



Tema
3

Modalidades Textuales (II): Exposición y Argumentación



1. El texto argumentativo

La **argumentación** es una forma del discurso que consiste en presentar opiniones o ideas sobre un tema (o rebatir otras opiniones) con la intención o propósito de convencer, persuadir o hacer creer algo al lector. En muchas ocasiones, la argumentación se combina con una parte (normalmente previa) de carácter expositivo. La clave del texto argumentativo frente al expositivo (que expone ideas) radica en que se defiende una postura.

2. Rasgos lingüísticos de la argumentación

Alguna de las características lingüísticas de la argumentación aparecían ya en los textos expositivos. Lingüísticamente, los textos argumentativos combinan la claridad, la objetividad (más o menos aparente) y la subjetividad.

CARACTERÍSTICAS LINGÜÍSTICAS DE LA ARGUMENTACIÓN		
NIVEL DE LA LENGUA	CARACTERÍSTICAS	EFEECTO
Morfológico	• Aparición de adjetivos valorativos (que transmiten opinión sobre algo)	Subjetividad
	• Empleo del plural de modestia (1ª pers. del plural: <i>ya hemos señalado antes, en nuestra opinión...</i>)	Subjetividad (atenuada)
	• Plural que implique al receptor (<i>como sabemos, una de las ventajas de...</i>)	Subjetividad
	• Plural que implica un grupo social (<i>como valencianos, debemos sentir...</i>)	Subjetividad
	• Uso del presente atemporal	Objetividad/Claridad
	• Presencia de perífrasis (sobre todo modales)	Subjetividad
	• Sustantivos abstractos	Objetividad y claridad
Sintáctico	• Oraciones enunciativas	Objetividad
	• Oraciones interrogativas	Apelación al lector
	• Oraciones dubitativas	Subjetividad
	• Sintaxis variada, con oraciones largas para ajustarse a los pensamientos complejos	Precisión
	• Oraciones compuestas (adjetivas, causales, condicionales, comparativas, concesivas...)	Subjetividad
	• Presencia de aclaraciones o incisos	Claridad/Subjetividad
	• Marcadores discursivos	Orden
Léxico-semántico	• Uso de tecnicismos	Claridad
	• Léxico abstracto	Objetividad
	• Verbos de lengua y pensamiento	Precisión
	• Verbos de opinión	Subjetividad
	• Adjetivos valorativos	Subjetividad
	• Repeticiones léxicas sinonímicas o redundancias	Subjetividad
	• Uso de recursos literarios: metáforas, comparaciones, ironía, atenuación	Subjetividad
	• Presencia de aclaraciones y ejemplos	Claridad/Subjetividad
• Campo semántico propio del tema	Precisión	
Textual	• Registro formal	Claridad
	• Función expresiva y apelativa del lenguaje (además de la función referencial)	Subjetividad
	• Aparición de la función poética	Llamar la atención del lector
	• Organización del párrafos	Claridad/Orden

3. Formas del texto argumentativo

La argumentación puede aparecer en textos orales, en textos escritos o en textos icónicos.

- Son **textos argumentativos orales** los discursos políticos, los debates, las tertulias (aunque en algunos casos se apoyen en un texto previo escrito);
- Son **textos argumentativos escritos** los géneros periodísticos de opinión (editorial, artículo de opinión, columna, crítica, carta al director...), el ensayo, la solicitud, la reclamación...
- Son **textos argumentativos icónicos** la publicidad y la propaganda. Frecuentemente estas formas del texto argumentativo emplean la persuasión (convencer no mediante razones sino mediante emociones)

4. Estructura del texto argumentativo

Generalmente, los textos argumentativos presentan una estructura tripartita:

- **Introducción:** formulación básica del tema que se va a tratar, delimitación del **tema** y presentación de la información previa necesaria. A menudo se plantea también la **tesis**, formulada como hipótesis (la opinión que se defiende o ataca). No se debe confundir tema y tesis: el tema de un texto es el asunto del que trata (p.ej. *la pena de muerte*); la tesis es la postura que se defiende (p.ej. *opinión contraria a la pena de muerte*)

- **Cuerpo argumentativo:** se exponen los argumentos para confirmar o rechazar la tesis

- **Conclusión:** se resumen las razones aportadas y se refuerza la tesis inicial.

5. Modelos de la argumentación

En el cuerpo de la argumentación (en general, en la estructura del texto argumentativo), se puede desarrollar una estructura **inductiva** (de los argumentos a la tesis), una estructura **deductiva** (de la tesis a los argumentos), o una estructura **paralela**.

6. Tipos de argumentos

Los argumentos son las razones que se aportan en el texto para convencer al lector de su tesis. Aunque la lista de los posibles tipos de argumentos puede ser muy larga, para empezar se pueden destacar:

- Argumento **objetivo:** trata de convencer aportando datos y cifras (*El 85% de los adolescentes que consumen alcohol presenta problemas de rendimiento académico*)
- Argumentos **lógicos:** se señalan las causas, las consecuencias, las condiciones (*No bebas alcohol cuando salgas, porque tendrás una resaca terrible*)
- Argumentos **comparativos:** se contraponen dos realidades (*Beber a toda velocidad es como conducir una moto de gran cilindrada con los ojos vendados*)
- Argumento de **autoridad:** se apela a una (supuesta) autoridad en el tema (*Como dijo Séneca, cuando salgas no bebas más que agua*)
- Argumentos **generalizadores/sociales:** se propone una idea aceptándola como mayoritaria, pero sin datos objetivos que la respalden (*Todo el mundo sabe que consumir alcohol es muy malo*)
- Argumentos de **ejemplo:** se pone un ejemplo para que él se extraiga una idea general (*Un amigo mío tuvo un accidente de coche porque iba borracho*)
- Argumento de **experiencia personal:** se propone la propia experiencia como mecanismo para convencer (*Hazme caso a mí, que cuando era joven un día bebí más de la cuenta y...*)

7. Las falacias

Las falacias son *falsos* argumentos. Es decir, argumentos que se emplean (conscientemente o no) para intentar convencer a alguien (y a veces lo consiguen) pero que desde el punto de vista de su veracidad no son correctos para el fin que pretenden. Algunas de las falacias más frecuente son: la falacia **Ad hominem** (*descalificación de la persona*), la falacia **Tu quoque** (*y tú más*), la falacia de **generalización** y la falacia de **falsa autoridad**.