



LICEO FRANCISCO TELLO GONZÁLEZ  
Unidad técnica Pedagógica

<b>Material de trabajo N°3 (2°T)</b> <b>Asignatura: Lenguaje y Comunicación</b> <b>Argumentación</b> <b>Nivel: 3° NB</b> <i>Docente: Ximena Patricia Ayala Urra</i>		<b>Pje. Ideal</b> <b>22 Ptos.</b>	<b>Nota:</b>
<b>Nombre del/la Estudiante:</b>		<b>Curso:</b>	<b>Fecha:</b>
<b>Objetivos de Aprendizaje:</b>	Conocer las características de la argumentación lógica-racional y las formas de escritura de un argumento siguiendo modelos de analogía, generalización, interpretación de signos, causalidad y criterio de autoridad con el propósito de justificar el punto de vista personal.		
<b>Instrucciones Generales:</b>	Desarrolle una lectura atenta de cada una de las actividades que se plantean a continuación. Las consultas serán respondidas y el material evaluado y retroalimentados por los profesores a través del correo institucional: <a href="mailto:ximena.ayala@liceo-franciscotello.cl">ximena.ayala@liceo-franciscotello.cl</a> . Horario Atención: Lunes a Viernes 15:00 – 17:00 Hrs		

**LENGUAJE Y COMUNICACIÓN: - Recordemos:** - Los textos son unidades comunicativas que desarrollan un significado completo, es decir, nos entregan información de diversa índole, cuyo contenido puede ser comprendido cabalmente en toda su dimensión. Además, poseen una intención comunicativa; en este sentido, nos referimos al propósito o finalidad que busca un determinado texto: relatar, expresar, convencer, informar.

### TEXTOS ARGUMENTATIVOS

Un texto argumentativo es aquel 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 de una opinión previa (refutación), para lo cual le aporta determinadas razones. Los textos argumentativos se pueden encontrar en textos científicos: psicológicos, filosóficos, lingüísticos, teológicos, en textos legales: sentencia, recurso o apelación, en ensayos, debates orales: foros de opinión, en discursos, en textos periodísticos: editorial, cartas de los lectores, páginas de opinión, y en publicidades. Por lo tanto, algunos medios en donde podemos encontrar los textos argumentativos pueden ser diarios, revistas, libros, blogs, entre otros.

Los textos argumentativos están estructurados sobre la base de una tesis. Se denomina de esta forma a una **opinión sostenida por alguien y que sirve de punto de partida o de llegada de un argumento**. La tesis es la afirmación que **sirve** de base a la argumentación. Las características principales de los textos argumentativos es buscar sostener o derribar una tesis (el tema de que va a tratar la argumentación), son los que presentan una serie de argumentos con el objetivo principal de transmitir un punto de vista y convencer al lector de su validez. Normalmente, el punto de vista que defiende el texto argumentativo queda claramente expresado desde el principio y después se desarrollan las razones para defenderlo hasta llegar a una conclusión. El texto puede presentar los argumentos y el punto de vista de manera impersonal o bien recoger el punto de vista del autor en primera persona.

### ESTRUCTURA DEL TEXTO ARGUMENTATIVO:

**INTRODUCCIÓN:** - Aquí debe quedar clara la tesis, esto es, la idea que queremos defender con nuestra argumentación, por lo tanto, debemos expresar nuestra opinión de manera firme y atractiva, consiguiendo atrapar la atención del receptor. Dos recursos muy utilizados son comenzar con una pregunta dirigida directamente al lector o con una estadística sorprendente.

**DESARROLLO:** - Aquí presentamos los argumentos que apoyan nuestro punto de vista, por lo que se trata de la parte central del texto. Existen muchos tipos de argumentos que podemos utilizar, por ejemplo:

- ❖ Argumento por analogía. Presentamos dos situaciones similares y defendemos que deben tratarse ambas de la misma manera.
- ❖ Argumento de autoridad. Acudimos a una fuente de sobrada credibilidad para que refuerce lo que estamos diciendo. Por ejemplo, es muy frecuente citar estudios (lógicamente, cuanto más exhaustivos y actualizados sean, más fuerza tendrán para apoyar nuestra tesis).
- ❖ Argumento de causa. Uno de los más socorridos en textos argumentativos es el de causa y consecuencia. Se establece una conexión causal entre dos hechos que fundamentan la tesis
- ❖ Razonamiento por signos: Se utilizan indicios o señales para establecer la existencia de un fenómeno.

**CONCLUSIÓN:** - La conclusión sirve para cerrar el texto y reforzar una vez más el punto de vista presentado. Debería ser una consecuencia lógica de todo lo que hemos expuesto anteriormente.

La intención de este tipo de textos se relaciona directamente con la función apelativa del lenguaje: persuadir, convencer, aconsejar, sugerir; implican una respuesta por parte del receptor y, dependiendo de la misma, el emisor verá o no cumplido su objetivo. Su objetivo principal es persuadir al receptor de adoptar la perspectiva del autor.

Por ejemplo, en los textos argumentativos de marketing, generalmente lo que busca con la conclusión es hacer que el lector realice una acción concreta relacionada con un producto o servicio. Los textos argumentativos son esenciales en publicidad, ya que lo que buscan es convencer al receptor de las ventajas de un producto o servicio por encima de la competencia.

