



# La argumentación

Estructura del texto  
argumentativo

---

# ¿Qué es la argumentación?

- La argumentación consiste en defender una opinión o idea (también llamada **tesis**) aportando razones que la justifiquen con la intención de **convencer** al destinatario de su validez.

# Estructura de los textos argumentativos:

- **INTRODUCCIÓN.** Se plantea la tesis o tema sobre el que se argumenta. La tesis es la idea u opinión que se defiende. Ha de ser breve y clara.
- **ARGUMENTACIÓN.** Son las razones, motivos o datos que se dan para defender la tesis.
- **CONCLUSIÓN.** Se hace un resumen de los principales argumentos y se reafirma la postura adoptada.

# LA TESIS

- No debemos confundir la **tesis** con el **tema**: el tema de un texto puede ser, por ejemplo, “los toros”; la tesis, en cambio, será la opinión concreta que se tenga sobre ese tema, por ejemplo “la fiesta de los toros es tortura”.

# LOS ARGUMENTOS

- **Argumentos racionales.** Basados en el razonamiento y en la lógica, pretenden **analizar y valorar los hechos con objetividad.**
- **Argumentos afectivos.** Basados en las emociones y en los sentimientos, **pretenden persuadir al receptor por medios no racionales.**

# TIPOS DE ARGUMENTOS SEGÚN SU CONTENIDO

- **Autoridad** Se acude a un experto o persona reconocida para apoyar la opinión.  
*Según reconocidos especialistas de nutrición de todo el mundo, la dieta mediterránea basada en el consumo de frutas, verduras, pescado, y el aceite de oliva, es la mejor para llevar una vida sana y equilibrada.*
- **Científico/ de hecho / empírico** La autoridad o el prestigio científico puede servir para apoyar un pensamiento.  
*Según la encuesta realizada, el 92 % de los consumidores prefieren beber gaseosas y el 8 % restante prefiere beber agua.*
- **Experiencia personal / de competencia** Lo visto y vivido personalmente funciona en ocasiones como argumento. Conviene no abusar del mismo.  
*Durante mi viaje conocí a muchas mujeres afganas que padecían una discriminación angustiosa.*
- **Semejanza / analogía** Se defiende algo en razón de ser muy parecido a otro elemento que nos convence.  
*Todos los libros que he leído de este autor son buenos, por lo tanto, el nuevo libro del mismo autor debe ser bueno.*
- **Social / lugar común** Hay ideas socialmente admitidas que funcionan de forma parecida a los argumentos de autoridad.  
*Es justo dar a cada uno lo que le corresponde; por lo tanto, si Javier le debe dinero a Lucía, debe devolverlo.*

## FALACIAS:

- **Ad hominem** Se convierte en argumento la descalificación de la persona con la que se está debatiendo.  
*No escucharé a alguien tan joven como tú; claramente, no tienes la experiencia necesaria para entender este tema.*
- **Ad verecundiam** Consiste en una apelación inapropiada a la autoridad, ya que la persona aludida o citada no está especialmente cualificada en relación con el tema tratado.  
*La estrella de Hollywood promociona esta marca de ropa, por lo que debe ser de alta calidad.*
- **Ad ignorantiam** Se comete cuando se pretende demostrar que algo es verdadero simplemente porque no se ha demostrado su falsedad.  
*No se ha comprobado que los extraterrestres hayan visitado la Tierra; por lo tanto, no existen.*

# LA CONCLUSIÓN

- Contiene un resumen de lo expuesto (tesis y argumentos) y se reafirma la postura adoptada.

# LENGUAJE DE LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS.

Los recursos más habituales en el lenguaje de los textos argumentativos son:

- **Implicación del emisor.** El emisor utiliza un **lenguaje valorativo**. Se suele emplear la primera persona del singular.
- **Apelación al receptor.** El emisor pretende persuadir y convencer al receptor; para ello emplea la segunda persona.
- **Uso de conectores y enlaces.**
- **Empleo de citas.** Se mencionan las ideas y opiniones de otro autor, normalmente alguien experto, para dar mayor validez a los argumentos.
- **Uso de ejemplos y comparaciones.**



# LENGUAJE DE LOS TEXTOS ARGUMENTATIVOS.

## o **Uso de conectores y enlaces.**

- De **orden**: *en primer lugar, finalmente, por un lado... por otro lado, etc.*
- De **causa**: *porque, ya que, puesto que...*
- De **consecuencia**: *por lo tanto, en conclusión, en consecuencia, por consiguiente...*
- De **oposición** (para introducir contraargumentos): *pero, sino, a pesar de, no obstante, aunque, sin embargo, aún así...*
- De **explicación** o aclaración: *es decir, en otras palabras...*
- De **recapitulación**: *en resumen, en síntesis...*
- De **ejemplificación**: *por ejemplo, así como...*

# RECURSOS ARGUMENTATIVOS.

- La **comparación** o **analogía**: equiparar el caso o idea explicada con algún otro que sea parecido y conocido del lector.
- La **ejemplificación**: demostrar un argumento con casos concretos y reales.
- Las **citas de autoridad**: mencionar argumentos de expertos en el tema para dar más fuerza a nuestros razonamientos.
- Los **datos**: utilizar información concretar fruto de algún estudio realizado previamente. Las cifras se supone que son objetivas.
- La **pregunta retórica**: plantear al lector una pregunta, no para que responda, sino para que reflexione sobre el tema y cuestione sus propias opiniones.
- La **generalización**: presentar un ejemplo concreto y a partir de él deducir una regla general.

# TIPOS DE TEXTOS ARGUMENTATIVOS

- **ADMINISTRATIVOS.** Se emplean para solicitar algún servicio a la Administración o para hacer alguna reclamación.
- **PERIODÍSTICOS:**
  - ARTÍCULO DE OPINIÓN. Recoge la opinión de alguna persona de prestigio.
  - CARTA AL DIRECTOR. Recoge el punto de vista de los lectores.
- **HUMANÍSTICOS:**
  - ENSAYO. Presenta las ideas de un autor sobre un tema de un modo argumentado.
  - TEXTO PUBLICITARIO. Intenta convencer al destinatario para fomentar el consumo de un producto.