

SOBRE EL TEXTO ARGUMENTATIVO (material complementario)

Los textos argumentativos son aquellos en los que un emisor pretende convencer de algo a su receptor. No constituyen, por tanto, discursos objetivos, sino subjetivos, ya que intentan influir con su opinión en el ánimo o la conducta de aquellos a quienes van destinados.

En general, **en este tipo de textos pueden distinguirse tres partes:**

TESIS	✓ Es la idea que se quiere defender y sobre la que se argumenta o reflexiona.
DESARROLLO	✓ Llamado también cuerpo argumentativo , está integrado por el conjunto de razones que se dan para avalar la tesis.
CONCLUSIÓN	✓ Tramo final en donde se suele confirmar la tesis una vez discutida y probada por los argumentos presentados en su defensa.

A modo de ejemplo, proponemos la lectura del texto que sigue¹:

TESIS	<i>Existe una dependencia televisiva similar en muchos aspectos a la dependencia del alcohol y otras adicciones.</i>
CUERPO ARGUMENTATIVO	<p><i>En el último boletín de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes, se recoge un interesante estudio de un instituto norteamericano (el John Watson Institute, de Colorado), en el que se califica a la televisión como una droga adictiva más. De acuerdo con este informe, el consumo de televisión supera con creces los síntomas utilizados en los diagnósticos clínicos para definir una adicción.</i></p> <p><i>Entre otros síntomas, dicho estudio señala la visión indiscriminada de todo lo que ofrece la pequeña pantalla, sentirse incómodo y débil a cualquier hora cuando no se ve el televisor o sentirse mal con uno mismo por excederse en el consumo.</i></p> <p><i>Un reciente estudio de la Universidad de Nuevo México ha revelado que entre el 2% y el 12% de los televidentes, se consideran personalmente “teleadictos” y se sienten desgraciados con este “vicio” del que, según sus declaraciones, no son capaces de salir por sus propios medios.</i></p> <p><i>Entre otros testimonios, el estudio norteamericano recogía los siguientes: un ama de casa cuyo consumo televisivo superaba las noventa horas afirmaba que “estoy en casa todo el día y la televisión da sentido a lo que hago” o “si te descuidas, la televisión llega a ser como un compañero de trabajo para mí”.</i></p> <p><i>Por otra parte, algunos sociólogos creen que el niño que ha crecido ante un televisor, cuando madura, se convierte en un adulto marcado durante toda su vida por una importante atrofia cultural. Los estímulos ante los cuales responde, casi exclusivamente, son audiovisuales, mientras que ante la lectura y la cultura escrita permanece bastante insensible. Esto le originaría un empobrecimiento en su capacidad para entender las cosas porque el lenguaje concreto de la imagen es infinitamente más pobre que el de la palabra, más conceptual y abstracto. El acto de ver estaría atrofiando la capacidad de entender.</i></p>
CONCLUSIÓN	<i>En definitiva, dado que puede ser causa tanto de fracaso personal e infelicidad como de problemas de relaciones sociales e incluso de salud, un consumo moderado y responsable de televisión es la mejor forma de combatirlo.</i>

¹ El texto está extraído del manual: AYALA FLORES, O.-MARTÍN DAZA, C., *Lengua castellana y literatura 2º de ESO*, Madrid, Akal, 2012, vol. 3, p. 41.

Es, no obstante, frecuente que el enunciado de la tesis vaya precedido por una introducción en la que se plantea el problema objeto de debate; o que la argumentación arranque directamente, aduciendo una serie de hechos sin especificar cuál es la idea que se desea apoyar hasta el final, como remate de todo lo que se haya dicho antes. Incluso, a veces, esta se deja implícita, sin verbalizar, para que sea el lector quien la deduzca por sí mismo. Así pues, cabe diferenciar **tres tipos de argumentaciones**:

- a) **Deductiva**: se expone primero la tesis y luego se encadenan los argumentos.
- b) **Inductiva**: se desarrollan los argumentos y se concluye con la tesis.
- c) **Enmarcada**: se plantea la tesis, se continúa con las razones para avalarla y se cierra reformulándola a modo de conclusión.

