

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ROMANISTIKY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

ZPŮSOBY VYJÁDŘENÍ ARGUMENTACE VE SDĚLOVACÍCH PROSTŘEDCÍCH

Vedoucí práce: Lic. David Andrés Castillo, Ph.D.

Autor práce: Bc. Jana Bornová

Studijní obor: Španělský jazyk a lingvistika

Ročník: 2

2020

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně, pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledky obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice 4. května 2020

.....
Jana Bornová

Agradecimiento

Quiero dar las gracias al Doctor. David Andrés Castillo., mi tutor de este TFM, por guiarme y animarme durante todo el proceso de elaboración de este trabajo y por su paciencia, buena voluntad y por estar siempre a mi disposición para responder cualquier duda que tuviera.

Anotace

Cílem této diplomové práce je analýza způsobů vyjádření argumentace ve sdělovacích prostředcích. Argumentace je zde zkoumána ze čtyř různých úhlů pohledu: z pohledu logiky, pragmatiky, rétoriky a lingvistiky, které je věnována největší pozornost. Teoretické poznatky jsou doprovázeny příklady pocházející z internetových novinových článků, ze sociálních sítí anebo reklamy na internetu. Příklady jsou vždy alespoň stručně zanalyzovány. V závěru práce je zpracována detailní analýza novinového článku a návrh pracovního listu na hodinu španělštiny, který se snaží zprostředkovat studentům základní poznatky z argumentace.

Práce je zakončena resumé v českém jazyce.

Klíčová slova: argumentace, argument, teze, názor, závěr, přesvědčování, ospravedlňování

Resumen

El presente estudio se centra en los mecanismos de argumentación en los medios de comunicación de masas. El fin que persigue este trabajo de fin del máster es presentar los diferentes focos de estudio de la argumentación y aplicarlos a ejemplos reales provenientes de medios de masas. La mayoría de los ejemplos utilizados proviene de periódicos, algunos provienen de las redes sociales y algunos son anuncios publicitarios. Al final del trabajo va un análisis detallado de un artículo periodístico y una propuesta didáctica. En el análisis se trata aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del trabajo. La propuesta didáctica trata de facilitar los conocimientos cruciales de la argumentación a los alumnos de español como lengua extranjera en un nivel avanzado.

El trabajo termina con un resumen en checo.

Palabras clave: argumentación, opinión, tesis, argumento, conclusión, persuasión, justificación

Annotation

The aim of this diploma thesis is to analyze different types of argumentation in mass media. The thesis will be focused on different point of views on the problematics, especially on logic, pragmatics, rhetoric and linguistic. The mayor emphasis will be put on the linguistic point of view. The theory will be accompanied by analyzed practical examples originating from mass media. Most of the examples comes from newspapers, some of them are from social networks and some of them are advertisements. At the end of the thesis is located a practical demonstration of a detailed text analysis. The secondary aim is to elaborate a didactic proposition of a worksheet for Spanish class focused on the problematics of argumentation.

The diploma thesis is terminated by a resumé in Czech language.

Key word: argumentation, argument, opinion, thesis, conclusion, persuasion, justification

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 9 |
| 1. Presentación del tema | 11 |
| 1.1. Definición de algunos términos básicos..... | 11 |
| 1.1.1. Argumentación, argumento y manipulación..... | 11 |
| 1.1.2. Persuasión y justificación | 13 |
| 1.2. Historia de la argumentación | 16 |
| 2. Teorías de la argumentación..... | 19 |
| 2.1. Argumentación en lógica | 19 |
| 2.1.1. Los argumentos deductivamente válidos | 20 |
| 2.1.2. Argumentos inductivos | 21 |
| 2.1.1. Composición de la argumentación según Stephen Toulmin..... | 23 |
| 2.2. Argumentación en retórica | 26 |
| 2.3. Argumentación en pragmática | 31 |
| 2.3.1. Los actos de habla según Austin:..... | 33 |
| 2.3.2. Los enunciados constativos y performativos | 36 |
| 2.4. Argumentación en lingüística | 38 |
| 2.4.1. Constituyentes facultativos según lo Cascio..... | 38 |
| 2.4.2. Comparación de los constituyentes argumentativos según lo Cascio y el modelo argumentativo de Toulmin | 43 |
| 2.4.3. Otros recursos utilizados en la argumentación | 44 |
| 2.4.4. Los actos argumentativos..... | 45 |
| 3. Características de la argumentación | 49 |
| 3.1. Tipos de argumentación | 49 |
| 3.1.1. Según el modo | 50 |
| 3.1.2. Según la forma | 50 |
| 3.1.3. Según su intención | 51 |
| 3.2. Protagonistas de la argumentación..... | 51 |

| | |
|--|-----|
| 3.3. Texto argumentativo | 52 |
| 3.3.1. Composición de los textos argumentativos | 53 |
| 3.3.2. Análisis de un texto argumentativo | 54 |
| 3.3.2.1. Análisis de un acto argumentativo: | 56 |
| 4. Coherencia y cohesión como elementos imprescindibles de un texto (no solamente) argumentativo | 59 |
| 4.1. Coherencia..... | 60 |
| 4.2. Cohesión..... | 63 |
| 4.2.1. Elementos endofóricos..... | 63 |
| 4.2.2. Elementos exofóricos..... | 64 |
| 5. Los medios de comunicación de masas | 66 |
| 5.1. Medios y tipos de comunicación..... | 66 |
| 5.1.1. Medios de comunicación | 67 |
| 5.1.2. Tipos de comunicación según la organización de la sociedad..... | 68 |
| 5.2. Características de los medios de masas..... | 70 |
| 5.3. Lenguaje publicitario | 70 |
| 5.3.1. Características del lenguaje publicitario | 71 |
| 6. Análisis detallado de un texto argumentativo | 74 |
| 7. Propuesta didáctica..... | 90 |
| Conclusión | 99 |
| Resumé..... | 102 |
| BIBLIOGRAFÍA | 104 |

Introducción

Si realmente he aprendido algo durante mis estudios universitarios en mi *alma máter*, eso es lo importante que es pensar por uno mismo. La capacidad de pensar es la cualidad humana que distingue a los seres humanos del resto del reino animal y que nos permite ser la especie dominante en el planeta Tierra. Sin embargo, la capacidad de pensar sirve muchas veces a los humanos para justificar su tendencia a creerse superiores a los otros seres vivos y muchas veces estamos cegados por nuestro fugaz poder hasta tal punto, que, sin miedo y sin vergüenza, sobrevaloramos la importancia de nuestra especie sobre el resto de las creaciones. Pero si uno usa su cualidad privilegiada de pensar, sin duda concluirá que mejor debiésemos ser más humildes y admitir lo mucho que nos queda por aprender.

La humanidad siempre ha estado aprendiendo de la madre Naturaleza y de todo lo que ella ha creado. Con esta tendencia se asocia la curiosidad de las personas y el deseo de comprender al mundo que nos rodea. Estas maravillosas tendencias humanas impulsan el progreso de nuestro conocimiento, puesto que una gran parte del conocimiento que poseemos hoy día proviene de la inspiración de la madre Naturaleza y del deseo de muchos de nuestros antepasados de comprender sus principios. Con el tiempo, el conocimiento humano se ha aumentado a un nivel tan alto que hoy, en mi opinión, no es posible que un individuo comprenda o al menos recuerde todas las informaciones que poseemos como comunidad humana. Sin embargo, me atrevo decir que la cantidad de informaciones que conocemos como humanidad en total es solamente una pequeña fracción en comparación con lo que nos queda oculto en el universo que nos rodea.

Por la historia sabemos que, la pasión por comprender las leyes naturales ha estado en las personas, independientemente del tiempo. Siempre ha sido cierto también que quien no se inclinaba al conocimiento y a la sabiduría sino al poder político y autoritario era consciente de que es primordial tener en su alrededor eruditos con buena capacidad de pensar, percibir, imaginar o memorizar. Como buen ejemplo puede servir el personaje del famoso emperador francés, Napoleón Bonaparte, quién exigía de sus oficiales de alto rango, tener buena educación. Primordial era también tener a eruditos que sabían manejar el arte del bien hablar. Ya en la antigua Grecia o en el Imperio Romano la gente poderosa sabía muy bien que las palabras tienen un poder inmenso. Mediante las palabras podían lograr, por ejemplo, la fidelidad de su población e influir en su modo de pensar sin la necesidad de utilizar la fuerza.

Conseguir algo mediante las palabras es cosa que no utilizaban solamente los antiguos emperadores y filósofos, sino algo que utiliza cada uno de nosotros, aunque a lo mejor, no todos nos demos cuenta. Cada día tratamos de persuadir a los otros sobre lo que consideramos ser correcto o provechoso para nosotros y buscamos razones para justificar la opinión que sustentamos y otras razones que rechazarían la opinión opuesta a la nuestra. Lo que realmente hacemos es argumentar. Hay muchas maneras de argumentar. Algunas argumentaciones sirven para buscar la mejor solución de un problema, otras para persuadir a alguien sobre algo y algunas argumentaciones no tienen otro sentido que poder discutir con alguien sin querer llegar a una conclusión razonable, una pelea en la cual ninguno de los protagonistas está dispuesto a cambiar su opinión es una mera pérdida de tiempo y energía.

El presente trabajo se centra en la problemática de la argumentación: en cómo argumentar bien, qué no debería faltar en ninguna argumentación buena y cómo se argumenta en los medios masas. La propia argumentación en los medios de comunicación de masas y su análisis es el mayor propósito de este trabajo.

Las partes teóricas irán siempre acompañadas por ejemplos de los medios de masas analizados. Al final del trabajo se hará un análisis detallado de un artículo periodístico elegido y se elaborará también una posible propuesta didáctica que intentará mostrar una posible manera de trabajar la problemática de la argumentación en clase de español como lengua extranjera.

1. Presentación del tema

1.1. Definición de algunos términos básicos

Antes de entrar en materia, me gustaría explicar más detalladamente algunos términos básicos con los que nos vamos a encontrar a lo largo de este trabajo. Vamos a tratar términos como argumentación, manipulación, persuasión y justificación. A pesar de que se trata de conceptos comúnmente conocidos, las definiciones de estos términos difieren muchas veces, por lo que considero útil señalar cuál es la perspectiva adoptada en este trabajo. Estas diferencias pueden ser causadas por diferentes puntos de vista en cada disciplina que los utiliza (lingüística, lógica, retórica, psicología, etc.).

1.1.1. Argumentación, argumento y manipulación

El objetivo de la argumentación es convencer/persuadir al interlocutor en una disputa, sobre la veracidad o la falsedad de lo que uno está proclamando. Sin embargo, para llevar a cabo este fin, no se puede utilizar cualquier tipo de medios: si uno está dispuesto a forzar a alguien a admitir sus opiniones a cualquier precio (lo golpea, le chilla hasta que se rinde, lo acobarda etc.), no se trata de una argumentación. Esta utiliza razones, justificaciones adecuadas y pruebas, que sirven como apoyo de nuestras declaraciones/opiniones y depende solo del interlocutor si se pone de acuerdo con lo presentado o no. Se podría decir, entonces, que un argumento es un intento de apoyar cierta opinión con razones convenientes.

La Real Academia Española define el argumento como “*razonamiento para probar o demostrar una proposición, o para convencer de lo que se afirma o niega*”. Algunos autores no diferencian los términos argumento y razonamiento y los toman por sinónimos. Sin embargo, según J. Caron (Fuentes y Alcaide, 2002:14) no son sinónimos, ya que “*el razonamiento establece una relación entre estados de cosas expresados mediante enunciados*” y el argumento “*consiste en un encadenamiento basado en la naturaleza misma de los enunciados*”, esto es, “*un proceso interno al discurso*”.

La argumentación es propia de las discusiones, los debates, las entrevistas, los artículos científicos, los textos publicitarios, etc. Cada situación en la cual se utiliza a la argumentación requiere un código propio, por ejemplo, en los juicios se usa la argumentación para probar o desmentir la validez de algunas evidencias y para este fin

hay que utilizar, obviamente, un código diferente al que utilizamos para dar argumentos en una conversación cotidiana entre amigos.

Como ya hemos dicho, la argumentación quiere convencer a su interlocutor sobre algo, de ello resulta que el emisor puede cambiar algunas opiniones del destinatario, puede cambiar su punto de vista, hacerlo pensar sobre el asunto de un modo diferente, o no convencerlo totalmente. Lo Cascio define a la argumentación como:

“una forma de convencer o de lograr una adhesión de un determinado auditorio, pero apoyándose más que todo en criterios racionales. [...] Con la argumentación se busca fundamentalmente un convencimiento, una aceptación de una forma de interpretar un hecho o situación, y no propiamente la manipulación para realizar una acción.” (Lo Cascio,1998:5)

Como vemos, la argumentación debería utilizar exclusivamente argumentos válidos, o sea argumentos veraces. No obstante, a veces sucede que para el emisor del texto no es tan primordial el hecho de si tiene razón o no, sino que su mayor propósito es persuadir o convencer al destinatario de su punto de vista o de la veracidad de sus argumentos, aunque no lo sean.

“La argumentación puede ser definida como la presión simbólica que un individuo ejerce sobre una audiencia.” (Gutiérrez Ordoñez, 2003:47) Por eso, no es nada raro encontrarse en un texto argumentativo también con elementos manipulativos. El objeto de la manipulación es parecido al de la argumentación, esto es, persuadir al receptor sobre la veracidad o falsedad de cierta tesis/opinión que en otro caso no aceptaría o no rechazaría. En otras palabras, se trata de influir intencionalmente las posturas, actitudes, pensamientos de otras personas. Pero a diferencia de en la argumentación, en la cual los receptores saben que están siendo persuadidos, que se pueden defender adecuadamente de la influencia del emisor, en el caso de la manipulación no es así.

Los receptores de la manipulación no tienen por qué saber que están siendo manipulados y por eso no se pueden defender de la influencia del emisor. De esto podemos deducir, que la manipulación se suele utilizar con mucha frecuencia en la publicidad que pretende animarnos a hacer algo (comprar un producto, votar a cierto partido político, ...).

Existen varias formas de manipular a alguien y no siempre se utilizan mecanismos únicamente del lenguaje para tal fin. Vamos a mencionar unas cuantas posibilidades verbales de manipulación. La manipulación se logra, por ejemplo, por el uso de falsos argumentos que nos llevan a una conclusión equivocada o no se presentan argumentos en ningún caso y se muestra un hecho como si fuera verdadero sin ninguna justificación. Así el emisor impide cualquier posibilidad de una discusión, puesto que todo está claro y no hay dudas de que sea verdad.

Delimitar con claridad las fronteras entre manipulación y argumentación no es nada fácil. Se podría delimitar con respecto a la intención del emisor (si es buena o mala), a la libertad de decidir que tiene el receptor (si es consciente de que el emisor trata de persuadirlo o convencerlo sobre algo) o según el beneficio o perjuicio resultante para el receptor (si el receptor será perjudicado posteriormente debido al hecho de ser persuadido, si ha sido manipulado...). Catalina Fuentes Rodríguez y Esperanza Alcaide Lara (Fuentes y Alcaide, 2002:19) mencionan que en general se presupone que el emisor de la argumentación es honesto y sincero y así lo son también sus argumentos utilizados. No obstante, si el emisor es deshonesto y para convencer a sus interlocutores utiliza argumentos falsos y por este modo lleva a sus interlocutores a conclusiones equivocadas, no se trata de argumentación, sino de manipulación.

1.1.2. Persuasión y justificación

Bajo el término *persuasión* entendemos la conducta del emisor del texto que desempeña varias funciones. Su función primordial es la de persuadir, además tiene la función de influir, valorar, conseguir o animar. A. Jaklová (Jaklová, 2002:169-176) en su artículo menciona que el objetivo de la persuasión consiste en la formación de la conciencia de los receptores y su impacto a la opinión pública. En este sentido la persuasión es el rasgo constituyente del estilo publicitario funcional. Al final del artículo, resume los criterios que conforman un texto mediático persuasivo y los divide en criterios verbales y no verbales. Los verbales tienen que cumplir dos condiciones de la persuasión: **comprensibilidad y credibilidad.**

La credibilidad es primordial para la persuasión, ya que para hacer aceptar al receptor las opiniones presentadas es necesario mostrar razones/muestras que puedan convencerlo de la credibilidad del texto. Los criterios no verbales, los subdivide en acústicos (en la

radio, televisión), visuales (fotografías, tablas, esquemas, gráficos, ...) y gráficos (varios tipos de titulares, tipografía, estructura del texto...).

Díaz (Díaz, 2002:2), al contrario de Jaklová, que destaca la comprensibilidad y la credibilidad como condiciones primordiales de persuasión, destaca la importancia del juego a las emociones de los destinatarios:

“La persuasión es un acto discursivo intencional encaminado a lograr una acción o una determinada línea de conducta en un destinatario (persona o grupo) apelando más a sus emociones, deseos, temores, prejuicios, y todo lo relacionado con el mundo de los afectos, que a su raciocinio.” (Díaz, 2002:2)

Según él, en la persuasión no es tan necesario apoyarse en informaciones veraces, reales, es decir, se pueden utilizar hasta mentiras que sirvan para lograr el fin requerido. El propósito de la persuasión es que uno haga determinadas acciones o que crea algunas cosas o hasta que cambie su modo de pensar, algo que de otra forma no creería o no haría.

