

# Aula 9

## LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS

### **META**

Construir un argumento según un punto de vista.

### **OBJETIVOS**

Al fin de esta clase, el alumno deberá:  
Orientar hacia la elaboración de los textos argumentativos.

### **REQUISITOS PRÉVIOS**

Conocimiento previo sobre la estructuración del proceso de la escrita, cohesión y coherencia. Conocimientos de las clases 1,2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8 sobre el texto disertativo y el argumentativo.

**Lara Emanuella da Silva Oliveira**  
**Karoline Queiroz Correia Menezes**  
**Valéria Jane Siqueira Loureiro**

## INTRODUCCIÓN

Para empezar

Caro (a) alumno (a),

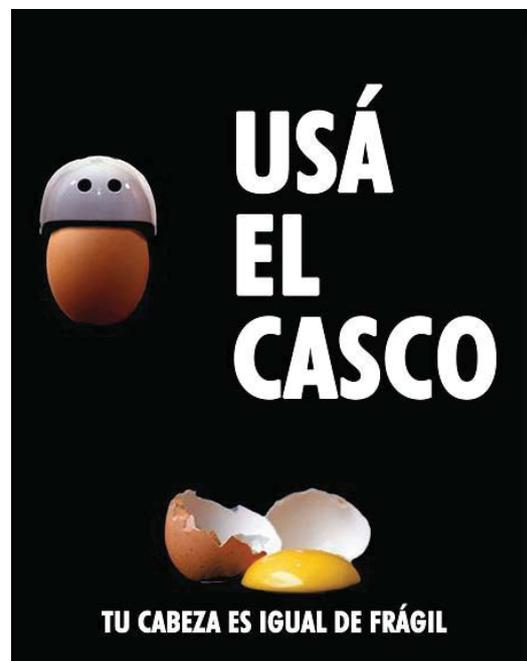
En esta clase haremos un repaso sobre la estructura de los textos argumentativos. Es importante recordarles que estos textos pueden tener diversas superestructuras, pero que ellos suelen dividirse generalmente en: introducción, desarrollo y conclusión.

¡Buen estudio!

### LEE LAS IMÁGENES A SEGUIR Y DESPUÉS CONTESTA LAS PREGUNTAS ABAJO



Vida o Sida. Autor: Campaña publicitaria de la Secretaría de Turismo de la República Dominicana – (Fuente: <https://www.delen-gua.es/curso-espanol-espana>). Accedido el 01/12/2017.



Usa el casco. Autor: Campaña publicitaria de la municipalidad de Malabrigo – (Fuente: <http://www.paralelo28.com.ar>). Accedido el 01/12/2017.

### AHORA CONTESTA

1. ¿Qué trata las imágenes?
2. ¿A quién se dirigen?
3. ¿Qué género textual es este?
4. ¿Cómo se explica estas campañas? Exponga por lo menos 2 motivos para ellas.

*Construyendo conceptos*

La argumentación forma parte de nuestra vida cotidiana. Su presencia es altamente frecuente en las diversas situaciones de comunicación que atravesamos. Se halla en las discusiones con amigos, familiares y otras personas con las cuales intercambiamos a diario problemas comunes; en los textos publicitarios; en los debates públicos acerca de temas polémicos a través de los editoriales, cartas de lectores, programas periodísticos; en los tribunales; etc

El discurso argumentativo constituye un conjunto de razonamientos acerca de uno o varios problemas con el propósito de que el lector o el oyente acepte o evalúe ciertas ideas o creencias como verdaderas o falsas y ciertas opiniones como positivas o negativas.

Los textos argumentativos suelen tener diversas superestructuras, pero generalmente se organizan del siguiente modo:

**Introducción:** se inicia con la identificación del tema o problema y una toma de posición o formulación de la tesis;

**Desarrollo:** se presentan los diferentes argumentos esgrimidos para justificar esa tesis;

**Conclusión:** se cierra con una reafirmación de la posición adoptada. Esta estructura canónica puede sufrir transformaciones: el punto de partida puede estar sobreentendido, la conclusión puede quedar implícita porque se impone como evidencia, etc.

Las estrategias desplegadas por el autor pueden clasificarse tomando en cuenta, fundamentalmente, si apelan a:

- La razón (predominio de la “objetividad”), construyendo así un discurso convincente: cita de autoridad (de un científico o personaje famoso), opinión de un especialista, definición, ejemplificación, descripción detallada y precisa de un producto o idea, analogía o comparación con elementos afines, generalización (“el sentir general de la sociedad”), relato de diferentes etapas de una investigación, minuciosa enumeración de fuentes de información, testimonios creíbles, prueba estadística, etc.

- La sensibilidad (predominio de la “subjetividad”), que da lugar a un discurso persuasivo: acusación a los oponentes, descalificación, ironía, insinuación, advertencia sobre implicancias y consecuencias indeseadas, desmentida, concesión, promesa de beneficios asociados con deseos o fantasías, etc.