Para que el punto de vista del emisor sobre el asunto motivo de discusión o análisis resulte convincente, tiene que basarse en razones firmes, en argumentos sólidos. Existen muchos tipos de argumentos. Entre los más utilizados, cabe distinguir:

- **Argumentos de autoridad**: son testimonios fidedignos, opiniones y citas extraídas de personas reconocidas por su dominio de la materia:

Porque, como ya dijo Simone de Beauvoir, la famosa filósofa francesa y gran defensora de los derechos de la mujer: “La burguesía conservadora sigue viendo en la emancipación de la mujer un peligro que amenaza su moral y sus intereses. Ciertos varones temen la competencia femenina”.

- **Argumentos de hechos, datos y cifras**: son objetivos y tienen una gran fuerza de persuasión ya que obligan a quien defienda la idea contraria a demostrar que no son reales o a desmentirlos con otros del mismo calibre:

En general, según las estadísticas, las mujeres cobran por término medio un veinte por ciento menos que los hombres en puestos de trabajo semejantes.

- **Los ejemplos** también pueden servir como argumentos objetivos ya que parten de hechos concretos que se presentan para confirmar que algo se cumple en la realidad:

Lo cierto es que muchos sectores laborales están vedados a las mujeres. Es revelador, por ejemplo, que en las compañías aéreas el puesto de piloto comercial esté reservado en exclusiva para los hombres, mientras que son mayoritariamente mujeres quienes sirven la comida y el café a los pasajeros.

En ocasiones los ejemplos remiten a la experiencia personal del emisor, aunque su fuerza argumentativa es menor:

Mi madre, sin ir más lejos, que trabaja en una fábrica de zapatos, cobra doscientos euros menos que sus compañeros de sección, y eso que hacen el mismo trabajo.

- **Argumentos racionales**: son aquellos que se basan en la relación entre dos o más ideas, de modo que, si se acepta una de ellas, se ha de aceptar necesariamente la otra:

Una forma de medir el nivel de igualdad o equilibrio entre dos colectivos sociales es determinar el grado de participación de cada uno de ellos en los puestos de mayor responsabilidad (económica, política, cultural, etc.). En España la gran mayoría de los altos cargos políticos y empresariales están ocupados por hombres, luego es evidente que la mujer se encuentra de hecho socialmente discriminada.

Esto es lo que se llama *razonar*: encadenar ideas que se saben ciertas para desembocar en otra validada por la fuerza del *razonamiento*. Los argumentos racionales son muy eficaces, pero tienen que estar bien contruidos para que conduzcan de manera lógica a la tesis.

- **Argumentos analógicos:** consisten en establecer un parecido entre dos realidades: la que se quiere probar y otra que el interlocutor acepta como cierta. Si son, en efecto, semejantes, lo que se dice sobre la primera ha de valer también para la segunda:

Aunque sea por motivos diferentes, la situación laboral de muchas mujeres en nuestro país es muy similar a la de los inmigrantes: como ellos, han de aceptar trabajos de inferior categoría y cobrar por ellos sueldos más bajos.

Pese a que hay textos argumentativos muy diversos y pueden aparecer en contextos muy diferentes que condicionan su tono y estilo, podemos señalar algunas características lingüísticas comunes a la mayoría y que deben ser tenidas en cuenta por quienes hayan de redactar una argumentación:

- a) Es muy frecuente incluir fórmulas en primera persona para expresar la opinión, pero en ningún caso es conveniente abusar de ellas (*Yo creo que, en mi opinión, ...*). En lugar de la del singular puede acudirse a la del plural (*Consideramos que...*), a estructuras con SE + verbo en 3ª persona (*Se valora, por ello, positivamente que la situación haya cambiado...*) o impersonales.
- b) Puede apelarse al receptor (*Pensaréis que estoy equivocado, pero...*) cuya aprobación se busca para involucrarlo en el desarrollo de la argumentación. Se utilizan con ese propósito verbos en segunda persona o interrogaciones (*¿Les parecería adecuado semejante planteamiento?*), un recurso habitual en los artículos de opinión de la prensa periódica.
- c) Suele aparecer un léxico valorativo y connotativo (*Es urgente luchar contra el peligroso aumento de casos de ese tipo*). De todos modos, los argumentos con mayor poder de convicción son aquellos que se muestran con un estilo más objetivo para transmitir la idea de que no son fruto de un análisis particular y, por tanto, fácilmente cuestionable.
- d) Es imprescindible hacer un buen uso de los conectores para que las ideas queden enlazadas y se sucedan de un modo lógico. Puede resultar útil recordar algunos de los más socorridos tanto en esta tipología como en la de los textos expositivos con los cuales acostumbran a combinarse los discursos argumentativos:

PARA INICIAR EL TEXTO	<i>EN PRIMER LUGAR; PARA EMPEZAR; ANTES QUE NADA...</i>
DE ENUMERACIÓN (PARA INDICAR EL ORDEN DE LAS IDEAS)	<i>EN PRIMER LUGAR (. . .), EN SEGUNDO (. . .); POR UNA PARTE (. . .), POR OTRA (. . .); DE UN LADO (. . .), DE OTRO (. . .); A CONTINUACIÓN...</i>
PARA DIFERENCIAR ASPECTOS O APARTADOS	<i>POR UN LADO.... POR OTRO....; ESTOS....AQUELLOS; EN RELACIÓN CON...; RESPECTO A....; EN CUANTO A...</i>
DIGRESIVOS	<i>POR CIERTO; A PROPÓSITO...</i>
PARA CERRAR EL TEXTO	<i>PARA FINALIZAR; EN FIN; POR FIN; PARA TERMINAR; EN ÚLTIMO TÉRMINO; COMO COLOFÓN...</i>
DE REFORMULACIÓN (PARA HACER ALGUNA ACLARACIÓN)	<i>ES DECIR; ESTO ES; O SEA; EN OTRAS PALABRAS...</i>
DE RECTIFICACIÓN	<i>AL CONTRARIO; POR EL CONTRARIO; MEJOR DICHO</i>
PARA INTRODUCIR EL PROPIO PUNTO DE VISTA	<i>DESDE NUESTRO (MI) PUNTO DE VISTA; EN MI (NUESTRA) OPINIÓN; DESDE ESTA PERSPECTIVA...</i>
DE EJEMPLIFICACIÓN	<i>ASÍ; POR EJEMPLO; PARA ILUSTRAR ESTO,</i>
PARA RESUMIR Y CONCLUIR	<i>EN SUMA; EN RESUMIDAS CUENTAS; RECAPITULANDO; EN CONJUNTO...</i>

Cuando se trata de argumentar, además, pueden resultar útiles:

DE ADICIÓN DE IDEAS	<i>Y, TAMBIÉN, ASIMISMO, PARA CONTINUAR, ADEMÁS, EN ESA MISMA LÍNEA, A ESTE RESPECTO, COMO HEMOS DICHO, IGUALMENTE, DEL MISMO MODO, EN EFECTO, A PROPÓSITO, DE ESTA FORMA, POR CIERTO...</i>
PARA INSISTIR O CULMINAR UN RAZONAMIENTO	<i>MÁS AÚN, Y LO QUE ES MÁS, INCLUSO, HASTA, PARA COLMO...</i>
PARA INDICAR OPOSICIÓN O CONTRASTAR IDEAS	<i>PERO, SIN EMBARGO, A PESAR DE, SI BIEN, DE OTRO MODO, AHORA BIEN, EN CONTRASTE CON ESTO, AL CONTRARIO, POR EL CONTRARIO, DE TODAS MANERAS, AUNQUE, AHORA BIEN...</i>
EXPONER LAS CAUSAS	<i>PORQUE, A CAUSA DE, ES POR ELLO POR LO QUE, YA QUE, DADO QUE, CON MOTIVO DE...</i>
PLANTEAR LAS CONSECUENCIAS	<i>POR TANTO, POR CONSIGUIENTE, ASÍ QUE, PRECISAMENTE, POR ESO, DE AHÍ QUE, DE MANERA QUE, DE SUERTE QUE...</i>
INTRODUCIR CONDICIONANTES	<i>A CONDICIÓN DE QUE, CON TAL DE QUE, SOLO CON (QUE), SIEMPRE QUE, SIEMPRE Y CUANDO...</i>
EXPRESAR LA FINALIDAD	<i>PARA, PARA QUE, CON VISTAS A QUE, A FIN DE QUE, CON EL OBJETIVO DE...</i>