Sin embargo, Klapetek (Klapetek, 2008:84) menciona que, la persuasión es un tipo de influencia en la cual el destinatario está siendo influido y persuadido voluntaria e involucradamente y participa en el proceso de aseguración sobre la justificación de una opinión. No admite el uso de la fuerza, coacción o manipulación.

La persuasión puede apelar a nuestros sentimientos con argumentos no válidos, pero no nos puede forzar a aceptarlos, si no queremos. La necesidad de persuadir a alguien está hoy en día bastante relacionada con el sector comercial y económico y casi siempre está también vinculada con la necesidad de manipular a alguien.

Encuentra la Hipoteca que mejor se Adapta a Ti. Contacta con nuestro gestor ¡Pide tu cita! Sin comisión de apertura. Planificar tu futuro con Sabadell nunca fue tan fácil ¡Pídelo! Cuotas Variables. Consulta Sin Compromiso. Hipotecas a tu Medida. Tarifas Personalizadas.

La intención de este fragmento³ es claramente persuasiva. El autor quiere persuadir a los receptores de que pidan la hipoteca del banco Sabadell. No obliga al receptor a hacer algo o pensar algo involuntariamente, el receptor tiene posibilidad de decidirse por sí solo. Para el fin de persuadir se utilizan varios elementos lingüísticos:

³Recuperado de: https://www.hipotecasabadell.es/sabadell_1-6/?tsource=03.17_Mejor_Ex_Hipoteca_305520513735&distribuidor=google&sem=sem-non_brand:nf-google:nc-hi:ag-hipoteca:f-texto:kw-la_mejor_hipoteca:mp-cpc:ga-bs&gclid=Cj0KCQjw3qzzBRDnARIsAECmryoK3EI9uv8BbjUf_mT3p63n3NlcpFCVmq5ERZXv2kyYCrUZ9AK6Gv0aAuX0EALw_wcB (2020/03/26)

En el fragmento hay cuatro oraciones imperativas mediante las cuales el autor se dirige directamente al destinatario. Los verbos que se dirigen al destinatario van en segunda persona del singular de imperativo (*encuentra, contacta, pide, pídelo*), así que el autor tutea a los destinatarios (a lo mejor para acercarse más a los destinatarios). Asimismo, el fragmento consta de cinco frases nominales sin predicados que presentan razones (argumentos) que tienen la intención de persuadir al destinatario sobre los beneficios/ventajas de la hipoteca. El uso de estas frases nominales cortas puede querer lograr mencionar la máxima información posible con el uso de las menos palabras posibles. Otro elemento puede ser el uso “incorrecto” de las letras mayúsculas. Algunas palabras en las cuales el autor quiere poner mayor énfasis están escritas con la primera letra en mayúscula (*Adapta a Ti, Hipoteca, Variables, Sin Compromiso, Medida, Personalizadas*). El hecho de referirse al planteamiento del futuro del destinatario puede ser un intento de apelar a los sentimientos de este. Sin embargo, el argumento que “nunca fue tan fácil planear el futuro” no es, en ningún caso, válido.

La justificación, a diferencia de la persuasión, no nos quiere persuadir de algo, sino que nos presenta razones que son válidas y que nos pueden hacer cambiar nuestra opinión o nos llevan a hacer algo. La meta es igual, pero los caminos son diferentes. La persuasión está dispuesta a darnos razones veraces, pero también falsas o insuficientemente razonadas, cosa que la justificación no admite.

Estamos en emergencia climática

1/09/2019 | Clima (tema), Revista Nº 101

[...]

La sucesión de hechos este verano, como la desaparición del glaciar de Okjökull, incendios forestales como los de los bosques boreales y en el Amazonas y los fenómenos meteorológicos extremos que hemos vivido, muestran lo cerca que estamos de una alteración extrema de los ciclos que regulan el clima de nuestro planeta.

La opinión de que estamos en emergencia climática⁴ se justifica por medio de presentar acontecimientos reales que sucedieron. Se trata de argumentos válidos que dan razones a partir de las cuales los destinatarios pueden cambiar su punto de vista/opinión/actitud.

⁴ Recuperado de: <https://www.ecologistasenaccion.org/128093/estamos-en-emergencia-climatica/> (2020-03-26)

Hay que señalar que en un texto argumentativo nos podemos encontrar lo mismo con el uso de la justificación igual que con el uso de la persuasión. Como hemos visto más arriba, el propósito de la argumentación es convencer a un auditorio sobre algo, para que este cambie su punto de vista o para que actúe. A tal efecto, nos presenta varias justificaciones y otros argumentos que tienen el propósito de persuadirnos sobre la veracidad de su discurso.

La heterosexualidad es peligrosa

[...]

Las estadísticas más recientes revelan que cada día siete mujeres mueren a manos de sus maridos, exmaridos, padres de sus hijos, compañeros sentimentales o novios en uno de los países de la comunidad económica europea.

[...]

La heterosexualidad

es un régimen sexual necropolítico que sitúa a las mujeres, cis o trans, en la posición de víctima y erotiza la diferencia de poder y la violencia.

El primer argumento que justifica la opinión de que la heterosexualidad es peligrosa⁵ se basa en los resultados de unas supuestas estadísticas existentes, por ello, *a priori* y, solo si fueran válidas, serían un argumento válido que justifica la opinión presentada. El segundo argumento es más un juicio personal y quiere persuadir al receptor a que crea que la heterosexualidad sitúa a las mujeres en la posición de víctima sin poner razones más justificadas.

1.2. Historia de la argumentación

Ya desde tiempos remotos la humanidad necesitaba recursos para influir en el comportamiento de otras personas. Al principio no se trataba tanto de la persuasión por medio del habla, sino más bien del uso de la fuerza para lograr lo que uno quería. Con el comienzo de la formación de estados y religiones se procedió paulatinamente a usar, a parte de recursos por la fuerza, también recursos verbales para influir el pensamiento y comportamiento de los demás. El arte de conseguir algo por medio del habla y no por medio de la fuerza, tiene sus orígenes en la antigua Grecia en el siglo V a. C., cuando surgió la necesidad a crear discursos políticos y jurídicos en la democracia ciudadana. Debido a esto, empezaron en consecuencia varios autores a escribir libros de retórica. Luego se dedicaron a la retórica los sofistas, quienes se centraban más en la forma del discurso que en el contenido mismo del discurso. Así se crearon discursos retóricos de forma culta, pero desde el punto de vista del contenido estaban vacíos. El primer filósofo

⁵ Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2019/11/24/opinion/1574609789_778125.html (2020/02/11)

que criticó esta actitud era Sócrates (en su libro *Faidros*), luego Platón o Aristóteles. (Kraus, 1976:228-232)

También el arte de la persuasión tiene su origen en Grecia. La diosa griega de la persuasión y la seducción se llamaba Peithó. Incluso su nombre en griego antiguo significa “persuasión”. Se decía que ayudaba a sus favoritos o a aquellos que le sacrificaban algo para ganarse su gracia. A aquellos, les ofrecía amor y éxito. (Gándara, 2016) No obstante, en Grecia y en el Imperio romano existían también personajes reales que se dedicaban al estudio de la argumentación y la persuasión, entre ellos podemos destacar por ejemplo a Aristóteles, Protágoras, Cicerón, o Quintiliano.

Como sostiene M. (Čechová, 1999: 39-42), Aristóteles (384 – 322 a. C.) proclamaba que, para buscar la verdad, hay que utilizar dos procedimientos mentales: deducción e inducción. La manera de argumentar es, según Aristóteles, cuestión del contenido, de la organización del discurso y de la estilización. Rechaza la idea de los sofistas que destacaban la importancia de una forma culta del discurso, que podía llegar a estar vacía, sobre la importancia del contenido.

La obra más conocida de Aristóteles es la *Retórica*. En este libro se centra, por ejemplo, en las características de un rétor y de sus oyentes.

Cicerón (106 – 43 a. C.) determinó que la tarea de un orador es, buscar un tema, justificar su discurso, dividir el tema y ordenar los argumentos con el uso del lenguaje adecuado y así recordar el discurso preparado para luego poder exponerlo adecuadamente (Čechová, 1999: 39-42). Cicerón escribió durante su vida una gran cantidad de libros, de los cuales se conservaron hasta hoy día solo algunos y algunos solamente parcialmente. De sus libros podemos mencionar por ejemplo el libro *De la Invención* que se dedica a la retórica y el libro *Del Orador* que es escrito en forma de diálogo y trata de definir al orador ideal, y donde destaca la importancia de la retórica encima de la importancia del derecho y de la filosofía. (Clayton, web)

Sin embargo, la argumentación y la persuasión no son cosa solamente de los filósofos, políticos o del clero. Aunque muchos de nosotros no se dan cuenta, la argumentación forma parte de la vida cotidiana de cada uno de nosotros.

Cuando escuchamos la radio, leemos un periódico o vemos la tele, nos encontramos a menudo con diferentes argumentos de un periodista, un político o un invitado. En

conversaciones o discusiones con amigos, profesores o padres, tratamos de convencer uno al otro sobre nuestras opiniones acerca de cualquier asunto: qué es saludable para nuestro cuerpo y mente, qué es bueno para los niños, cómo estudiar lo más eficaz posible, por qué elegir a este partido político y no a ése,... Para este fin utilizamos argumentos, razonamientos, explicaciones que consideramos ser adecuados para convencer o persuadir a nuestro destinatario sobre lo que queremos.

La argumentación tiene lugar también en nuestro propio interior. Muchas veces tenemos dudas sobre nuestro propio punto de vista acerca de una problemática y lo que hacemos en nuestra mente para justificar o refutar la opinión sobre la cual tenemos dudas es dar argumentos en favor y en contra. Este diálogo interno puede terminar o por aceptar la opinión o por rechazarla y en consecuencia podemos cambiar nuestro punto de vista también.

2. Teorías de la argumentación

Como acabamos de leer hace solo unas páginas, la argumentación forma parte de la vida de cada uno de nosotros y ya nuestros remotos antecesores se dedicaban al estudio de esta problemática. Es un recurso que posee gran fuerza para lograr lo que uno quiere por vía (no solamente) del habla. Un buen orador quien sepa dominar el arte del habla, dispone de un arma poderosa con la cual puede luchar por una buena causa y ganar, pero que también puede hacer mucho daño. Mediante el habla determinamos nuestra posición en la sociedad, formamos nuestra personalidad y creamos nuestras vidas de la forma que deseamos. Para tomar una decisión, hacemos una argumentación interior mediante la cual buscamos la mejor solución del problema: damos argumentos en favor y en contra y a partir de ellos finalmente nos decidimos.

La argumentación se utiliza en muchas esferas, entre ellas podemos mencionar la política, el derecho, la lógica, la matemática, la retórica, la lingüística, la economía, etc. De ello se desprende que obviamente existen varias maneras de estudiar la argumentación, y estas concuerdan en algunos puntos y se difieren en otros. No se pueden vislumbrar fronteras claras entre estas formas de estudio, ya que tratan la misma materia pero desde diferentes enfoques. En este capítulo vamos a ver más de cerca cuatro maneras de estudiar la argumentación y estas son: argumentación en lógica, en retórica, en pragmática y en lingüística.

Algunas informaciones van a coincidir mucho a través de las categorías, o se van a diferenciar particularmente en la denominación de términos y ligeramente en su definición o en la división de los componentes argumentativos. Con más detalle vamos a ver la argumentación en lingüística, puesto que es el foco más relevante para los fines del presente trabajo.

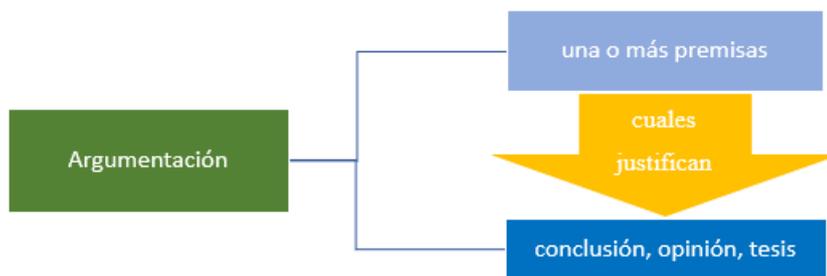
2.1. Argumentación en lógica

La lógica se podría caracterizar como una ciencia sobre el arte de la argumentación correcta o de la deducción correcta, ya que su deber es estudiar diferentes métodos/maneras cómo se pueden deducir las conclusiones de las premisas dadas y cómo justificar la veracidad de esas premisas. Trata explicar cómo argumentar y cómo opinar bien y también cómo impedir a la argumentación incorrecta, o hasta falsa.

La lógica ha formado desde siempre parte de la filosofía y servía a los filósofos para inventar argumentos sobre varios asuntos, sin embargo, hoy en día se utiliza la lógica

también en otros sectores. Nos podemos encontrar con ella en las matemáticas, la informática e en el derecho.

La conclusión (tesis, opinión) y las premisas que sirven para justificar/probar a la conclusión, son las partes obligatorias de un argumento. Para que el argumento sea eficaz, hay que exponer justificaciones creíbles que apoyen la tesis, porque solamente la convicción del emisor de la argumentación no sería suficiente. Estas justificaciones o, en otras palabras, las premisas, “*son las afirmaciones mediante las cuales usted ofrece sus razones*” (Weston, 2006:19)



En la lógica se subdividen los argumentos utilizados en varios tipos. Nosotros vamos a ver solamente dos de ellos, los argumentos deductivamente válidos y los argumentos inductivos (otros tipos son, por ejemplo: los argumentos normativos, facultativos, analíticos, formalmente válidos, abductivos, ...)

2.1.1. Los argumentos deductivamente válidos

Los argumentos deductivamente válidos son aquellos argumentos, en los cuales la conclusión procede lógicamente de sus premisas, y si estas son correctas (válidas), entonces la conclusión tiene que ser también correcta. No es posible que, en caso de la veracidad de todas las premisas, la conclusión sea falsa. Sin embargo, la conclusión no puede ser veraz/correcta, si al menos una de las premisas no es veraz.

| | | |
|---|---|---|
| <p>P1: Si no me levanto a las seis, no llego a tiempo al trabajo.</p> <p>P2: Me levanté tarde.</p> <p>Por lo tanto,</p> <p>C: Llegué tarde.</p> |  | <p>P1: Si no me levanto a las seis, no llego a tiempo al trabajo.</p> <p>P2: Me levanté a las seis.</p> <p>Por lo tanto,</p> <p>C: No llegué tarde.</p> |
|---|---|---|

En el primer ejemplo silogístico de las dos premisas se puede lógicamente deducir la conclusión. Es lógico que, si me tenía que levantar a las seis para llegar a tiempo y yo no me levanté a esa hora, es obvio que llegara tarde. Por el contrario, en el segundo caso, las premisas no bastan para deducir de ellas la conclusión de que no llegué tarde, puesto que algo podría pasar por el camino al trabajo o por otras razones. Es decir, la conclusión de estas no procede lógicamente de sus premisas y por eso no es válida.

2.1.2. Argumentos inductivos

Está claro que no todos los argumentos pueden ser deductivamente válidos. Los argumentos que se pueden justificar solamente parcialmente y las conclusiones que no derivan lógicamente de sus premisas, los clasificamos como argumentos inductivos. Los argumentos inductivos se utilizan en cuanto que no es posible encontrar ningún argumento deductivamente válido (porque si uno puede utilizar un argumento deductivamente válido, es siempre mejor -> son los argumentos más fuertes). Muy a menudo nos encontramos en alguna situación en la que nuestro conocimiento es restringido e insuficiente para poder argumentar por medio de argumentos deductivamente válidos. En este caso, podemos acudir a los argumentos inductivos, los cuales suelen utilizar la generalización para justificar la conclusión. Se pueden apoyar en una estadística, una encuesta, un sondeo mediante el cual hacen generalizaciones. El éxito de las estadísticas depende del número de los encuestados en comparación con la cantidad total del grupo entero. Para que el argumento inductivo sea lo más objetivo, es necesario crear una muestra lo más representativa posible.

| Argumento deductivamente válido: | Argumento inductivo: |
|--|--|
| P1: Tenemos las clases de Sintaxis cada lunes. | P1: Hasta ahora hemos tenido la clase de Sintaxis cada lunes en el aula S3. |
| P2: Hoy es lunes. | P2: Hoy es lunes |
| Entonces: | Entonces: |
| C: Hoy tenemos la clase de Sintaxis. | C: Hoy también vamos a tener la clase de Sintaxis en el aula S3. (probablemente) |

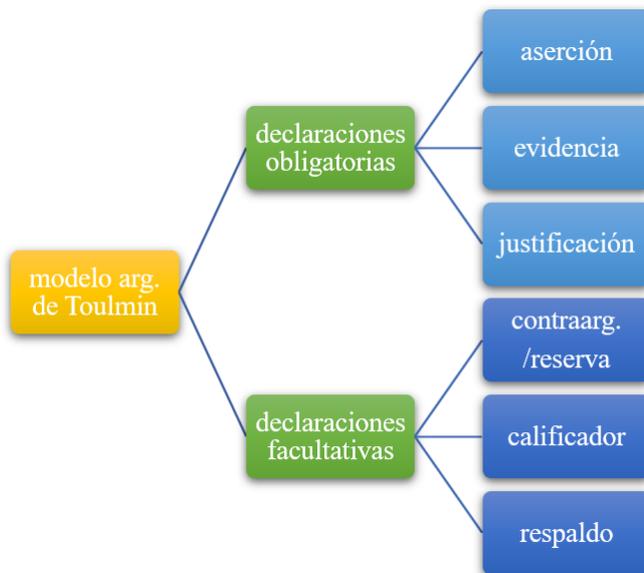
El primer argumento se basa en dos premisas, y como ambas son veraces, la conclusión de ellas derivada también tiene que ser correcta. El segundo argumento se basa en dos premisas de las cuales la segunda es la misma que en el caso del primer argumento y la primera es casi la misma, la diferencia entre ellas está en su formulación. La conclusión se deduce del hecho de que hasta ahora ha sido así. No obstante, puede suceder que el aula cambie o que el profesor no pueda llegar a clase (porque está enfermo).