Para llevar a cabo las diferentes estrategias en virtud de sus

intencionalidades, el que argumenta apela a diversos recursos que ofrece el sistema de la lengua que le permiten expresarse de una manera adecuada. Uno de los recursos lingüísticos específicos utilizados para expresar y encadenar los razonamientos son los organizadores textuales lógico-argumentativos. Estos ponen en evidencia, en la superficie del texto, la función de la estrategia utilizada. Así, si un argumento comienza con un “si bien” o un “sin embargo” o un “aunque” podemos anticipar que se utilizará el procedimiento argumentativo concesivo que implica aceptar objeciones parciales a afirmaciones o conceptos. Si leemos o escuchamos un argumento iniciado con un “no es cierto que” o “contrariamente a” o “es necesario aclarar que” podemos suponer que la estrategia utilizada será la desmentida que tiene como objetivo descartar la validez de un argumento opuesto.

Otra herramienta lingüística fundamental es el uso de modalizadores, que tienen la función de marcar la subjetividad del escritor o del hablante, como los adverbios “quizá, evidentemente, seguramente, sin duda, desgraciadamente, etc.”, los adjetivos calificativos “espantoso, inusual, etc.” o los verbos “creo que, pienso que, me parece que, supongo que, dudo que, etc.”.

PERELMAN (2001)

## CONCLUSIÓN

A partir de todo lo estudiado en esta clase, podemos concluir que la argumentación es un tipo textual que está en nuestro cotidiano. Su utilización hace parte en diferentes aspectos de nuestras vidas, sea ella oral o escrita. En la clase, dimos foco al uso en el lenguaje escrito, dado que nuestra asignatura es la Expresión Escrita en lengua Española. La argumentación nos sirve de manera directa para que consigamos hacer valer nuestras opiniones y formas de pensar sobre determinado asunto.



## RESUMEN

En resumen, aprendimos como se da la construcción de argumentos para sostener nuestros puntos de vista y opiniones. Logramos conocer más sobre los textos argumentativos y cómo construirlos basados en los elementos que lo estructuran. La argumentación, como tipo textual, se hace presente en varios géneros textuales, entre ellos, la publicidad, el ensayo,

el artículo (periodístico o académico), todos forman parte del mundo de la escrita en lengua española. Los géneros textuales están involucrados en el día a día como en el nivel académico. Logramos aprender a construir argumentos para defender una opinión o un punto de vista.



### ACTIVIDADES

Manos a la obra

Ahora te toca a ti.

Busca en internet una imagen con la cual vas a hacer una campaña publicitaria, donde vas a explicarla con un texto argumentativo, en lo cual vas a exponer los argumentos que explique el tema, la imagen y la importancia de esta campaña para los lectores.

En caso de duda, no dejes de buscar la ayuda de su tutor.

En el Foro de Dudas, podrás sacar las dudas con su tutor, sobre el tema de la clase y las actividades vinculadas. ¡No dejes de participar!

### COMENTARIO DE LA ACTIVIDAD

En esta actividad el alumno debe trabajar su poder de persuasión a través de la argumentación. Las campañas publicitarias intentan a todo momento convencer al lector de algo, para eso el publicitario hace uso de estrategias de lenguaje para alcanzar su objetivo.



### AUTOEVALUACIÓN

Después de esta clase, ¿Soy capaz de crear argumentos para defender un punto de vista? ¿Puedo identificar argumentos? Si tus respuestas son negativas, vuelve a leer la clase, contesta la actividad y busca la tutoría, puesto que para proseguir en la asignatura, entender estas nociones son fundamentales.

¿Qué has aprendido tú en esta clase? Escribe que hayas aprendido en esta clase en la alternativa que mejor corresponda al grado de tus conocimientos.	
¡Ya lo sé!	Tengo que mejorar.



### PRÓXIMA CLASE

En esta clase aprendimos a construir argumentos que sustenten nuestros puntos de vista y conocimos más sobre los textos argumentativos como construirlos y su estructura. Nos dimos cuenta que la argumentación está presente en varios géneros textuales que forman parte del mundo de la escrita. Entre estos géneros están los involucrados en el nivel académico.

En la clase que viene, vamos a hacer un repaso sobre las clases ya vistas. Aprenderemos a construir argumentos que sustenten nuestros puntos de vista y vamos a conocer más sobre los textos argumentativos.



### LECTURA RECONMENDADA

PERELMAN, Flora. Textos argumentativos: su producción en el aula. *Lectura y vida*, v. 22, n. 2, p. 32-45, 2001.

RUBIO, Mariela; ARIAS, Valeria. Una secuencia didáctica para la enseñanza de la argumentación escrita en el Tercer Ciclo. *Lectura y vida*, v. 23, n. 4, p. 34-41, 2002

### REFERENCIAS

PERELMAN, Flora. Textos argumentativos: su producción en el aula. **Lectura y vida**, v. 22, n. 2, p. 32-45, 2001.

RUBIO, Mariela; ARIAS, Valeria. Una secuencia didáctica para la enseñanza de la argumentación escrita en el Tercer Ciclo. **Lectura y vida**, v. 23, n. 4, p. 34-41, 2002.