

Instituto Inmaculada Concepción

Departamento de Lenguaje y Filosofía

Prof. Susana Acuña

**GUÍA DE APRENDIZAJE**

Objetivos Cognitivos: Capacidad: Razonamiento lógico, expresión escrita

Destrezas: Reconocer, redactar

Contenidos: Discurso Argumentativo

**Eje: Escritura**

Objetivos Afectivos: Valor: Libertad

Actitud: Responsabilidad

Nombre: Curso: III

**Indicaciones:**

1. Debe responder la estrategia en una hoja Word, tamaño oficio, letra arial 10, espaciado simple y debe aplicar justificar en su escrito.(Ctrl +J). ) – El escrito debe ser enviado al correo dispuesto para la asignatura, indicando en el archivo el nombre completo del alumno y curso (con la letra) al que asiste-.
2. Toda consulta sobre las temáticas tratadas en la asignatura o inquietudes con las estrategias de aprendizaje, podrán realizarlas al siguiente correo:

profesorasusanalenguaje@gmail.com

**RECONOCER** los elementos constituyentes del Discurso Argumentativo a través de la lectura de la guía, trabajando con **Responsabilidad.**

**Discurso argumentativo**

**1. Concepto de discurso argumentativo**

El discurso argumentativo responde a la intención comunicativa o finalidad de *convencer* o *persuadir*; en otras palabras, el emisor busca a través de él producir un cambio de actitud o de opinión en el receptor. La importancia de este tipo de discurso radica en la posibilidad de inducir, modificar, refutar o estabilizar creencias o ideas en los destinatarios, en tanto descansa en presupuestos ideológicos, esto es, visiones de mundo asociadas a él.

Se pueden señalar dos dimensiones asociadas a este tipo de discurso: la del razonamiento lógico, propiamente argumentativa; y otra persuasiva, es decir, que busca influir afectivamente en el receptor apelando a sus emociones y sentimientos (esta, por ejemplo, es la modalidad que utiliza la mayoría de los comerciales de televisión).

**2. La situación de enunciación**

La situación de enunciación de este tipo de discurso implica que los interlocutores no comparten el mismo punto de vista con respecto a un tema determinado. Es importante destacar que generalmente los contenidos que se desarrollan en la argumentación son polémicos, es decir, no hay consenso claro sobre ellos.

El hecho de que no exista acuerdo sobre un tema requiere que los interlocutores establezcan un diálogo, esto es, tanto el emisor como el receptor son activos, pues, por un lado, el hablante debe desarrollar una serie de estrategias discursivas que demuestren y apoyen sus puntos de vista (una estrategia fundamental es que los argumentos seleccionados sean adecuados para el receptor) y, por otro, el oyente decide si acepta o no las ideas defendidas por el emisor.

Es importante destacar que el poder de decisión por parte del oyente y la necesidad del hablante de elaborar estrategias para convencerlo o persuadirlo evidencian que la relación establecida entre ellos es **simétrica**. Si, por el contrario, fuera una relación asimétrica, el emisor solo impondría su punto de vista, revelando su jerarquía frente al receptor.

**3. Estructura interna del discurso argumentativo**

Tesis

Idea defendida por alguien para validar su postura frente a un tema polémico. **Se parte del supuesto de que es verdadera,** pero eso se demostrará durante el desarrollo de la argumentación. Puede incluirse en la introducción o al final del discurso. En cualquier caso, la tesis es fácilmente reconocible al formular la pregunta: **¿de qué nos quiere convencer el emisor?**

El receptor puede oponerse a esta afirmación y formular, por lo tanto, una contratesis, la que debe ser justificada a través de contraargumentos.

Bases

**Constituyen el primer argumento para defender la tesis**. Se conocen también como **fundamentos,** siendo su principal función analizar el tema, brindando datos generales y conocidos por los hablantes.

**Garantías**

Son el **nexo** que permite vincular la tesis con las bases. En otros términos, explicitan la relación existente entre la idea defendida y el primer argumento.