Un ejemplo más del argumento inductivo (aunque es más bien una generalización inductiva) basado en una encuesta, o estadística puede ser:

| |
|--|
| P1: Carmen, una jubilada de 86 años, vota al partido comunista. |
| P2: José, un jubilado de 70 años, vota al partido comunista. |
| ... |
| P100: Dolores, una jubilada de 69 años, vota al partido comunista. |
| Por lo tanto, |
| C: Todos los jubilados votan al partido comunista. |

2.1.1. Composición de la argumentación según Stephen Toulmin

Stephen Toulmin, un filósofo, matemático y lógico británico, expresó sus objeciones a la investigación de los argumentos cómo los practica la lógica formal y presentó su modelo argumentativo, conocido hoy en día como modelo argumentativo de Toulmin. (Toulmin, 2003:87-100) Según él, una argumentación buena y lógica se compone de seis declaraciones. También proclama que la argumentación no siempre sigue las reglas del silogismo (la conclusión es deducida de las premisas).



- 1) **Aserción** (*claim*) -> la idea (tesis) sobre la cual trata la argumentación y que se quiere explicar mediante las evidencias. También indica la posición del emisor sobre el asunto discutido.
- 2) **Evidencia** (*ground*)-> es el conjunto de las premisas y las creencias que sirven para apoyar la argumentación. Su tarea es apoyar la aserción. Puede ser en forma de estadísticas, citas de un experto... Sin las evidencias es muy fácil a refutar una aserción
- 3) **Justificación, garantía** (*warrant*) – sirve para conectar la aserción con las evidencias. Su deber es justificar la evidencia
- 4) **Contraargumentos/reserva** (*rebuttal*) -> en esta declaración entran las excepciones de la aserción que disponen de alguna fuerza a refutar a las justificaciones. Al crear un discurso argumentativo, es útil pensar también en sus puntos débiles y sus limitaciones para perfeccionar el tema. Esto sirve para saber defenderse delante de los interlocutores.

- 5) **Calificadores** (*qualifier*) -> indica la fuerza de otras categorías de la argumentación – ya sea la fuerza de la aserción, evidencia... No todas las informaciones utilizadas para argumentar son siempre verdaderas o correctas. Para señalar el grado de la fuerza argumentativa y la probabilidad que pone en los datos utilizados el interlocutor se utilizan, entre otros, los modificadores o diferentes modos verbales (subjuntivos, condicional) Los calificadores sirven para reforzar o debilitar la argumentación.
- a. Modificadores modales: *usualmente, algunas veces, quizá, seguramente, probablemente, tal vez, sin duda.*
 - b. El modo de los verbos.
- 6) **Respaldo** (*backing*) -> El respaldo da un apoyo adicional a la justificación, puede presentarse en forma de ejemplos, estadísticas, datos que tienen la intención de apoyar la justificación. El respaldo es necesario cuando los interlocutores tienen preguntas acerca de la garantía/justificación. La relación entre la justificación y el respaldo es igual a la de la aserción y la evidencia.

La aserción, la evidencia y la justificación son componentes obligatorios de la argumentación. Los tres restantes componentes son solamente facultativos y el emisor los puede utilizar si le parece apropiado, pero no tiene que hacerlo obligatoriamente.

El siguiente ejemplo⁷ es tomado de una página americana con el título:

My Thoughts on Veganism... and Why I'm Not Vegan

Aserción: El hecho de comer una dieta vegana es lo más importante que puede hacer un norteamericano para disminuir su impacto al medioambiente.

Evidencia: La cría de carne es el mayor contribuyente a nuestras sequías crecientes y al agotamiento de recursos naturales.

Justificación implícita: La crianza de ganado gasta, entre otros recursos, mucha agua.

Respaldo: Para producir una hamburguesa se necesitan más de 600 galones de agua.

La aserción que proclama que lo más importante que puede hacer un norteamericano es comer una dieta vegana es justificada por un dato real en forma de evidencia, aunque

⁷ Recuperado de: <https://robgreenfield.tv/vegan/> (2020/04/01)

no viene mencionado de dónde proviene la información. El adjetivo en forma de superlativo “lo más importante” cumple la función del calificador. En la evidencia, se podría considerar como calificador el pronombre posesivo “nuestra”, ya que ataca a los sentimientos y a la responsabilidad de los lectores a que toman el problema por ser también suyo. La justificación, o la garantía que respalda la evidencia no está explícitamente puesta en el texto, sin embargo, se puede deducir del respaldo de esta que menciona la cantidad de agua que se gasta al producir una hamburguesa. La presente argumentación no consta de un contraargumento, pero se podría considerar a ser por sí sola un contraargumento a la información dicha en el título “...y porque no soy vegano”. Esta argumentación pone razones por las cuales vale la pena ser vegano así que debilita a los argumentos que apoyan la opinión de no ser vegano.

Aserción: “He tomado la decisión de que vamos a prolongar la cuarentena hasta que termine Semana Santa”, anunció Alberto Fernández

Evidencia: [...] de esta forma se logrará que “el ciclo de desarrollo del virus en el cuerpo se cumpla dos veces, así vamos a tener datos más claros de cómo se incuba la enfermedad”.

Garantía/justificación: “Con esto vamos a lograr seguir controlando la transmisión del virus”, justificó.

Respaldo: “Es un largo camino, pero es una guerra contra un ejército invisible que nos ataca en lugares donde a veces no esperamos”, agregó.

Conclusión: “Los resultados van a ser muy favorables”

La aserción de esta argumentación⁹, proveniente del periódico Infobae, tiene forma de una cita del discurso de Alberto Fernández y está puesta en negrita para subrayar la importancia de lo dicho. En la cita, el autor primero utiliza verbo en primera persona del singular (he tomado) para señalar que ha sido su decisión, sin embargo, en la segunda oración ya utiliza verbo en forma de primera persona del plural (vamos a prolongar) la cual incluye, a parte de él, también los otros miembros del gobierno. La evidencia justifica

⁹ Recuperado de: <https://www.infobae.com/politica/2020/03/30/alberto-fernandez-anuncia-la-extension-de-la-cuarentena-total/> (2020/04/01)

la decisión tomada con el uso de una oración adverbial de modo que señala que la prolongación de la cuarentena será el modo de cómo obtener datos más relevantes sobre la incubación de la enfermedad. La justificación es apoyada por garantía. El respaldo respalda toda la argumentación y tiene forma de una metáfora que asimila la enfermedad al ejército y la lucha contra la enfermedad a la guerra. Esta argumentación también tiene su conclusión, que es, igual que la aserción, puesta en negrita.

2.2. Argumentación en retórica

La palabra “retórica” proviene del término griego “Rhésis” que significa el habla/lenguaje. Y la palabra “rétor” en la antigua Grecia denominaba al maestro de la palabra (Kohout, 2000:15). Según Aristóteles, cada buen rétor tenía que poseer tres características personales imprescindibles para persuadir/convencer a los interlocutores. Estos son: *pathos*, *logos* y *ethos*¹⁰.

El *pathos* trabaja con emociones, el emisor trata de influenciar las emociones de sus interlocutores. Mediante el *pathos*, el emisor provoca las emociones requeridas (ya sean la compasión, euforia, consentimiento o enojo, enfado, ...) Para provocar estos sentimientos/emociones, el rétor puede utilizar diferentes recursos: tono, lenguaje corporal, historias personales, etc. El *logos*, al contrario, trabaja con la lógica. Para persuadir utiliza razonamientos, datos, estadísticas o citas de autoridades. La misma palabra “lógica” proviene de la palabra griega “*logos*” que significa “*la palabra o lo que expresa el pensamiento interno*” o “*el pensamiento interno por sí solo*”¹¹ Y por último, el *ethos* apela a la ética. La palabra griega “*ethos*” se traduce como “*costumbre/hábito*” o también “*carácter*” y la palabra “*ética*” proviene de ella. Mediante el *ethos*, el rétor trata de impresionar a sus oyentes y hacerles creer que él es creíble y que vale la pena escucharlo.

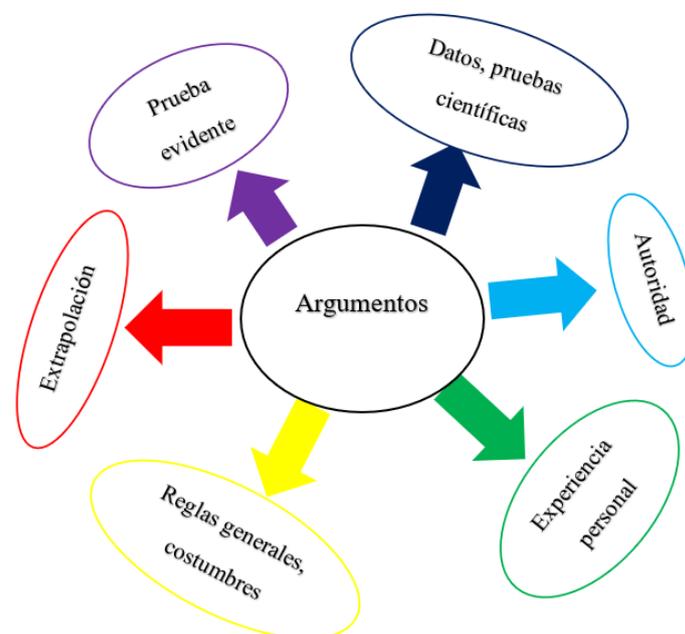
La retórica se centra en la estilística y en la interpretación de los discursos públicos, en otras palabras, se enfoca en cómo preparar un discurso y cómo presentarlo al público. Su objetivo es convencer a los oyentes sobre algo. Para estos fines utiliza tanto los medios verbales como los no verbales. Trabaja con la entonación, la pronunciación, con el color de la voz, ... También es primordial saber elegir bien los términos lingüísticos, saber

¹⁰ Recuperado de: <https://pathosethoslogos.com/> (2020/03/31)

¹¹ Recuperado de: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0058:entry%3Dlo/gos> (2020/03/31)

ordenar bien el discurso o utilizar vocabulario adecuado. La retórica puede ser utilizada para lograr tanto buenos como malos fines. Por medio de ella se puede manipular a los oyentes por ejemplo mediante el uso de informaciones falsas o incompletas (Adolf Hitler era sin duda un buen rétor que utilizaba la retórica para manipular a la gente).

Como ya hemos dicho, la retórica tiene como fin convencer a sus oyentes sobre algo (sobre el punto de vista del rétor, sobre la veracidad de una teoría, ...). De ello resulta que utiliza argumentación para conseguir su meta. A continuación, vamos a ver seis grupos de argumentos, de los cuales los primeros dos son los más fuertes y luego siguen los que tienen menos fuerza para persuadir al interlocutor.



Una **prueba evidente** es la mejor manera de persuadir a alguien sobre algo. Si a alguien le posibilitamos que vea las cosas tal y como son de verdad puede cambiar de opinión más fácilmente.

Las pruebas tienen especial importancia en ciencias, donde mediante varios experimentos se consigue una prueba evidente sobre cómo son las cosas de verdad. Sin embargo, no siempre es posible dar pruebas evidentes a nuestros receptores ni a nosotros mismos. Por ejemplo, no podemos probar si Dios existe o no existe (aunque muchos dirían que se pueden probar ambos puntos de vista.). También puede pasar que, a pesar de que presentemos a alguien una prueba evidente, este no va a cambiar su opinión, puede ser porque tiene una idea fija sobre el tema y no está dispuesto cambiarla por ninguna razón, o porque tiene en la problemática sus propios intereses (un propietario de una

fábrica de automóviles probablemente no va a dejar de producir coches, aunque alguien le mostrara el mal impacto que tiene su producción en el medioambiente).

Otro tipo de argumentos son los **datos/informaciones de encuestas/pruebas científicas**. En otras palabras, podríamos definir este grupo de argumentaciones como pruebas de segundo grado. Algo que está bien razonado o fundado en los resultados de investigaciones etc.

Con lo que hemos señalado previamente está vinculado también la **opinión de una autoridad**. Estos argumentos de autoridad confían en que los destinatarios van a creer en la veracidad de lo dicho, porque si lo dice X, entonces tiene que ser verdad. Una autoridad puede estar presentada por un personaje famoso, por un experto en la materia, por una organización o hasta por un escrito (la Biblia, el Corán, leyes). Es primordial que la autoridad utilizada en una argumentación sea una autoridad para el destinatario, porque si no es así, el argumento resultaría flojo (No tiene sentido persuadir a un vegetariano/vegano sobre los efectos buenos del consumo de carne aún con el respaldo de una opinión de una autoridad.).

Ejemplo¹² de argumento basado en datos de una encuesta + una opinión de autoridad:

La exposición de los niños a los anuncios de comida basura y bebidas azucaradas se asocia con la compra de alimentos no saludables y está relacionada con el aumento alarmante de la obesidad infantil.

[...]

. El número de

niños y adolescentes obesos en el mundo pasó de 11 millones en 1975 a 124 millones en 2016; es decir, se incrementó 11 veces, con graves costos individuales y sociales.

“Es hora de replantear la salud infantil, de modo que se considere que los niños y su bienestar son una prioridad en los programas de desarrollo de todos los gobiernos por encima de todas las demás consideraciones”, ha asegurado **Henrietta Fore**, directora ejecutiva de Unicef en la presentación de estas cifras.

La opinión de que los anuncios de comida basura y las bebidas azucaradas contribuyen al aumento de la obesidad infantil está apoyada por datos de una encuesta para ver el impacto de los anuncios en la sociedad. Luego viene una opinión de una autoridad en forma de cita de la directora ejecutiva de Unicef que señala que ya es hora de solucionar este problema. La opinión respaldada por Unicef funciona en este caso más que como un argumento como una conclusión: Se podría reformular como “Por eso/ de ello resulta que ya es hora de replantear [...]”

¹²Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2020/02/17/planeta_futuro/1581965016_812656.html (2020/04/01)

La **experiencia personal** es otra fuente de argumentos. Creo que es conveniente utilizarla más en la argumentación informal, en casa cuando los padres o abuelos explican algo a sus descendientes y para aumentar la credibilidad de lo dicho utilizan sus propias experiencias. También tiene sentido utilizarla si el emisor es una persona importante, una autoridad, en los ojos de los interlocutores. Si no es así, es muy difícil que una referencia a una experiencia personal del emisor cambiara el punto de vista del interlocutor (Si el emisor es demócrata y tiene experiencia tanto con el comunismo como con la democracia y quiere presentar los pros y contras a un interlocutor comunista quien tiene sus propias experiencias de ambas épocas, no sería capaz de persuadirlo a partir solo de su experiencia).

En el siguiente anuncio ¹³, comprobamos que el dato de que los SUV aumentan el riesgo de atropello está respaldado por argumento en forma de experiencia personal del autor del texto (lo puedo comprobar prácticamente cada día). Pone dos ejemplos (por un lado, dos) de su experiencia: una de su experiencia laboral y otra de su vida familiar.

[...] según un estudio, los SUV **aumentan el riesgo de atropello**, sobre todo de niños.
Lo puedo comprobar prácticamente cada día. Por un lado, porque al probar vehículos nuevos toda, debido al mercado, conducir muchos SUV. Dos, porque llevo a los **niños al colegio caminando** a diario y hay que pasar por muchos garajes de los que salen, cada vez más, numerosos SUV. Y no ven a los niños que van por la acera... a apenas un metro de ellos. Son los sensores de proximidad en ocasiones los primeros en detectarlos, antes que el conductor. Sensores y cámaras periféricas que, de nuevo hay que pagar (por suerte muchos ya cuentan con ellos).

Las **reglas comunes o costumbres** también pueden servir como argumentos, aunque no muy fuertes. Se apoyan en que algo se suele hacer así, por lo que está correcto o, al revés, algo no se puede hacer, porque está prohibido (por la ley o por costumbre), entonces está mal.

