa:**

*Que la misión de la publicidad es potenciar el consumo de determinados productos sirviéndose de textos e imágenes para intentar captar a los potenciales compradores es algo obvio y asumido. Que para ello se sirva de estereotipos que degradan la imagen de la mujer reduciéndola a un mero objeto sexual o a una caricatura de lo que se entiende por ama de casa es algo que muchas mujeres no asumimos y, además, nos indigna. Recientemente, dos anuncios que aparecen en este periódico nos muestran a las mujeres bien como una ama de casa agresiva con rulos, rodillo y sartén en las manos con gesto amenazador para anunciar una firma de puros, bien como un ser diabólico, eso sí, tremendamente atractivo, con una serpiente en la mano que amenaza la seguridad del pobre varón para anunciar un coche. ¿Qué pasa con la imaginación de los publicistas? ¿Qué pasa con el Instituto de la Mujer y su observatorio de la publicidad? (Concha Fernández)*

**Comentario:**

- Introducción: presenta de una manera polémica que la publicidad muestra unos estereotipos negativos de la mujer para potenciar el consumo de determinados bienes.
- Desarrollo: se sirve de dos ejemplos gráficos que demuestran esta imagen negativa (falsa y ridícula) que da la publicidad a las mujeres:
  - *Ama de casa agresiva que anuncia puros.*
  - *Ser diabólico con una serpiente en la mano que vende coches.*
- Conclusión: llamada a los publicistas y al Instituto de la Mujer para que hagan algo para subsanar el problema.

Este texto argumentativo presenta una estructura analítica, con la tesis al principio; los argumentos se basan en la experiencia personal, compartida, en este caso. En la conclusión, formada por dos interrogaciones retóricas, la autora pide una modificación de estos procedimientos negativos de la publicidad (función conativa).

## Redactar argumentaciones

Para redactar argumentaciones o cualquier otro tipo de escrito, seguiremos los pasos siguientes:

1. **Tomar notas en borrador:** tesis, argumentos, conclusión.
2. **Organizar las ideas** de una manera coherente.
3. **Redactar el texto.**
4. **Revisar el texto:** estilo, aspectos gramaticales, ortografía.

### Tabla de autoevaluación

Una vez redactado el texto, es importante repasarlo. Para ello podemos utilizar la tabla siguiente de autoevaluación:

1. Tema y estructura	Sí	No
a) Presenta una tesis		
b) Desarrolla la tesis con argumentos adecuados		
c) Hay una conclusión		
d) Se mantiene la unidad y no se aparta del tema		
2. Sintaxis textual		
a) Las ideas se expresan con claridad		
b) Hay concordancia entre los elementos gramaticales		
c) El escrito es coherente y lógico		
d) Las ideas se entienden con facilidad		
3. Léxico		
a) El vocabulario es variado y no hay repeticiones innecesarias de palabras		
b) El párrafo está redactado con precisión: se usan las palabras con su significado exacto, según corresponde a la idea.		
c) Se ha redactado con concisión, sin rodeos		
4. Corrección		
a) Ortografía perfecta (incluidos los acentos)		
b) Corrección en el uso de los signos de puntuación.		
c) Mayúsculas y minúsculas usadas correctamente.		

### Tabla comparativa de tipologías textuales diferentes

Veamos en la siguiente tabla las diferencias que existen entre los diversos tipos de textos: narrativos, descriptivos, dialogados, expositivos y argumentativos.

Tipología / Características	Narración	Descripción	Diálogo	Exposición	Argumentación
<b>Función</b>	Relata hechos que suceden a unos personajes	Cuenta cómo son los objetos, personas, lugares, animales, sentimientos...	Reproduce literalmente las palabras de los personajes.	Explica de forma objetiva unos hechos.	Defiende ideas y expresa opiniones.
<b>Responde a</b>	¿Qué pasa?	¿Cómo es?	¿Qué dicen?	¿Por qué es así?	¿Qué pienso? ¿Qué te parece?
<b>Modelos</b>	Novelas, cuentos, noticias...	Guías de viaje, novelas, cuentos, cartas, diarios...	Piezas teatrales, diálogos en cuentos y novelas, entrevistas...	Libros de texto, artículos de divulgación, enciclopedias...	Artículos de opinión, críticas de prensa...
<b>Tipo de lenguaje</b>	Verbos de acción.	Abundancia de adjetivos.	Acotaciones, guiones, comillas...	Lenguaje claro y directo.	Verbos que expresan opinión.