**Respaldo**

Todo tipo de información que permita **sustentar las garantías**. Proviene de diversos ámbitos del conocimiento: ciencia, ética, religión, cultura, economía y tecnología. En el discurso, son respaldo los ejemplos, citas, comparaciones, refranes, etc.

Ejemplo:

*“La no violencia y la cobardía son términos contrarios. La no violencia es la mayor virtud, la cobardía es el mayor vicio. La no violencia siempre sufre, la cobardía provoca sufrimiento. La no violencia perfecta es la mayor valentía. La conducta no violenta no es desnaturalizante, la cobardía siempre lo es”.*

***Mahatma Gandhi***

En el texto anterior, la postura defendida (**tesis**) es la no violencia como actitud de vida positiva, opuesta a la cobardía.

Para defender esta postura, se entrega como **base** la afirmación de que no violencia y cobardía son términos contrarios.

Como **garantías**, podemos considerar: la no violencia es la mayor virtud, la cobardía es el mayor vicio. La no violencia siempre sufre, la cobardía provoca sufrimiento. La no violencia perfecta es la mayor valentía. La conducta no violenta no es desnaturalizante, la cobardía siempre lo es.

En este texto, no aparecen **respaldos** (citas, ejemplos, estadísticas, refranes, etc.).

Es bastante frecuente advertir casos como éste, en los que no hay respaldo. También existen discursos en los cuales la tesis fue incorporada al final del texto e, incluso, puede no aparecer en forma explícita, en cuyo caso el receptor deberá inferirla a partir de las bases, garantías y respaldos entregados.

La formulación de la tesis al inicio o final del discurso, su presencia explícita o no, la incorporación de una, dos o más bases, garantías y respaldos responde a una elección que realiza el emisor del discurso para la consecución de su objetivo último: **lograr la adhesión de su receptor.**

**3.1. Tipos de argumentos**

***Basados en datos y hechos***

En ambos casos la *información* es irrebatible, pues descansa en hechos demostrables o en datos estadísticos.

***Ejemplo de hecho:*** La tesis *la contaminación daña la salud* puede ser apoyada con el hecho de que en las ciudades contaminadas han aumentado las enfermedades respiratorias.

***Ejemplo de dato:*** La tesis *existe una relación entre el aumento de la concentración de partículas contaminantes y el número de enfermedades respiratorias y muertes* es apoyada con lo siguientes datos: Cada vez que la concentración de partículas aumenta en diez microgramos por metro cúbico de aire, el número de muertes por ataques cardiacos aumenta en un 1,4% y los casos de enfermedades respiratorias, como la bronquitis, en un 3,4%. Los casos de ataques de asma se elevan en un 3%.

***Basados en relaciones causales***

Parte de la información funciona como causa, y otra como efecto.

Ejemplo: *El uso prolongado de un medicamento puede producir úlcera gástrica.*

***Basados en definiciones***

Se apoya una tesis utilizando una definición.

Ejemplo: *¿Qué es el virus sincicial? El sincicial es un virus que produce enfermedad respiratoria en pacientes de cualquier edad, pero con distinta severidad. En los lactantes y niños pequeños es la causa más importante de virus severos y provoca graves problemas obstructivos y bronconeumonías.*

En el ejemplo anterior se define el virus sincicial y se señalan sus efectos como parte de la campaña de prevención desplegada por el Ministerio de Salud.

***Basados en comparaciones***

Mediante la comparación se organiza la información en semejanzas y diferencias y a partir de esa comparación, se apoya la tesis.

Por ejemplo, en el libro llamado Utopía se señala el siguiente argumento de este tipo:

"Al poco tiempo de relacionarnos con **ellos (utópicos)**  
**habían** adoptado nuestras mejores invenciones, pero pienso que deberá transcurrir mucho tiempo **antes de que nosotros adoptemos lo que hay en sus invenciones** por muy por encima de las nuestras. Y éste es el motivo principal de que **su país**, aunque no estemos en inferioridad de condiciones en cuanto a inteligencia y riquezas, se halle con **mejor** organización que los nuestros y **florezca con mayor bienestar**."