¹³Recuperado de: <https://noticias.coches.com/consejos/suv-seguridad-visibilidad/374325> (2020/04/01)

En este anuncio se nos presenta que¹⁴ la opinión de que una relación de pareja puede morir también debido a otras razones como el maltrato o la infidelidad” está apoyada por el argumento que presenta una regla general: los que se aman se preocupan uno por otro. Con el hecho de romper esta regla se puede llegar a la conclusión que la pareja está junta solo por costumbre y no por amor.

Para que una relación de pareja muera no siempre es necesario que haya maltrato o infidelidad, muchas veces el amor se va perdiendo poco a poco hasta que se esfuma y siguen juntos simplemente por costumbre.

[...]

Cuando alguno de los dos está triste, preocupado, una pareja que se ama normalmente se preocuparía en ver qué le sucede, qué puede hacer, en qué puede ayudar para que su pareja esté mejor, cuando están juntos por costumbre no existe esta preocupación por el otro, simplemente se piensa “ya se le pasará”.

Y como último grupo de argumentos vamos a ver la **extrapolación**, que es el hecho de *aplicar a un ámbito determinado conclusiones obtenidas en otro*¹⁵. Su finalidad es predicar qué podría pasar en el futuro, por ejemplo, mediante los hechos pasados y presentes de los cuales se predicen las consecuencias. Este tipo de argumentos no es fuerte. Ya muchos han predicho el fin del mundo si no cambiamos de nuestro estilo de vida, sin embargo, aparentemente seguimos aquí en el planeta hasta hoy en día.

Ejemplo de argumento basado en extrapolación.:¹⁶

No hay que olvidar que según algunas predicciones, algunas de las cuales incluyen cálculos matemáticos, **es probable que para el año 2100 nos extingamos debido, en gran parte, a la crisis ambiental**. Para el ambientalista Bill McKibben, si no combatimos el cambio climático es probable que ya para el 2050 veamos preocupantes ascensos en el nivel de los océanos, lo que pondrá en peligro islas como las Filipinas. Además, el agotamiento de recursos provocará guerras por los mismos; por ejemplo, por el agua dulce.

La predicción se basa en algunos cálculos matemáticos y en otras predicciones (pero no se dice en cuáles) que se aplican al tema del medio ambiente. En la oración sustantiva que está puesta en negrita se puede ver la incertidumbre del dato presentado que presenta solamente una posibilidad: es posible que para el año 2100 nos extingamos, pero también es posible que no. Lo mismo se puede observar en la oración siguiente (*es probable que ... veamos ...*)

¹⁴Recuperado de: <https://www.enpareja.com/estilodevida/Asi-notas-que-estan-juntos-por-costumbre-20171217-0012.html> (2020/04/01)

¹⁵ Recuperado de: <https://dle.rae.es/extrapolar>

¹⁶ Recuperado de: <https://ecoosfera.com/como-sera-mundo-2050-futuro-ciencia> (2020/04/01)

2.3. Argumentación en pragmática

La pragmática es una rama de la semántica que tiene una rama en la lingüística y su objetivo es el estudio del “*uso del lenguaje en función de la relación que se establece entre enunciado-contexto-interlocutores.*” (Diccionario de términos Cervantes: web)¹⁷

La pragmática estudia los enunciados como hechos que tienen alguna intención y con los cuales se pretende hacer algo. Se dedica al estudio del contexto, a la intención del emisor o a cómo los interlocutores interpretan el mensaje. Se centra en los factores extralingüísticos como, por ejemplo, en el conocimiento del mundo o en el conocimiento que comparten el emisor y los interlocutores, en la situación comunicativa, en la entonación o en el lenguaje corporal.

Como dicen Catalina Fuentes Rodríguez y Esperanza Alcaide Lara (Fuentes y Alcaide, 2002:13) todo lenguaje sirve para lograr algo de alguien ya sea para persuadirlo ya sea solamente para no sentirnos solos o para animar al otro. Es el hablante y la situación comunicativa quienes deciden si el enunciado tiene como propósito comunicar/anunciar algún hecho o presentar una opinión con el fin de convencer/hacer pensar al destinatario. Las palabras en sí no poseen una carga argumentativa, depende del contexto en el cual se usen. Los únicos elementos que sí que la poseen son los marcadores argumentativos que son los conectores y los operadores. El propósito del enunciado

Hoy hace mucho frío y en la radio dicen que va a llover.

puede simplemente ser una simple notificación sobre la realidad o puede querer expresar la opinión de que sería adecuado vestirse bien y llevar un paraguas. La interpretación depende del contexto, de la entonación, de la relación de los interlocutores (si se lo dice una madre a su hijo o se lo dicen compañeros del trabajo).

Tengo mucha hambre.

Esta frase se puede interpretar de varias maneras: depende de quién es el emisor, quien es el destinatario y cuál es el contexto. Si lo dice un hijo a su madre, puede significar que quiere que la madre le haga/traiga algo para comer. Si lo dice un trabajador a su

¹⁷ Diccionario de términos Cervantes: Pragmática. *Centro Virtual Cervantes* [online]. Instituto Cervantes, 2020 [cit. 2020-03-02]. Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/pragmatica.htm

compañero, puede querer expresar que es hora de comer y si pudieran ir a comer ya. O el emisor no pretende nada más que comunicar cómo se siente sin ningún sentido oculto.

En nuestra comunicación diaria solemos emitir nuestras opiniones con el fin de influir en el pensamiento de nuestro destinatario sin presentar justificaciones y hasta sin dar conclusiones. Al decir “*Creo que Ana nunca ha tenido un novio*” el emisor puede o simplemente expresar cómo piensa que es la realidad o puede querer llevar a la conclusión que Ana no es una chica muy atractiva o que es fea/tonta o lo que sea.

En este caso el emisor cuenta con que sus destinatarios sean capaces de deducir el sentido requerido. Es la manera más fácil de argumentar sin tener responsabilidad por lo que uno ha dicho porque si alguien se opusiera, el emisor podría argumentar con que no quería ofender a Ana, sino solamente expresar lo que pensaba.

Como vemos, muchas veces depende de la situación comunicativa o del contexto si el enunciado se interpreta como un comentario, una justificación o como un argumento. También puede pasar que el destinatario no reconozca cuál era la intención del emisor y toma una argumentación por ser un simple comentario o al revés. Para que no pase esto, es primordial que el emisor y los interlocutores tengan el mismo conocimiento del mundo. En otras palabras, la correcta decodificación del sentido de un enunciado depende de los constituyentes pragmáticos.

En el caso: *No voy a subir más el tono de la voz*, sin poner la oración en un contexto, lo que podemos decir sobre ella es que es una oración enunciativa negativa. Sin embargo, al ponerla en contexto adecuado, ya podemos ver también su intención. Si está pronunciada por una autoridad (profesor, padres) tiene intención de apelar a los alumnos/hijos para que se callen. En este caso se trata de una orden, así que podríamos clasificarla como oración exhortativa y no enunciativa.

Para comprender e interpretar correctamente este fragmento ¹⁸, hay que conocer el contexto y también tener los conocimientos en la materia tratada.

Según los resultados, en condiciones de homeostasis, la ausencia de plexina-B2 no afectó la supervivencia, ni la capacidad para proliferar de la microglía. No obstante, la delección sí inhibió el movimiento y la migración microglial, hecho que también ocurrió en el tejido dañado.

¹⁸ Recuperado de: <https://www.investigacionyciencia.es/noticias/identifican-una-protena-que-promueve-la-reparacion-de-las-lesiones-medulares-18387> (2020/04/01)

El fragmento contiene términos técnicos (*homeostasis, plexina-B2, microglía, delección, tejido*) que los profanos no tienen por qué conocer (o los conocen, pero ya no saben cuál es su significado). Por eso puede suceder que no todos los lectores serán capaces de decodificar apropiadamente el significado del enunciado.

2.3.1. Los actos de habla según Austin:

El filósofo británico, John Langshaw Austin, se dio cuenta de que los enunciados tienen influencia en la realidad y que solamente con decir algo se puede hacer algo. Por ejemplo, al decir “*te lo prometo*” me obligo a hacer algo o los novios al decirse “*sí*” delante de un oficiante/cura entran en el matrimonio. El “*sí*” es entonces un acto en sí mismo, no solamente un enunciado que sirviera para informar sobre la realidad.

El acto de habla, a veces también denominado acto de lenguaje o acto lingüístico es “*un acto que se lleva a cabo mediante la propia emisión de un enunciado con una finalidad determinada en un contexto dado.*”¹⁹ La finalidad de cada enunciado puede ser diferente: o quiere informar, saludar, describir, ordenar, suplicar, criticar, prometer o aconsejar.

texto descriptivo²⁰

El calor resultante de la quema de ciertas cantidades de carbón **hace hervir el agua que se convierte en vapor**. Ese vapor es capturado y dirigido para alimentar una serie de elementos **que ponen en marcha la máquina**.

El propósito de este fragmento es describir cómo funcionan las máquinas de vapor. Las informaciones cruciales están puestas en negrita para subrayar su importancia. Las oraciones utilizadas son enunciativas.

texto informativo²¹

La deforestación es la **eliminación de un bosque o un grupo de árboles para que a partir de entonces la tierra sea convertida para un uso no forestal**. Ejemplos de la deforestación son la conversión de bosques las granjas, ranchos, para el uso urbano.

El texto explica de forma resumida qué significa la palabra “deforestación” y cuál es la intención de la deforestación. La definición más importante está, como en el ejemplo

¹⁹Recuperado de: https://www.ecured.cu/Acto_de_habla (2020/04/01)

²⁰Recuperado de: <https://okdiario.com/curiosidades/como-funcionan-maquinas-vapor-824446> (2020/04/01)

²¹Recuperado de: <https://www.ecologiahoy.com/deforestacion> (2020/04/01)

más arriba, en negrita y tiene forma de oración compuesta con oración subordinada final introducida por “para que”.

texto que da consejos²²

Asegúrate de que en algún lugar del packaging o del envase se especifica que la crema es **no comedogénica**, especialmente si tienes espinillas o acné, así evitarás que el producto obstruya los poros y empeore el problema.

El texto se dirige directamente al receptor por medio del uso de verbos en segunda persona del singular. La primera oración es imperativa y tiene intención conativa – apela al lector a que se mire al envase/*packaging* a averiguar sus cualidades. En la segunda parte de la oración (en la oración condicional: si tienes espinillas o acné, así evitarás que el producto obstruya...) se explica la razón por la cual el autor aconseja al lector asegurarse de que la crema no es comedogénica. El autor también utiliza un anglicismo, *packaging*, que se podría definir como un “xenismo”, ya que existe una palabra española para referirse a envase/paquete y no hay por qué utilizar un término extranjero. La razón de utilizarlo puede consistir en querer hacer el texto más interesante/especial.

Los actos de habla se dividen en tres actos diferentes que se realizan al mismo tiempo a la hora de hablar/escribir: actos locutivos, ilocutivos y perlocutivos:

| Actos de habla según Austin | | |
|--|---|---|
| acto locutivo | acto ilocutivo | acto perlocutivo |
| <ul style="list-style-type: none"> • el acto físico de emitir el enunciado • <i>decir, comunicar, anunciar,...</i> | <ul style="list-style-type: none"> • expresa la intención/meta del hablante • dónde, por quién, por qué • <i>afirmar, prometer, ordenar, suplicar, aconsejar,...</i> | <ul style="list-style-type: none"> • la acción provocada por dicha emisión en el interlocutor • <i>convencer, interesar, aburrir, calmar, enfadar,...</i> |

Los actos perlocutivos son los que más se relacionan con los textos argumentativos que tienen la intención de persuadir/convencer al interlocutor. El acto perlocutivo se

²²Recuperado de: <https://www.mujerhoy.com/belleza/tratamientos/201904/01/crema-hidratante-cara-piel-grasa-20190401090008.html> (2020/04/01)

podría definir como los efectos relacionados con el uso de los actos comunicativos. Cuando decimos algo, a menudo influimos al oyente de alguna manera, o le provocamos un tipo de emociones, o le hacemos pensar, o hasta le podemos animar/obligar a hacer algo.

El acto locutivo lo podemos entender como la emisión de un enunciado, formado por palabras de una lengua existente, y, que además es gramáticamente correcto y que lleva algún significado (Marvan, 2010:167). Y, por último, el acto ilocutivo expresa la intención, o la meta del hablante y se refleja en la entonación, formulación del enunciado (si se trata de una orden, pregunta, un consejo, ...). Puede utilizar verbos como: *prometo*, *suplico*, *deseo*, mediante los cuales el emisor expresa su intención y además por medio de ellos puede dar al enunciado una cierta fuerza (fuerza ilocutiva):

Si te lo prometo, entonces lo haré sin duda alguna.

En la argumentación oral, en la cual actúa el emisor y al menos un interlocutor presente, podemos encontrar todos los tres actos de habla. El acto locutivo es el propio hecho de emitir la argumentación, el acto ilocutivo es la intención del emisor que quiere lograr por medio de su argumentación y el acto perlocutivo es la reacción del interlocutor a la argumentación, si cambia de opinión, si se enfada, si se opone a lo dicho, si tiene preguntas, si le aburre o si le da igual.

En la argumentación escrita, el acto locutivo es el hecho de emitir el texto argumentativo, el acto ilocutivo consiste en que podemos deducir cuál es la intención del emisor, quién es el emisor (no siempre) y a veces también podemos saber por qué lo ha escrito (lo menciona en el texto). Lo que podemos solamente presumir, pero no determinar con certeza será un acto perlocutivo, podemos solo opinar si el texto tiene demasiada fuerza para persuadir a sus interlocutores, quiénes son los interlocutores ideales del dicho texto y quiénes no lo son, cómo reaccionarán a la argumentación,...

El acto locutivo de este mensaje²⁴ es el hecho de emitirlo, el acto ilocutivo es la intención del texto de persuadir a los interlocutores a que compren el Juicer. Para este fin

Jack La Lanne's Power Juicer brinda todas las vitaminas y minerales que tu cuerpo necesita. Es la juguera que garantiza mayor cantidad de nutrientes por vaso de jugo y te permite mejorar tu dieta y la de toda tu familia. Su exclusiva tecnología de extracción patentada permite introducir frutas y verduras sin necesidad de cortar ni pelar.

²⁴ Recuperado de: <https://www.teleshopping.com.uy/producto/jack-la-lannes-power-juicer/> (2020/03/25)

se utilizan expresiones que califican el producto: *todas las vitaminas, mayor cantidad, mejorar tu dieta, exclusiva tecnología, extracción patentada*. También se utilizan verbos como *permitir, necesitar, garantizar* para aumentar la importancia del producto. El acto perlocutivo se diferenciará según quién será su destinatario. Este puede o convencerse sobre la utilidad del producto y comprarlo, o puede rechazarlo, o no prestar atención a él, etc.

2.3.2. Los enunciados constativos y performativos

Otra división de los enunciados hecha también por Austin es la división a los enunciados **constativos** y a los **realizativos/performativos** (Svoboda, 2014:8). Los enunciados constativos son aquellos que describen el estado de las cosas o constatan cómo es la realidad de forma veraz o falsa. Por el contrario, las preguntas, órdenes o los deseos, entre otros tipos de enunciados, no tienen intención de constatar o describir. Estos tienen intención provocar en nosotros alguna emoción o quieren que hagamos algo, que respondamos, que nos disculpemos,... Este tipo de enunciados se incorpora en las emisiones performativas. Las emisiones performativas son aquellas que no pueden ser calificadas como verdaderas o falsas, más bien como adecuadas o inadecuadas.



| Tipo de emisión | Ejemplo | Análisis |
|-----------------------|---|---|
| Emisión constativa: | El Mercedes-AMG 63 S 4Matic+ Coupé es capaz de acelerar de 0 a 100 km/h en el 3,8 segundo y alcanzar una velocidad máxima de 280 km/h ²⁶ | Se presentan hechos que se pueden verificar y determinar si son verdaderos o falsos. |
| Emisión performativa: | <p>27</p> | Su intención no es informarnos sobre algo, sino animarnos a hacer algo: en este caso a comprar el vestido. La intención de que uno haga algo se puede ver en la forma del verbo que está en imperativo y también por el signo de exclamación (hay una falta de ortografía en el uso del signo de exclamación y falta una tilde, debería ser: ¡contáctanos!) |

En la argumentación se utilizan ambos tipos de enunciados, los constativos y los performativos. Con los constativos se pueden presentar datos reales, justificaciones que son verdaderas y que apoyan nuestra tesis presentada y con los performativos se puede lograr que el interlocutor haga algo a partir de la argumentación: que cambie una opinión, su comportamiento, etc.

²⁶ Recuperado de: <https://noticias.coches.com/noticias-motor/mercedes-amg-gle-63-s-4matic-coupe/373130> (2020/03/21)

²⁷ Recuperado de: <https://www.facebook.com/Vestidos.De.15.Anos.Modernos/videos/865971890133948/> (2020/03/21)

2.4. Argumentación en lingüística

En este subcapítulo nos vamos a centrar en la argumentación desde el punto de vista lingüístico. Vamos a ver cuáles son los constituyentes obligatorios de la argumentación y cuáles son los constituyentes facultativos. A continuación, vamos a seguir una estructuración de varios tipos de argumentación y de argumentos.