El activismo es otro sector en el que los textos argumentativos tienen mucho peso para conseguir mover a la acción a las personas y hacer que modifiquen sus hábitos o que apoyen campañas. En las campañas ecológicas son frecuentes los argumentos basados en cifras y las perspectivas a futuro, por ejemplo "Si seguimos emitiendo gases de efecto invernadero al ritmo actual, el cambio climático será irreversible".

En política se encuentran los argumentos que están detrás de cualquier proyecto público, que se dan como fundamento a la opinión pública, que sirvan de justificación amable para hacer más atractivo, o al menos más tolerable, a los ciudadanos una inversión o el fin de un determinado servicio.

## TÉCNICAS QUE SE EMPLEAN EN LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS

Además de presentar argumentos concretos, los textos argumentativos se apoyan en una serie de técnicas para presentar la información. Estas son algunas de las más comunes:

- ❖ Apelar a las emociones. Intentar convencer despertando emociones y sentimientos, no es nada nuevo y su importancia queda muy clara.
- ❖ Establecer comparaciones. Para conseguir que el lector del texto realice una acción concreta, tenemos que hacer que sienta que el asunto del que hablamos es importante para él. Las comparaciones son un recurso muy útil para relacionar el tema de nuestro texto argumentativo con situaciones que le resultan familiares.
- ❖ Anticiparse a las objeciones. Al entender posibles barreras y objeciones, podemos anticiparnos a ellas presentando argumentos que las resuelvan.

**A continuación, desarrolle las actividades propuestas, estos ítems, además de corresponder al contenido de la unidad, están destinados al cumplimiento del proyecto de comprensión de lectura del establecimiento.**

### I.- Encierre en un círculo la alternativa correcta. (1 x 4 = 4 pts.)

1.- La función predominante en el discurso argumentativo es: -

- A. Emotiva.
- B. Referencial.
- C. Apelativa.
- D. Imperativa.



2.- El objetivo principal de un texto argumentativo es: -

- A. Informar al receptor
- B. Emocionar al receptor.
- C. Exponer un hecho.
- D. Persuadir al receptor.

3.- ¿Cuáles son las partes del texto argumentativo?

- A. Tesis, argumentos y conclusión.
- B. Inicio, nudo y desenlace.
- C. Titulares, entrada y cuerpo de la noticia.
- D. Introducción, tesis y conclusiones.

4.- La definición. "Es una opinión sostenida por alguien y que sirve de punto de partida o de llegada de un argumento", corresponde a un (a):

- A. Base.
- B. Tesis.
- C. Respaldo.
- D. Hipótesis.

### II.- Coloque una V si considera las siguientes afirmaciones correctas o una F si es falsa. (2 x 5 = 10 pts.)

- 1.- \_\_\_ Un trabajo de investigación de los casos de personas recuperadas del COVID-19 que se están infectando otra vez es un buen ejemplo de un texto argumentativo escrito.
- 2.- \_\_\_ Un noticiero de televisión es un programa donde se manifiesta intrínsecamente el discurso argumentativo oral.
- 3.- \_\_\_ En los mensajes de la publicidad es posible advertir notoriamente la función apelativa del discurso argumentativo: persuadir, convencer, aconsejar.
- 4.- \_\_\_ Se plantea que una buena argumentación es aquella donde el emisor expone sus puntos de vista, sentimientos y pasiones.
- 5.- \_\_\_ En los discursos argumentativos prima únicamente la objetividad.

III.-Complete el cuadro. Lea los ejemplos de argumentos lógico racional e **identifique qué tipo de argumento es: Razonamiento por signos, razonamiento por autoridad, razonamiento por analogía o razonamiento por causa.** (2 x 4 = 8 pts.)

**Argumentos lógico-rationales**

Tipo de argumento	Ejemplo
	"Tal como se hizo en España, se debería potenciar el fútbol joven".
	"La madre de Matilde fumó durante su embarazo, por eso Matilde es una niña débil y con bajo peso".
	"Este individuo presenta malestar general, congestión nasal y 39° de fiebre. Puede tener influenza".
	"Como señala el último informe de la OCDE, Chile es un país que invierte muy poco en ciencia".

**Importante.** - Para escribir un texto argumentativo es importante conocer su estructura, la cual consiste en la formulación de una tesis, la presentación de una base y de un respaldo. Observe el siguiente cuadro de ejemplo:



<b>Tesis</b>	Idea polémica a defender	Tengo derecho a votar en plebiscito.
<b>Base</b>	En sentido lógico, es el razonamiento utilizado para probar o refutar una tesis o para convencer a alguien de la veracidad o validez de una afirmación.	Porque soy ciudadano de este país.
<b>Respaldo</b>	Dato concreto que demuestra la validez de una tesis, es irrefutable dado su carácter empírico.	Según la Constitución política de mi país.

**"NO LEVANTES  
LA VOZ...  
MEJORA TU  
ARGUMENTO"**

**¿Qué Aprendí?**

Que la argumentación es una actividad relevante en la vida en sociedad, ya que permite exponer nuestras ideas con fundamentos valederos, nos permite establecer relaciones interpersonales al facilitar el diálogo y la comprensión de ideas o las propuestas de otros, y nos permite desarrollar nuestras capacidades lingüísticas y ciertas actitudes de seguridad y confianza con nosotros mismos