En este argumento, el emisor establece una **comparación entre el país de los utópicos y el país en el que habita el personaje** que está hablando. Lo que está diciendo es que la isla de **Utopía** está mejor organizada y que en ella se vive mejor que en el lugar donde vive el emisor. Para esto establece una comparación en la forma que tienen **ellos**de adquirir los conocimientos de quienes los visitan, en oposición a la dificultad con que el emisor y sus compatriotas (nosotros) lo hacen.

***Basados en descripciones***

La tesis se apoya en una descripción.

Si la tesis es la siguiente: “Son enormes las posibilidades turísticas y de recreación que ofrece Puerto Varas, esta bella ciudad lacustre de la región de Los Lagos”.

Nuestro argumento, basado en una descripción, es el siguiente: “Enmarcada por el lago Llanquihue, Puerto Varas mantiene hasta el día de hoy la histórica influencia de la colonia alemana que, a mediados del siglo XIX, comenzó a poblar la zona y cuyo legado se refleja en la gastronomía y la arquitectura. Además, cuenta con un casino que cada verano propone una cartelera de *shows* de variedades, *happy hours*, *buffete* y sus tres bares. En torno al lago, el paisaje es uno de sus principales atractivos gracias a extensos bosques de cipreses, ulmos y flora autóctona”.

***Basados en narraciones***

En algunos casos la narración se utiliza para apoyar una tesis.

Ejemplo:

En el libro llamado Apología de Sócrates se señala el siguiente argumento de este tipo:

"Acerca del cuánto y cómo de mi sabiduría, les pondré por testigo al dios que reside en Delfos (Apolo). Ya conocen a Querefonte. Fue mi amigo en la Juventud, y también amigo de ustedes; fue desterrado, pero regresó con nosotros.

Sabéis, en verdad, cuán esforzado era Querefonte para sus empresas y, cuando fue a Delfos, se atrevió a consultar al oráculo -no se alboroten, repito amigos- acerca de si existía alguien más sabio que yo. La pitia (sacerdotisa) lo negó."

Para **probar la tesis de que el emisor (Sócrates)** es sabio, **relata la historia** de un viaje de un personaje a Delfos, donde existía un oráculo del dios griego Apolo. El oráculo tenía la facultad de revelarles a los mortales aquello que, por sus limitaciones terrenales, no podían ver. De esta manera, ***Sócrates introduce una narración que apoya su tesis siempre y sea verosímil (creíble) para el receptor.***

***Basados en la autoridad***

Se utiliza el nombre de una autoridad o de una institución de prestigio para apoyar una tesis.

Ejemplo: *El cerebro humano tiene la capacidad para anticipar el peligro. Científicos de la Universidad de Washington han comprobado que una capacidad para poder leer claves en el medio ambiente, las que para otros pueden ser imperceptibles, sería la que permite que algunas personas intuyan lo que va a suceder. Los expertos identificaron un área del cerebro que actúa como un sistema de alerta temprana; este sistema, según ellos, habría sido la razón, por ejemplo, de que aborígenes asiáticos siguiesen a los animales que escaparon del tsunami en diciembre de 2004.*

***Basados en valores***

Se alude a los valores para defender una tesis.

Ejemplo: *El acceso a la justicia es un derecho de todos y no un privilegio de algunos.*

En este texto se destaca el valor social de la justicia como argumento.

Otro ejemplo es el siguiente: *La solidaridad es una condición imprescindible para la vida en sociedad*.

El anterior argumento apoya, por ejemplo, la tesis: “Es importante educar desde pequeños, tanto en la escuela como en la familia, en el ejercicio de la solidaridad”.

***Fuente: PUCCH-CEPECH-Educar Chile***

**REDACTAR** un texto argumentativo, tema a elección, con **estructura interna-**recuerde destacar cada parte de dicha formación- y cuatro oraciones compuestas (clasificación a elección) en un escrito de **veinte líneas,** considere coherencia y cohesión de ideas

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………………