Según Lo Cascio (Lo Cascio, 1998:137), un lingüista italiano, cada argumentación debe formarse de una opinión y una justificación (constituyentes obligatorios). Una sola opinión puede ser defendida por más justificaciones. La justificación está, según él, compuesta por un argumento y una regla general. La regla general es la garantía que sostiene o justifica el argumento o algún dato presentado. Puede ser objetiva, pero también subjetiva y no suele ser directamente expresada en el texto, sino que se basa en el conocimiento general de los interlocutores. Lo Cascio la define como:

“La regla general debe ser siempre el conector semántico-lógico entre la opinión y el argumento. Su presencia en el ámbito semántico y lógico es indispensable, mientras que en el ámbito lingüístico es facultativo. Así, en la mayor parte de las tesis, la regla general está ausente en el ámbito lingüístico, es decir, se encuentra implícita, en tanto que puede reconstruirse semánticamente a partir de deducciones o por implicación (entimemas).” (Lo Cascio, 1998:137)

El término “regla general” no lo he encontrado en ninguna otra fuente que no sea la de Lo Cascio y puesto que en la mayoría de los casos está ausente del texto, no nos vamos a dedicar a ella más profundamente.

Para este trabajo vamos a partir de que los constituyentes obligatorios de la argumentación son dos: la opinión y la justificación de esta. Esta estructura de la argumentación es muy parecida a la de la lógica donde la argumentación se compone de una tesis/conclusión y una o varias premisas que sirven para la justificación de la tesis/conclusión.

El orden de las categorías obligatorias no es fijo y se puede cambiar en cada situación argumentativa, aunque lo más común es que como primer elemento presentado vaya la opinión y luego las justificaciones.

2.4.1. Constituyentes facultativos según lo Cascio

Lo Cascio también habla de otros componentes que pueden aparecer en la argumentación. Los denomina constituyentes facultativos entre los cuales incluye: la

fuente, el calificador, la reserva, la alternativa/contraopinión y el refuerzo. A continuación, vamos a ver cada constituyente más detalladamente.



En la argumentación se suelen también utilizar los intensificadores o, en otras palabras, los indicadores de fuerza. Estos sirven para conectar los enunciados y para indicar su papel dentro de un discurso (Lo Cascio, 1998:199) Pueden introducir el argumento (porque, ya que, pues), la opinión (por consiguiente, así pues) o los constituyentes facultativos: La fuente (dado que, es cierto que), el calificador (probablemente), la reserva (a no ser que), el refuerzo (no obstante) y la contraopinión (a pesar de).

La fuente:

La fuente tiene mucha importancia en el proceso de convencimiento. Se utiliza para añadir al argumento credibilidad o puede funcionar por sí misma como argumento que se basa en el supuesto de que, si lo dice X, entonces tiene que ser verdad. La fuente de la información puede ser muy variada: libros, enciclopedias, diccionarios, reportes, trabajos presentados en algunas conferencias, investigaciones, sitios web o hasta una persona real (una autoridad). La categoría de la fuente se podría comparar con dos tipos de argumentos según su naturaleza, que hemos visto en el apartado sobre la argumentación en retórica. Y estos son los datos de encuestas o, en otras palabras, los datos estadísticos y la opinión de una autoridad.

La tesis sobre la cual se desarrolla la argumentación en el siguiente fragmento²⁹ está expresada por medio de una pregunta retórica.

¿Hay razones para preocuparse? Para muchos europeos la respuesta es sí, no solo a causa de la creciente dimensión del islam en Europa, sino también porque los europeos sobreestiman muchísimo la cuota musulmana de la población total. Según una encuesta realizada en 2014 por el *Social Research Institute*, los franceses creyeron que el porcentaje de musulmanes en Francia era un 31%, cuando la proporción real no supera el 6%. En Alemania, estas cifras son respectivamente del 19% frente al 4%.

Primero, el autor menciona una posible conclusión, en forma de respuesta “sí” y añade un argumento que justifica esta conclusión. El argumento se basa en el hecho de que el islam en Europa crece y también en que los europeos sobreestiman el número de la población musulmana en Europa. El contraargumento a que los europeos sobreestiman el número de la población musulmana está apoyado por resultados de una encuesta realizada que a continuación compara con los datos reales para mostrar que no hay por qué preocuparse (conclusión no expresada) El uso de la fuente en este caso no sirve para aumentar el grado de credibilidad, sino al contrario, para señalar que la realidad es otra y que la opinión pública no se apoya en informaciones válidas.

El calificador

El calificador “*puede tener un carácter deóntico y en consecuencia expresar la necesidad, la obligación de algo o bien ser epistémico, es decir, expresar la probabilidad e indicar si los enunciados son verdaderos o falsos, y en qué momento temporal y en qué mundo o lugar se encuentran uno u otro.*” (Lo Cascio, 1998: 143). El calificador puede acompañar al igual a una opinión y a un argumento. Sin embargo, no debería acompañar un dato, porque así el dato resultaría raro, inválido. El calificador añade al enunciado cierta “subjetividad”, indica cuál es la opinión o el punto de vista del emisor. El papel de calificador pueden ejercerlo los verbos modales, adverbios o locuciones adverbiales, algunos sustantivos o algunos verbos: *a mi parecer, por lo que parece, probablemente, genial, terrible, lamentable, mentiroso, ...*

²⁹ Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/los-musulmanes-en-europa-la-construccion-de-un-problema/> (2020/04/01)

El adjetivo calificativo “inefable” califica al nombre “Barclays”. Va antepuesto al sustantivo, pero no tiene función explicativa, más bien quiere expresar la opinión del emisor sobre Barclays con un tono de ironía. También el sintagma nominal “estrellita presumida” indica la relación del autor a Barclays por el uso del diminutivo y del adjetivo calificativo especificativo que va pospuesto al sustantivo.

La reserva

La reserva sirve para mostrar que desde una sola opinión o un solo dato se puede llegar a más conclusiones según cómo miremos a la situación. En la argumentación se halla como coordinada con el argumento principal y de cierta manera se relacionan entre sí.



El dato sobre el cual se argumenta se encuentra en la primera oración. El argumento que justifica este hecho sigue en la oración siguiente y está introducida por el adverbio “probablemente” que indica la causa por la cual Paula siempre recibe un sobresaliente. El adverbio “probablemente” funciona en este ejemplo como calificador del argumento. El uso del tiempo futuro simple “será” es otro elemento que señala la probabilidad de la información transmitida y se podría considerar como otro calificador. La reserva presenta otra posibilidad de justificar el dato presentado. En caso de que sea correcto, rechazaría la veracidad del argumento previamente mencionado. La reserva va introducida por un intensificador de fuerza “a no ser que” que sirve para introducir una opinión contraria.

El refuerzo

En la argumentación se utiliza para aumentar la credibilidad o para justificar más profundamente la opinión sostenida por el emisor. En contra del refuerzo se halla la reserva que tiene como propósito añadir otra opinión. Por el contrario, el refuerzo pretende reforzar la opinión/ el dato presentado. El refuerzo suele ser introducido por

³³ Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/opinion/que-esperas-besarme-nid2329852> (2020/02/11)

indicadores de fuerza de tipo: “*si se tiene en cuenta el hecho de que..., no obstante..., aunque...*”.

La tesis del artículo del cual proviene este ejemplo³⁴ trata de si los musulmanes representan en serio un problema en Europa.

Hay que tener en cuenta
que existe muchísima crueldad en el mundo y que la violencia religiosa ha surgido en muchos lugares, no solamente en los países islámicos. No obstante, hemos de reconocer que la violencia islamista ha superado a todas las demás formas de violencia por la fe, no necesariamente en términos de magnitud, sino de “teatralización” de la violencia yihadista por vía de los medios de comunicación y desbordamiento de los atentados terroristas, que han alcanzado a la propia Europa (véase *Faith, freedom and foreign policy*, Transatlantic Academy, Nueva York, 2015).

Para encontrar la conclusión adecuada se ponen argumentos a favor y en contra de ambos puntos de vista. La primera oración del ejemplo es un argumento en contra de la opinión de que los musulmanes sean un problema, porque admite que la crueldad no es cuestión solamente de los países islámicos, sino que en el mundo existe mucha crueldad y en muchos lugares ha surgido violencia religiosa no islámica. Después viene un refuerzo del argumento en pro de la opinión de que los musulmanes representan un problema que es introducido por “*No obstante*” (organizador textual que introduce una oposición). El refuerzo enumera las razones por las cuales la violencia islámica ha superado a todas otras violencias religiosas y al final se menciona la fuente de la cual provienen las informaciones presentadas.

La contraopinión

Y por último queda mencionar la contraopinión o, en otras palabras, la alternativa. Mediante la contraopinión, el emisor puede utilizar en su argumentación un argumento que se contrapone a la opinión expresada al principio y la debilita. Los indicadores de fuerza que pueden introducir a una contraopinión son por ejemplo “*a pesar de ello, con todo, dado que*”.

³⁴ Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/los-musulmanes-en-europa-la-construccion-de-un-problema/> (2020/02/11)

Internet le está ganando al buen uso del lenguaje. (O) [...] En un nuevo escenario donde la rapidez y la efectividad en la entrega del mensaje prima, se pierde la calidad del mismo, pasando por alto reglas y convenciones. (A1) Muchos abogan que la razón para acortar palabras o cambiar una letra por otra es la manera que se tiene de “personalizar el mensaje” cuando no se entrega cara a cara.³⁶

La opinión sostenida por el autor de que “Internet le está ganando al buen uso del lenguaje” está apoyada por un argumento a favor de la opinión que proclama que este fenómeno pasa debido a que prevalece la rapidez y efectividad al buen uso del lenguaje y en consecuencia se pierde la calidad de los mensajes. Después sigue la contraopinión que expresa la opinión pública de aquellos que lo apoyan. El contraargumento se podría introducir, por ejemplo, por el marcador discursivo/indicador de fuerza “a pesar de ello”. La contraopinión es una concesión que admite también la segunda cara de la moneda de la problemática tratada. En la primera oración, podemos observar la personificación de Internet y del buen uso del lenguaje. Por esta vía se siente como si los dos combatieran entre sí y el ganador fuera Internet.

2.4.2. Comparación de los constituyentes argumentativos según lo Cascio y el modelo argumentativo de Toulmin

Lo Cascio (Lo Cascio, 1998:137) dice que cada argumentación se compone de dos (o tres) constituyentes obligatorios, los cuales son: la **opinión** y su **justificación** que se puede subdividir en **argumento** y en **regla general**. En el modelo argumentativo de Toulmin (Toulmin, 2003:87-100) podemos encontrar también tres componentes obligatorios – la **aserción**, que es la idea básica de la argumentación, la **evidencia** cuyo deber es el de apoyar la aserción y por último la **justificación** o, la garantía, que sirve como conector entre los dos componentes anteriores.

La *opinión* de Lo Cascio podemos igualarla a la *aserción* de Toulmin. La evidencia se forma por los argumentos que respaldan la aserción/opinión. El mismo deber cumple también la categoría de Lo Cascio. Sin embargo, Toulmin incluye a esta categoría también las estadísticas, citas, opiniones de autoridades etc. Así que su concepto de la evidencia es más amplio que la categoría del argumento de Lo Cascio, ya que Lo Cascio tiene una categoría solo para las informaciones tomadas por terceros y esto es la **fuerza**. La regla general de Lo Cascio se puede comparar con la justificación de Toulmin. Es la conexión

³⁶ Recuperado de: <https://www.guioteca.com/internet/ortografia-en-internet-llego-el-fin-de-las-reglas/> (2020/02/11)

entre la opinión/tesis/aserción y el argumento/la evidencia. Puede estar expresada en la argumentación o puede estar implícita. Si está implícita, entonces cuenta con que los conocimientos del mundo de ambos (del emisor y de su interlocutor) sean los mismos. Si no lo son, puede ocurrir la malinterpretación del argumento.

Las categorías facultativas de ambas teorías contienen los **calificadores, contraargumentos, reservas, y refuerzo/respaldo**. Toulmin, al contrario de Lo Cascio, pone el contraargumento y la reserva en una sola categoría. Estos según Lo Cascio, no son iguales, la reserva sirve para señalar que de una sola tesis/opinión puede, con el uso de diferentes justificaciones, llegar a diferentes conclusiones, en cambio mediante la contraopinión/contraargumento el emisor admite que hay también otras posibilidades de cómo mirar al asunto tratado y así debilita de cierta forma la fuerza de sus argumentos. La categoría de la fuente de Lo Cascio, está incluida en el modelo de Toulmin en la categoría de evidencia.

Por lo visto, ambos autores coinciden en gran medida en lo que consideran ser constituyentes obligatorios y facultativos de la argumentación. Se difieren en la amplitud de las categorías, Lo Cascio las tiene más específicas y delimitadas y también pone más énfasis en los intensificadores de fuerza. Otra diferencia se puede ver en la denominación de las categorías, pero esta diferencia podía ocurrir debido a las traducciones del inglés e italiano al español.

2.4.3. Otros recursos utilizados en la argumentación

A parte de los constituyentes obligatorios y los facultativos que acabamos de ver, la argumentación utiliza también otro tipo de recursos que hay que mencionar. Uno de estos recursos es la **pregunta retórica** cuyo objetivo no es “*manifestar duda o pedir respuesta, sino expresar indirectamente una afirmación o dar más vigor o eficacia a lo que se dice.*”³⁷ Se utiliza también con el propósito de hacer pensar al interlocutor sobre lo dicho. La pregunta retórica puede quedar sin respuesta o el emisor puede dar la respuesta justo después de pronunciar la pregunta.

³⁷ Recuperado de: <https://dle.rae.es/pregunta#GEDWp8e>

Entramos en un **círculo vicioso** de comprar y comprar. Pero, ¿desde cuándo **cantidad** es sinónimo de **felicidad**? ¿Por qué no compramos menos y de más calidad?

Las dos preguntas retóricas del ejemplo³⁹ presentado están introducidas por el conector “pero” que tiene valor de oposición, contraopinión. La intención de las preguntas retóricas en este caso es hacer pensar al destinatario sobre el sentido de comprar tanto. Se puede esperar que el autor va a presentar a continuación algunas posibles respuestas a ellas. El uso de las preguntas retóricas puede despertar un interés al tema presentado en los destinatarios.

La **presentación de ejemplos** es otro recurso que se emplea en la argumentación. Mediante un ejemplo el autor puede explicar con más claridad cuál es su punto de vista/opinión o puede aproximar el asunto tratado a los interlocutores mediante una parábola que conocen bien.

Lo que sabemos nos hace equivocarnos en muchos aspectos, una tendencia general conocida como la “**maldición del saber**”.

Por ejemplo, cuando sabemos la respuesta a un enigma, ese conocimiento hace que nos sea más difícil calcular cuánto le costará a otra persona resolverlo: lo vemos **más fácil** de lo que realmente es.

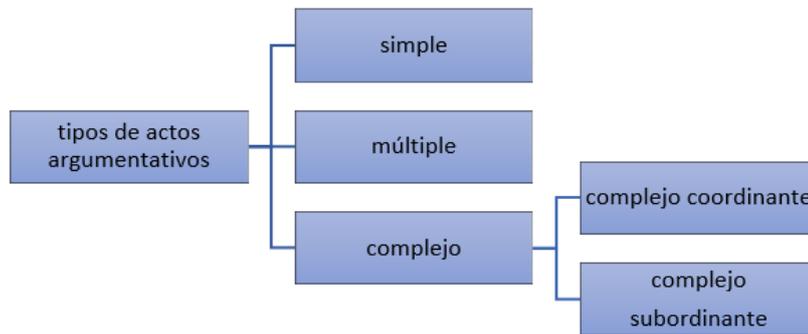
La presentación de un ejemplo ilustrativo sirve, en este caso⁴⁰, para que el destinatario pueda entender correctamente al enunciado que “lo que sabemos nos hace equivocar en muchos aspectos”. Sin poner aquí un ejemplo ilustrativo, el enunciado podría resultar vago o podría causar malentendidos.

2.4.4. Los actos argumentativos

La argumentación se puede encontrar en muchos tipos de actos comunicativos ya sean dialógicos o monológicos y desempeña varias funciones. Ya que el propósito de este trabajo es el análisis de la argumentación en los textos de medios de comunicación de masas, con especial atención a la publicidad e internet, a continuación, vamos a ver solamente la estructura de la argumentación escrita y monológica.

³⁹Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/participacion/hemos-convertido-a-los-ninos-en-consumistas-precoces-196397> (2020/02/11)

⁴⁰ Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2018/05/14/ciencia/1526289524_876609.html (2020/04/01)



Los actos argumentativos (AA) se pueden dividir entre simples, múltiples y complejos. Los simples se constituyen solamente de una opinión y de un argumento. Por el contrario, los AA múltiples y los complejos se componen de una opinión y de dos o más argumentos. Los múltiples están formados por una opinión que está apoyada por dos o más argumentos de los cuales cada uno sería suficiente para justificar la opinión. Los AA complejos se pueden dividir entre coordinantes y subordinantes, según el nivel de los argumentos. Si los argumentos se hallan en el mismo nivel y todos los argumentos son necesarios para justificar una sola opinión, entonces se trata del AA complejo coordinante. El AA subordinante se constituye otra vez de una opinión y dos o más argumentos, de los cuales algunos funcionan al mismo tiempo como opinión para otro argumento. Los argumentos de todos los tipos de los actos argumentativos pueden estar o a favor o en contra de la opinión y pueden ser u objetivos o subjetivos.

AA simple

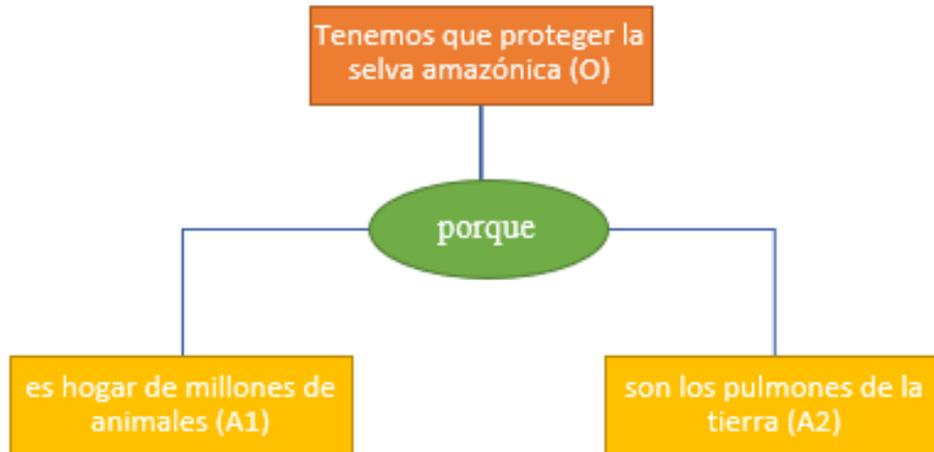
Si todos los días aplicamos unos 10 productos distintos, podemos aumentar el riesgo de sensibilización y alergias de nuestra piel.⁴¹



⁴¹Recuperado de: <https://smoda.elpais.com/belleza/si-solo-vas-a-comprar-un-cosmetico-que-sea-esta-crema/> (2020/02/11)

AA múltiple

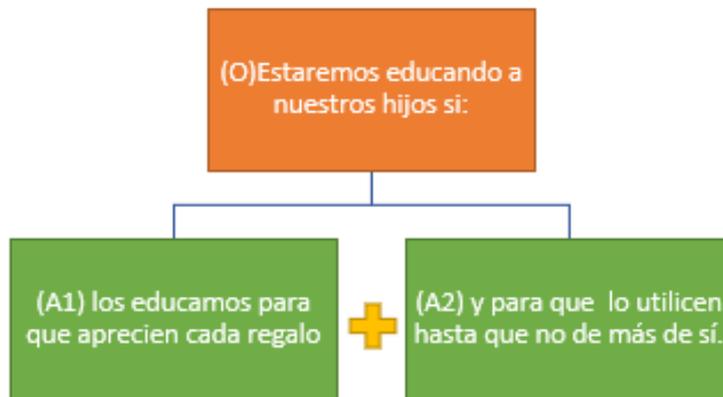
Tenemos que proteger la selva amazónica (O), porque es hogar de millones de animales (A1) y son los pulmones de la tierra (A2).



Se trata de AA múltiple, porque cada uno de los dos argumentos bastaría para justificar la opinión presentada.

AA complejo coordinante

Si educamos a nuestros hijos para que aprecien cada regalo y lo utilicen hasta que no de más de sí, entonces estaremos educándoles.⁴²

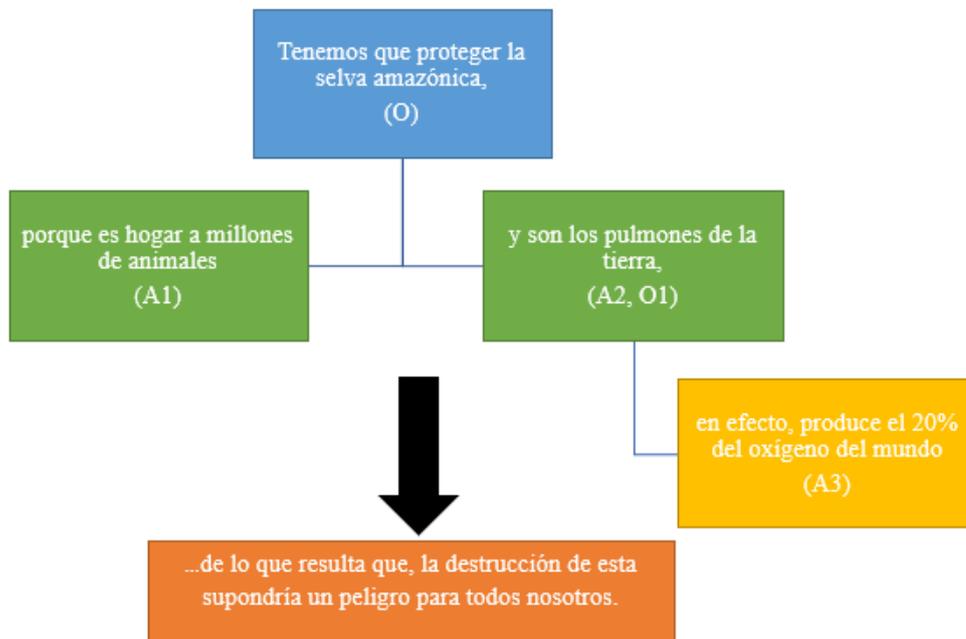


Para justificar la O se necesitan ambos, el A1 como el A2. Ambos argumentos se encuentran en el mismo nivel y ni uno ni otro se pueda quitar de la argumentación. Así que se trata de AA complejo coordinante. Ambos argumentos van introducidos por "si" que es un conector que presenta una condición.

⁴²Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/participacion/hemos-convertido-a-los-ninos-en-consumistas-precoces-196397> (2020/02/11)

AA complejo subordinante

Tenemos que proteger la selva amazónica, porque es hogar a millones de animales y son los pulmones de la tierra, en efecto, produce el 20% del oxígeno del mundo, de lo que resulta que, la destrucción de esta supondría un peligro para todos nosotros.



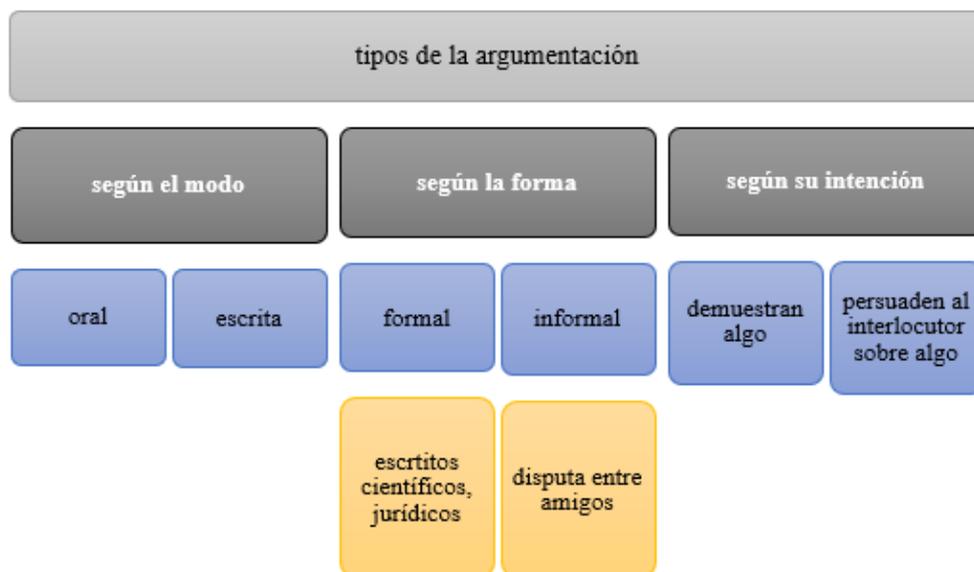
Todo el AA está formado por una oración compuesta. La opinión se encuentra en la primera oración y el primer argumento sigue en la oración causal introducida por la conjunción “porque”. El segundo argumento también tiene forma de oración causal, a pesar de que es introducido por la conjunción “y” que señala la coordinación: la oración se podría bien introducir por “y porque” (la conjunción “y” señala la coordinación de las dos oraciones causales y la conjunción “porque” señala la subordinación a la oración principal). El A2 también funciona como O1 para el A3. El A3 se podría calificar como refuerzo, ya que añade credibilidad e importancia al A2. El A3 va introducido por una locución adverbial “en efecto” que funciona otra vez como calificador.

3. Características de la argumentación

En este capítulo vamos a hablar sobre algunos rasgos típicos de una argumentación. Primero vamos a dividir los diferentes tipos de argumentaciones en grupos y vamos a caracterizar cada grupo con más detalle. Luego vamos a mencionar quiénes son los protagonistas de la argumentación, sin embargo, esta parte será muy breve, ya que este trabajo se enfoca en el análisis de textos argumentativos donde el emisor no está en ningún contacto con el destinatario. El destinatario no tiene ningún poder de influir el desarrollo de la argumentación, así que para nuestros fines sería información redundante. La parte más importante de todo el capítulo muestra la estructura de la argumentación escrita y menciona cuáles son sus funciones. Los conocimientos teóricos serán posteriormente utilizados para elaborar un análisis de un texto argumentativo que se encuentra al final del presente capítulo.

3.1. Tipos de argumentación

Existen muchas divisiones en tipos de argumentación. Cada autor que se dedica a la temática de la argumentación los divide diferente. La división que vamos a ver aquí parte de las informaciones obtenidas en el libro de Lo Cascio (Lo Cascio, 1998: 29 – 123)



3.1.1. Según el modo

La argumentación puede ser escrita u oral. La estructura de los textos argumentativos escritos es diferente a la estructura de la argumentación oral, ya que en la argumentación oral pueden actuar también los interlocutores que están presentes, un factor que en el caso de la argumentación escrita queda omitido.

La argumentación escrita suele ser también mucho más rigurosa que la oral. Aún dentro de la argumentación escrita hay que distinguir entre los diferentes tipos de textos argumentativos. No se trata del mismo tipo de argumentación en las entrevistas, los artículos, las cartas del director, los textos científicos, etc. Las diferencias, las podemos ver por ejemplo a nivel de la organización de las opiniones y argumentos, en los diferentes exponentes lingüísticos utilizados, en las distintas estructuras oracionales y textuales o en el diferente nivel de credibilidad y veracidad de las opiniones.

La argumentación oral se usa entre otros en las discusiones, debates o foros. En la argumentación oral puede variar la relación entre el emisor y el receptor: como ya hemos dicho, en algunos casos puede participar en la argumentación/discusión también el receptor, en ese caso hablamos de argumentación bilateral. Y en el caso de que el único protagonista sea el emisor hablamos de argumentación unilateral. Un gran rol a la hora de la argumentación oral lo juega la naturalidad del emisor, su entonación, el ritmo y la claridad de su discurso.

3.1.2. Según la forma

Hay que diferenciar entre la argumentación formal y la informal/coloquial. La argumentación formal podemos encontrarla, por ejemplo, en escritos científicos o jurídicos, en discursos políticos, en conferencias de todo tipo, etc. Suele ser preparada de antemano y por eso se podría decir que la mayoría de las argumentaciones escritas pertenece también a la argumentación formal. El emisor puede utilizar un lenguaje especializado/técnico para el cual se necesita cierto conocimiento de la materia por parte de los interlocutores. La argumentación formal suele ser organizado con un gran rango de conectores y marcadores discursivos, cosa poco utilizada en el caso de la argumentación informal.

La argumentación informal, por el contrario, no suele ser preparada, sino que es más espontánea. No tiene que estar bien organizada ni las opiniones sostenidas se tienen que basar en argumentos válidos/creíbles, ... Un ejemplo de argumentación informal puede ser una disputa entre amigos u otras argumentaciones orales de la vida cotidiana de cada uno de nosotros.



Este ejemplo de Mafalda⁴³ nos puede servir como muestra de una argumentación informal. El emisor de un juicio personal no tiene que tener bien pensadas las razones y justificaciones a partir de las cuales sostiene esta opinión y por eso no es capaz de defender su opinión adecuadamente y es fácil derrotarla.

3.1.3. Según su intención

También el objetivo de la argumentación puede variar. Por ejemplo, un texto argumentativo científico pretende demostrar la veracidad de una teoría surgida como resultado de una previa investigación. Para este fin el emisor presenta pruebas, datos y resultados o hasta conclusiones que justifican y apoyan a su teoría.

Otro objetivo tienen los textos argumentativos que quieren persuadir a sus interlocutores sobre cualquier cosa. La madre puede persuadir a su hijo de que vaya a la universidad para tener mejor trabajo en el futuro y le da argumentos que pueden, pero no tienen que ser válidos ni veraces. O un político pretende persuadir mediante su discurso a la gente de que su partido político es el único del que puede provenir el bienestar para todos los habitantes del país.

3.2. Protagonistas de la argumentación

Los protagonistas de una argumentación son básicamente un emisor (protagonista) y un posible interlocutor (antagonista). El interlocutor antagonista no tiene que estar

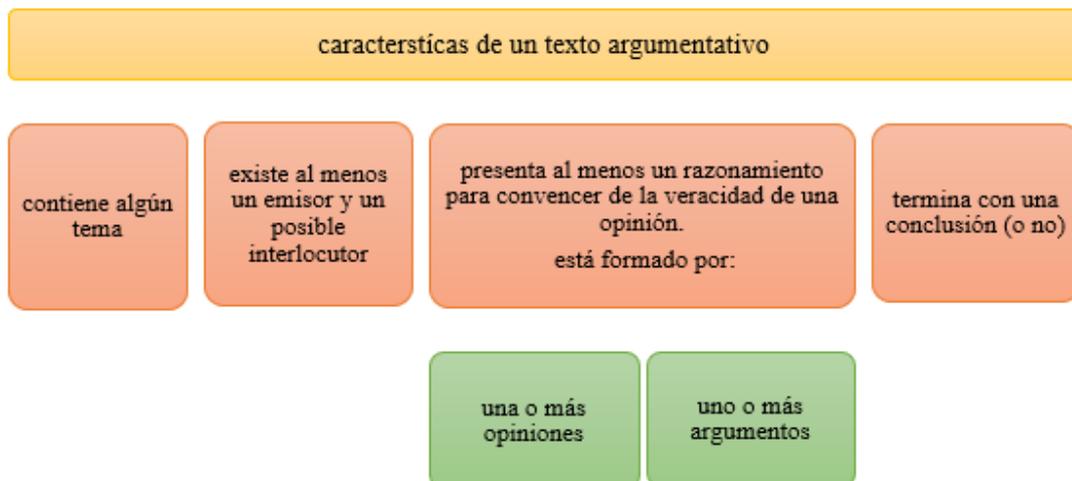
⁴³ Recuperado de: <https://stryptor.herokuapp.com/mafalda/10-055> (2020/04/22)

físicamente presente, puede ser hasta irreal, imaginario, como pasa en el caso de la argumentación escrita (Lo Cascio, 1998: 54).

Existen varios tipos de argumentaciones en lo que se refiere a la composición de los protagonistas de una argumentación. Hay argumentaciones sin interlocutores presentes, argumentaciones con interlocutores presentes, argumentaciones en las cuales se presenta una disputa y cada uno de los protagonistas defiende su propio punto de vista, luego, por el contrario, existen argumentaciones en las cuales los protagonistas se identifican con una única tesis y tratan de buscar juntos varios argumentos para esclarecer si la tesis es correcta o no lo es. Y, para terminar la enumeración, existen argumentaciones que están a favor de una opinión expresada o en su contra (es también posible que en una sola tesis/texto, nos encontremos tanto con los argumentos a favor, como con los en contra de la tesis que, además, puedan provenir de un solo protagonista o de más protagonistas).

3.3. Texto argumentativo

Los textos argumentativos tienen algunas características según las cuales se pueden reconocer. No obstante, aun así, no resulta siempre fácil reconocer si un texto es argumentativo o no.



Un texto argumentativo debería contener un tema para ser discutido y un razonamiento para convencer de la validez de la opinión presentada. El razonamiento debería ser formado por al menos una o varias opiniones y uno o más argumentos y por una conclusión. Es primordial que la opinión presentada sea apoyada por un argumento como mínimo, porque si no es así, no se trata de una argumentación. El tema se suele

poner al principio de la argumentación en el momento en que hay que formular una opinión sobre el problema en cuestión.

Un texto argumentativo es un texto que tiene como fin:

- 1) Persuadir a su receptor/destinatario/interlocutor sobre la opinión/postura/punto de vista del emisor sobre algún asunto,
- 2) demostrar la veracidad o falsedad de una teoría,
- 3) hacer pensar a su destinatario,
- 4) o animarlo a hacer algo.

A tal efecto, el emisor presenta en su argumentación varios razonamientos/justificaciones que le parezcan adecuados para defender su tesis/opinión.

3.3.1. Composición de los textos argumentativos

Los textos argumentativos suelen ser formados por tres partes:

| | |
|-------------------------|---|
| 1. tesis | <ul style="list-style-type: none">• presenta la idea fundamental• está situada al principio o al final del texto |
| 2. cuerpo argumentativo | <ul style="list-style-type: none">• presenta los propios argumentos y los razonamientos que los apoyan y defienden• puede tratar de refutar las opiniones contrarias a los defendidos |
| 3. conclusión | <ul style="list-style-type: none">• es la parte final del texto argumentativo• reformula de forma corta, clara y coherente lo más importante que se ha mencionado a lo largo del texto |

Aunque la mayoría de los textos argumentativos contiene estas tres partes, puede ocurrir que alguna de ellas falte (la tesis o la conclusión). La conclusión “*es la tesis que se defiende en el texto. Puede estar implícita, sugerida o inferida*” (Fuentes y Alcaide, 2004:52) Esto es que no tiene que estar explícitamente expresada, pero se deduce del conocimiento común o de la argumentación previa, ...

Por otro lado, la argumentación puede tener aún una parte más: la introducción. Esta va delante de todo el texto argumentativo y presenta la idea más importante o la más interesante sobre la cual se va a hablar a lo largo del texto. La introducción es típica de los artículos periodísticos.

3.3.2. Análisis de un texto argumentativo

Escrito por: José Ramón López Rubí

Sigo creyendo [a diferencia de la Iglesia] en el libre albedrío, me creo responsable de lo que hago, y por lo tanto le concedo poquísimos méritos, o deméritos, a mi embrión.

Giovanni Sartori

Introducción

¿Hay vida desde el momento de la concepción? Sí. ¿Tiene razón la Iglesia católica sobre el aborto? No. Vida, en el sentido biológico, hay: la fecundación es su inicio. ¿Ese inicio vital, o esa vida iniciada, es una persona? Esta es *la pregunta*, en tanto la Iglesia quiere decir con su defensa de la vida que existe una persona humana desde el momento mismo de la concepción. Y la respuesta es no. Vida, en el sentido católico y clerical actual, no hay: ahí no la hay, no en ese periodo. Como dice Sartori en *La carrera hacia ningún lugar*: “La Iglesia afirma que la ciencia ha demostrado que el embrión es un individuo humano y, como tal, no se le puede [debe] matar. Pero no es así. La ciencia está sometida, en su argumentación, a las reglas de la lógica” (p. 94). Y la jerarquía católica no es lógica, ni científica. Inspirado en felices coincidencias con Sartori –en concreto, con su último libro ya mencionado-, comparto un breve argumento lógico sobre el problema del aborto. El cual no puede ser sino en contra de su criminalización indiscriminada, y negativamente discriminatoria, y a favor de la libertad y los derechos de la mujer.

Opinión, tesis

Como demuestra lógicamente Sartori, un embrión no es un individuo o persona humanos. Un embrión es... un embrión (“principio no desarrollado de algo”, según la cuarta acepción de la Real Academia Española). Que represente vida no significa que sea en sí y por sí mismo un ser humano, una vida humana como equivalente de persona. Es vida en relación con lo humano, que es diferente. Vida y ser humano, persona y vida biológica no son lo mismo, y no hay que olvidarlo. Si lo fueran, también un árbol sería un humano. ¿El embrión lo será? No necesariamente, por más que sea embrión de humano. Lo será si no ocurre un aborto. Y hay abortos naturales, abortos en los que el feminismo y el progresismo no tienen intervención alguna. ¿Qué sentido tendría decir que, en esos casos, la Naturaleza o Dios *asesinaron* a alguien? Entonces: un embrión puede ser una persona, es decir, puede llegar a ser o terminar por ser un individuo humano. Si no hay aborto. Si no ocurre algún tipo de aborto. ¿Esa posibilidad hace verdadera e intrínsecamente “malo” y punible al aborto no natural? No. Y, sobre todo, no hace criminal a la mujer que decide bajo ciertas condiciones (cuya decisión se da bajo condiciones personales y contextuales específicas). ¿Esa posibilidad de un ser humano es lo mismo que dicho ser? No, es una posibilidad. Posibilidad *hacia*. No hay ser humano sin esa posibilidad pero esa posibilidad no es el ser humano. El embrión es un punto de partida de la vida humana y más precisamente el inicio de una vida potencialmente humana. Potencia y ser no son una y la misma cosa. Tienen relaciones importantes y dignas de recordar, pero no son iguales –además, son relaciones asimétricas: si hay ser hubo potencia, algo es porque fue posible, pero si hay potencia no hay ser, no el ser sobre el cual la potencia es lo que es. No son identidad. Cancelar la potencia de un embrión no es ni puede ser asesinar a una persona. El crimen es otro: cancelar la libertad de una mujer por un falso asesinato: encarcelarla por abortar un embrión. No es que obligatoriamente se le deba abortar, y menos sin condiciones adecuadas, sino que abortarlo no puede ser real y verdadero homicidio. Por lo mismo, cualquier mujer debe poder abortar legalmente ese producto de la fecundación (la concepción) que no deja de serlo (embrión) hasta el cuarto mes de embarazo.

Cuerpo argumentativo

[...]

Si hay persona hay vida pero si hay vida no por eso hay en automático una persona. Por eso el aborto no es asesinato. Hay que repetirlo cuantas veces sea justo y necesario: un embrión no es una persona, puede eventualmente serlo porque lo sería después, transformado, reconvertido, si no hay aborto, y si es abortado no se ha matado a nadie, pues todavía no existía el sujeto que es alguien. Abortar un embrión, o interrumpir un embarazo antes del cuarto mes, no puede ser lo mismo que abortar al octavo o noveno. Y por lo mismo, la Iglesia se equivoca. Otra vez. El aborto en determinados meses del embarazo, así como bajo ciertas condiciones sociológicas y médicas, no sólo puede sino que debe ser legalizado. En la ley pública, del Estado por el Estado para sus ciudadanas y ciudadanos. Ahí donde no hay ninguna razón para obedecer a la religión.

Conclusión

El fragmento del texto argumentativo de José Ramón López Rubi (López Rubi, 2016: web) sobre el aborto contiene todas las partes obligatorias de un texto argumentativo y está enriquecido por una introducción en forma de cita de Sartori. La cita contiene la idea básica sobre la cual se va a desarrollar la argumentación a lo largo del texto. La argumentación es, además, inspirada por el libro *La carrera hacia ningún lugar* de Sartori, del cual proviene la cita.

El fin de este texto argumentativo es persuadir a sus interlocutores sobre la necesidad de legalizar los abortos y para este fin el autor presenta varios argumentos por qué se debería legalizar. Como contraargumentos utiliza las opiniones de la Iglesia. A parte del libro *La carrera hacia ningún lugar* de Sartori, no se apoya en otras fuentes: solamente una vez presenta una definición de la RAE para definir el término crucial de la argumentación (el embrión).

El texto es formal y está escrito en forma impersonal, el único uso del verbo en primera persona del singular se halla en la cita de Sartori. A lo largo del texto el autor utiliza una gran cantidad de preguntas retóricas. A algunas les da de inmediato una respuesta, otras las deja sin responder.

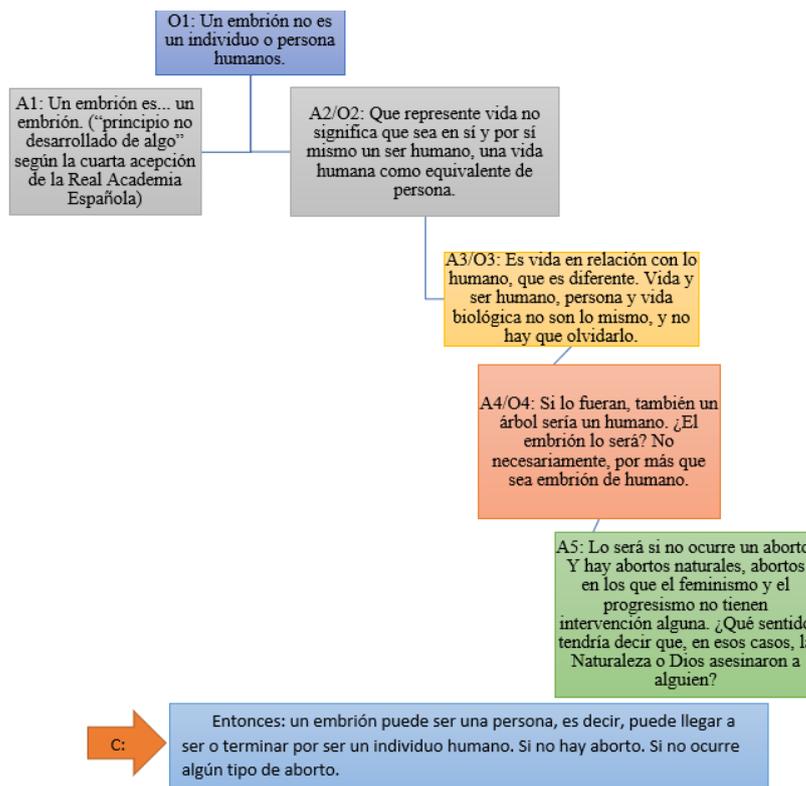
La tesis ocupa el primer párrafo y presenta por vía de preguntas retóricas las ideas más importantes que se van a argumentar en el cuerpo argumentativo (¿Hay vida desde el momento de concepción? ¿Tiene razón la Iglesia sobre el aborto? ¿Ese inicio vital, o esa vida iniciada, es una persona?) A las preguntas retóricas siguen de inmediato también cortas respuestas, razonamientos más profundos siguen en el cuerpo argumentativo. Solamente a partir de la introducción se puede ver claramente cuál es la actitud del autor a la problemática y qué puntos de vista sustenta y cuáles refuta: está a favor de los abortos y en contra de la actitud católica.

El cuerpo argumentativo en el texto completo tiene cuatro párrafos. En el fragmento utilizado se encuentra solamente el primer párrafo de estos cuatro. A continuación, voy a hacer un análisis detallado de una argumentación de este, así que en este apartado no me voy a dedicar a sus características con más detalle.

La conclusión ocupa el último párrafo del texto. Repite de forma abreviada a qué conclusiones se ha llegado a lo largo del texto y las conclusiones más importantes (un embrión no es automáticamente una persona y el aborto no es asesinato) las repite varias veces solamente con el uso de léxico diferente y con el uso de expresiones: “Hay que

repetirlo cuantas veces sea justo y necesario” y “otra vez”. Las conclusiones están introducidas mediante marcadores de conclusión: “POR ESO el aborto no es asesinato” “POR LO MISMO”, la Iglesia se equivoca.

3.3.2.1. Análisis de un acto argumentativo:



En el esquema podemos ver que la argumentación forma un acto argumentativo complejo subordinante: La opinión más importante está defendida por dos argumentos de los cuales el segundo argumento se ramifica en otros argumentos. Todos los argumentos llegan a una conclusión que justifica la O1.

El A2 está formado por una oración concesiva. El verbo en forma de presente de subjuntivo “*represente*” expresa que el autor no pone tanta importancia en el hecho de que el embrión representa vida y el segundo verbo en presente de subjuntivo “*sea*” pone en duda el hecho de si se puede comparar un embrión a un ser humano. Las locuciones adverbiales “*en sí y por sí mismo*” funcionan como calificadores del sintagma nominal “*un ser humano*”, al igual que la parte final de la oración “*una vida humana como*

equivalente a persona” (apódosis). La oración podría bien funcionar solamente así: “*Que represente vida no significa que sea un ser humano.*”

El A3 explica lo dicho en A2/O2 y lo justifica en la primera oración “*Es vida en relación con lo humano, que es diferente.*” (elipsis del sujeto) La oración siguiente repite y reformula lo dicho en la oración anterior: repetición (vida y lo humano -> vida y ser humano), reformulación (vida y lo humano -> persona y vida biológica; es diferente ->no son lo mismo). Mediante esta repetición y reformulación del léxico crucial para toda la argumentación se quiere poner énfasis en lo dicho, ya que luego se añade que “*no hay que olvidarlo*”.

El A4 que se vincula con el A3/O3, empieza por oración condicional “*Si lo fueran, también un árbol sería un ser humano*” que expresa una hipótesis, en este caso improbable. La pregunta retórica que sigue “*¿El embrión lo será?*” hace referencia a la previa oración. Utiliza el futuro simple para expresar la improbabilidad de que un embrión indiscutiblemente tenga que considerarse como un ser humano. Lo aclara en la siguiente oración concesiva “*No necesariamente, por más que sea embrión humano.*” En la oración se usa el presente de subjuntivo para señalar que el emisor es consciente de que un embrión humano puede evolucionar en un ser humano, pero no lo considera como algo tan estricto.

El último argumento A5 se enlaza a lo mencionado en A4/O4 y empieza otra vez por una oración condicional, sin embargo, esta vez no se trata de una condición irreal, sino de una condición real que describe cómo es la realidad: un embrión será un ser humano si no ocurre un aborto.

La conclusión está introducida por un marcador de conclusión “*entonces*” con dos puntos y más adelante en la oración se halla otro organizador textual “*es decir*” que introduce una reformulación de lo dicho. Toda la conclusión podría formar una sola oración condicional, sin embargo, el autor optó por separar las condiciones en oraciones apartadas para aumentar la importancia de lo que expresan.

3.3.2.2. Conclusión

El texto analizado cumple las características de un texto argumentativo que vimos a lo largo del presente capítulo: es escrito, formal y tiene intención de persuadir a los

interlocutores sobre la necesidad de la legalización de los abortos. El emisor es conocido (se pone su nombre) y está destinado a un público amplio.

Sin embargo, hay que mencionar, que muchas veces los textos que se consideran ser argumentativos no cumplen muchas de las características. Los anuncios son un buen ejemplo de este incumplimiento. No están formadas por las partes de un texto argumentativo, ya que muchas veces están formados solo por unas cuantas oraciones. Pero también no todos los textos argumentativos en periódicos poseen todas las tres partes: muchas veces falta, por ejemplo, la conclusión. De la argumentación informal tampoco se puede esperar que cumpla los rasgos típicos de argumentación.

4. Coherencia y cohesión como elementos imprescindibles de un texto (no solamente) argumentativo

Según Halliday y Hasan (Halliday y Hasan, 1976:1), por texto se puede considerar cualquier pasaje ya sea hablado o escrito de cualquier longitud y que forma una unidad. Cada uno es capaz de reconocer si lo que lee u oye es un texto y si es solamente una mezcla casual de unas cuantas palabras. Sin embargo, aunque pueda parecer que no hay ningún problema en el hecho de reconocer un texto de una mezcla sin sentido, no es siempre tan fácil.

Cada uno de nosotros que haya aprendido una lengua extranjera a lo mejor conoce por su propia experiencia lo difícil que es hacer un texto que tenga pies y cabeza. Y también lo saben los profesores de las lenguas extranjeras al leer los trabajos escritos de sus alumnos. Muchas veces tienen que involucrar su fantasía para averiguar lo que el alumno quería decir.

Esta incomprendibilidad del texto pasa debido a que al texto le falta textura, o sea que está mal estructurado. En este trabajo vamos a ver más de cerca la coherencia y la cohesión, ya que ambas son muy importantes para la correcta creación y posteriormente para la correcta interpretación de un texto argumentativo. La coherencia y cohesión son dos de los constituyentes básicos de la lingüística textual. No obstante, algunos lingüistas consideran la coherencia como propiedad pragmática y no textual (Centro Virtual Cervantes, web). Y otros, por otro lado, toman los términos coherencia y cohesión por ser sinónimos o al menos por ser complementarios.

La coherencia se dedica a la estructura profunda del texto, es decir, no le interesan las relaciones entre palabras y frases, sino la pragmática y la semántica de todo el texto. Es la relación de contenido de los enunciados lo que el receptor puede reconocer en ellos. Si no es capaz de reconocerla, entonces el texto no es coherente. Un texto puede ser coherente para un cierto grupo de destinatarios y no tiene que ser coherente para otro. Por ejemplo, un texto científico especializado puede exigir un cierto conocimiento previo de sus interlocutores y, por consiguiente, no será coherente para aquellos que no tengan el conocimiento requerido.

La estructura formal es cuestión de la cohesión. *“La cohesión es la propiedad textual por la que los textos se presentan como unidades trabadas mediante diversos mecanismos de orden gramatical, léxico, fonético y gráfico.”* (Centro Virtual Cervantes, web)⁴⁶

- 1) Estuve muy cansado. Elena es mi mejor amiga.
- 2) Como estuve muy cansado, me quedé despierto toda la noche.
- 3) Como estuve muy cansado, fui a dormir pronto.

El primer ejemplo no es ni coherente ni cohesionado. No es coherente porque las dos oraciones no están semánticamente relacionadas y no es ni cohesionado porque no existe una relación formal entre ellas. Se trata de dos oraciones simples, enunciativas positivas sin ninguna relación entre sí. El segundo ejemplo ya es cohesionado (ya tiene forma de oración compuesta, formada de dos oraciones enunciativas), sin embargo, no es coherente porque no tiene sentido (los enunciados de las oraciones no son semánticamente relacionadas), si uno está cansado no se queda despierto. Y el último ejemplo cumple las normas de cohesión y coherencia. Es cohesionado porque tiene forma de una oración compuesta. La oración causal va introducida por el nexos “como” que indica la causa. La coherencia se puede observar en que el enunciado tiene sentido.

4.1.Coherencia

Aunque algunos autores no diferencian los términos coherencia y cohesión (Halliday y Hasan, 1976:6-7), otros sustentan la opinión que hay que diferenciar estrictamente la cohesión de la coherencia (Brown y Yule, 1988:193-5) ya que la coherencia puede funcionar sin la necesidad de la cohesión, la cohesión (y la conexión también) puede servir para promover la coherencia. Se podría decir que la cohesión “forma parte de la coherencia” o que es inferior a la coherencia, ya que la coherencia se dedica a la estructura profunda del texto y la cohesión a la estructura superficial.

La coherencia sirve para que el texto/enunciado sea semánticamente y también lógicamente compacto (coherente) para sus destinatarios. Los textos suelen estar formados por más que una oración/enunciado, aunque hay que admitir que hoy en día nos encontramos a menudo con enunciados que están formados por una sola oración o por una oración incompleta, como es el caso de los eslóganes publicitarios, mensajes cortos que utilizan abreviaturas.

⁴⁶ Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/cohesion.htm



El anuncio de Frenadol⁴⁷ se compone de una sola oración que es, además, incompleta (falta la oración principal). La oración utilizada es una oración adverbial de lugar, introducida por un adverbio relativo de lugar “donde”. La oración completa podría ser por ejemplo así: “Viene bien donde hay un resfriado.” No obstante, aunque se trata de una

oración adverbial de lugar, su intención no es referirse a algún lugar, sino presentar una condición oculta: Si estás resfriado, compra nuestro Frenadol. El anuncio no cumple las reglas sintácticas, pero no se puede decir que no sea coherente.

Otra tendencia que se puede observar hoy en día es que se tiende a simplificar todo, a decir lo mínimo requerido sin más. Lo podemos ver en el caso de presentaciones escolares, laborales, pero también en la publicidad y el periodismo. Se utilizan esquemas, gráficos, informaciones en puntos y se requiere ser breve, preciso y claro. Debido a esto, a aquellos textos puede faltar en gran medida la coherencia y también la cohesión o conexión. Pero hasta aquellos mensajes poseen un cierto grado de coherencia, porque si no lo poseyeran, los interlocutores no podrían descodificar su significado.

Tu gestor te ayuda a que tu ahorro sea:

Aplica a Plan Ahorro



- ✓ **Más fácil**, porque te ayuda a conocer tu capacidad de ahorro.
- ✓ **Flexible**, para que ahorrar no signifique una obligación periódica y se adapte siempre a tu situación actual.
- ✓ **Automático**. O, en otras palabras, que ahorres sin que tu bolsillo lo note.

Pedir cita

El presente ejemplo⁴⁸ proviene de la página web del banco Sabadell y presenta las ventajas del ahorro periódico. En este apartado se ponen las razones por las cuales el destinatario debería pedir una cita con un gestor del banco Sabadell. Cada razón/argumento está puesto en un punto precedido por un signo de palomita de color

⁴⁷Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/los-anuncios-de-antigripales-superaron-a-sus-principales-competidores-en-el-mes-de-enero> (2020/04/01)

⁴⁸ Recuperado de: <https://www.bancsabadell.com/cs/Satellite/SabAtl/Ahorro-Periodico/6000026512706/es/> (2020/04/01)

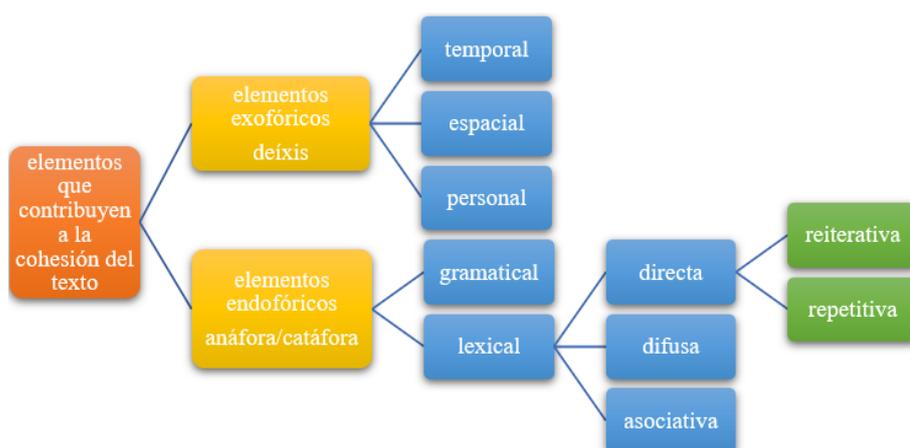
azul. La razón va en negrita y la justificación de esta ya está en letra normal. El autor de este texto trató de hacer el mensaje interesante no solamente semánticamente sino también visualmente. Y a pesar de que esté en puntos, el texto se puede considerar coherente.

Para que un texto sea bien comprensible y para que no sea solamente un cúmulo de oraciones sin relación alguna, es primordial que el texto sea coherente. La coherencia depende de ambos participantes de la comunicación: del emisor y del interlocutor.

El emisor tiene que formular la idea que quiere expresar/transmitir a su interlocutor de una forma bien comprensible no solamente para él mismo, sino para el otro. Y el destinatario tiene que esforzarse en decodificar el significado de lo que ha oído/leído. Para la correcta comprensión del enunciado/mensaje es importante que ambos, el emisor y el interlocutor, compartan conocimientos del mundo (culturales, sociales, profesionales u otros), o si no los comparten, el emisor por lo menos debe tratar de adaptar la información que quiere transmitir a los conocimientos de sus interlocutores y, a continuación, que el interlocutor esté dispuesto a intentar a entender al mensaje del emisor.

4.2. Cohesión

La cohesión ocurre cuando la interpretación de algún elemento del discurso depende de otro elemento. (Halliday, 1976: 4) El elemento del cual depende otro elemento puede ser de dos tipos, o puede referirse a un elemento que está presente en el texto (el. endofórico), o a un elemento que está fuera del texto (el. exofórico).



4.2.1. Elementos endofóricos

Los elementos endofóricos pueden ser o gramaticales o lexicales y se pueden referir a un elemento que está atrás en el texto (anáforas) o a un elemento que está delante en el texto (catáforas). Las anáforas/catáforas se hallan con mucha frecuencia en los textos publicitarios, ya que atribuyen a la correcta cohesión del texto.

Las anáforas gramaticales pueden tener forma de un artículo determinado, un pronombre (posesivo, personal), concordancia gramatical, género gramatical, etc. Con mucha frecuencia se utiliza también la elipsis, o sea el hecho de suprimir algún elemento. La elipsis de los pronombres personales es casi obligatoria, pero otras elipsis ya no lo son.

Las anáforas lexicales se subdividen en difusas, asociativas y directas y estas aún en reiterativas y repetitivas. Las difusas son aquellas expresiones que resumen alguna información previamente dicha. Las asociativas son las que se asocian a un término común (Las anáforas asociativas al antecedente “familia” en un texto pueden ser los particulares miembros familiares). Y por último, las anáforas directas son aquellas que repiten el antecedente (repetitivas) o lo reformulan (reiterativas).

El principal beneficio de **la crema Roc** es que humecta y corrige tanto las líneas de expresión como las arrugas más profundas. **Esto** se debe a que (**elipsis**) contiene una concentración más alta de retinol que la mayoría de las cremas. **Este producto** beneficia la tersura de la piel porque estimula el colágeno y la elastina. Además, **esta crema** también tiene ácido hialurónico.

El texto⁵⁰ tiene como objetivo persuadir al destinatario a que compre la crema Roc. El sintagma nominal “*la crema Roc*” vamos a utilizar como antecedente para mostrar algunos tipos de elementos endofóricos presentes en el texto. Hay una gran cantidad de anáforas gramaticales que se pueden ver en las terminaciones de los verbos conjugados señalados por color azul. A parte de las anáforas gramaticales se hallan en el texto también las anáforas directas y una anáfora difusa. Las anáforas directas repiten (repetitiva – esta crema) o reformulan (reiterativa – este producto) al antecedente. La anáfora difusa está señalada por color rojo y su función es que resume lo dicho en la oración anterior (cuáles con los beneficios de la crema Roc). En la segunda oración podemos observar un ejemplo de elipsis nominal (el sujeto es omitido/elíptico).

“**Los 19 mejores bosques de España:** La experta de Greenpeace España asegura que **la tejeda** de Tosande es una de las **tejedas** más importantes de Europa. “Los **tejos** son de los **árboles** más longevos de la península y es más común encontrarlos solitarios. De camino a **la tejeda** hay **encinas, robles y brezales**, y más cerca se asciende por un **hayedo** espectacular, sobre todo en otoño, con un paisaje multicolor”, explica.”

La palabra “*bosques*” funciona como antecedente a varios elementos del presente texto⁵¹. A este antecedente se asocia una gran cantidad de palabras: tejedos, tejos, árboles, encinas, robles, brezales y hayedos. Todas estas palabras tienen función de anáforas asociativas (asocian elementos del mismo grupo). La palabra “tejeda” funciona como antecedente de dos anáforas directas repetitivas (se repite la misma palabra) y la palabra “tejos” se podría calificar como anáfora asociativa de “tejeda” (se trata de bosque de tejos).

4.2.2. Elementos exofóricos

Los elementos exofóricos o, en otras palabras, la deixis, sirven para referirse a algún elemento que se encuentra fuera del texto y que no se puede decodificar sin tener el contexto apropiado. Los pronombres personales (yo, tú, él), los adverbios de lugar (aquí, allí) y de tiempo (hoy, ayer) son típicos ejemplos de deixis. Para interpretarlos

⁵⁰ Recuperado de: <https://ideas.mercadolibre.com/ar/bienestar/mejor-crema-antiarrugas/> (2020/04/01)

⁵¹ Recuperado de: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/los-19-mejores-bosques-de-espana.html> (2020/04/01)

correctamente, hay que conocer la situación (quien es el emisor y quien el interlocutor o cuándo y dónde tiene lugar el enunciado). Los pronombres demostrativos (este, ese, aquel) pueden desempeñar igualmente la función deóntica como la función anafórica. El enunciado: “Cuál te gusta más ¿esta o esa?” sin saber el contexto resulta ser incoherente, ya que no sabemos a qué se refiere el emisor. Hay que añadir que la deixis se puede expresar también mediante otras expresiones lingüísticas (algunos verbos como traer/llevar, ir/venir, etc.)

En el siguiente fragmento⁵² de una noticia extraída del periódico “el País” se encuentra una gran cantidad de elementos deícticos temporales (unas horas después, este miércoles, en los próximos días, el mes). Estos elementos no se pueden interpretar adecuadamente sin saber la fecha de publicación de la noticia.

Unas horas después de que se diera a conocer la noticia de la muerte del primer caso por coronavirus en el país **este miércoles**, el presidente López Obrador enseñaba unas “estampitas” y minimizaba así una crisis global que ya ha afectado a más de 230.000 personas en todo el mundo. Los expertos prevén que el punto la escalada en el país latinoamericano llegará en los **próximos días**, antes de que termine **el mes**.

⁵²Recuperado de: <https://elpais.com/sociedad/2020-03-20/mexico-ante-la-pandemia.html> (2020/04/01)

5. Los medios de comunicación de masas

Nuestro punto de vista sobre el mundo es hoy en día, en los tiempos de los medios de comunicación de masas y otras tecnologías informáticas, creado en gran medida por vía de los medios, quizás en algunos casos más que por vía de la experiencia personal. Los medios de masas nos facilitan informaciones de todas disciplinas existentes, ya sea de política, economía, deportes, cultura, salud, viajes etc. Son la reflexión de nuestra época y también funcionan como un archivo de los acontecimientos de nuestro tiempo. A parte de esto, los medios de masas poseen la fuerza de influir y crear por sí mismos.

Bajo la expresión “medios de masas” se amparan los medios clásicos como televisión, radio o prensa, ya sea prensa seria o amarilla. Sin embargo, hoy en día, ya podemos incorporar en ella también los medios nuevos a los cuales pertenecen, por ejemplo, internet, los videojuegos o las televisiones interactivas.

Los medios de masas facilitan la comunicación entre un solo punto de partida (emisor) y un punto de llegada (destinatarios) no especificado en su número pero que puede ser muy grande. Los medios de comunicación no favorecen la comunicación interpersonal, todo lo contrario: un emisor concreto comunica con una gran cantidad de destinatarios que no tienen entre sí ningún tipo de conexión, no se conocen y crean la masa. Entre los medios de masas están los periódicos, la televisión con sus equivalentes electrónicos y los libros en el ámbito electrónico. (Jirák, Kőpplová, 2003: 16 – 21)

5.1. Medios y tipos de comunicación

Como acabamos de decir, los medios de masas no utilizan la comunicación interpersonal. En este subcapítulo vamos a ver con más detalle qué medios y qué tipos de comunicación existen para poder definir cuáles de estos se emplean en los medios de masas.

5.1.1. Medios de comunicación



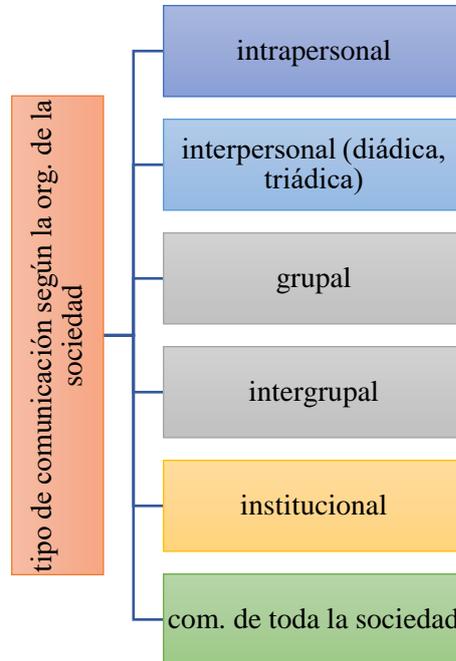
Los medios de comunicación se dividen en medios primarios, secundarios y terciarios. A los medios primarios pertenece la comunicación verbal y no verbal y se trata de la comunicación entre dos (o más) personas cara a cara. De ello resulta, que la comunicación primaria se desarrolla en un cierto tiempo, en un cierto lugar y entre unas ciertas personas y no se puede repetir.

Los medios de comunicación secundarios son aquellos medios, que facilitan la comunicación no condicionada por el tiempo ni por el lugar. Son aquellos que utilizan escritura, dibujos, grabación sonora etc. para transmitir la información requerida. Sin embargo, este tipo de comunicación ya está empobrecido en la comunicación no verbal que puede transmitir a parte del mensaje también los sentimientos. Los recursos de la comunicación no verbal en la comunicación electrónica tratan de ser expresados, por ejemplo, por medio de *emoji* u otros símbolos. Lo que tienen en común los medios secundarios con los primarios es que facilitan la comunicación entre individuos.

En contraste, los medios terciarios de comunicación nacieron de la necesidad de la gente de compartir las ideas con otros. Ya no se trata de comunicación entre individuos, sino de comunicación en la cual se pierde la noción del individuo. Los medios terciarios son los medios de masas.

5.1.2. Tipos de comunicación según la organización de la sociedad

La comunicación puede efectuarse en varios niveles según quienes sean sus interlocutores:



La comunicación intrapersonal es la comunicación interna de cada individuo. Como ejemplo de esta podemos mencionar el razonamiento interno sobre qué ropa ponerse para una cita de trabajo (el individuo hace una argumentación interna sobre que sería lo más adecuado – si algo formal o informal, ...)

La comunicación interpersonal es comunicación entre dos (diádica) o tres (triádica) personas. Los participantes de la comunicación interpersonal se encuentran en el mismo nivel (ninguno de ellos es líder) y ambos (o los tres) son hablantes y oyentes. Los papeles de hablante y oyente se cambian según la necesidad: Si uno quiere reaccionar a lo dicho por el otro, se cambia de ser el oyente a ser el hablante. La forma de la argumentación es el diálogo.

Muy parecida a la comunicación interpersonal es la comunicación grupal. La mayor diferencia entre ellas es, que en la comunicación grupal ya se encuentra alguna autoridad que puede dirigir la comunicación: en un grupo laboral, la autoridad es el jefe o alguien en mayor puesto, en familia son los padres, en grupos deportivos son los entrenadores, etc. También este tipo de comunicación utiliza la forma de diálogo y suele ser hablada, aunque no tiene que serlo.

Otro tipo de comunicación que se relaciona con la comunicación grupal es la comunicación intergrupala. Suele ser ya más formal que los previos tipos de comunicación mencionados y puede tener algunas reglas dadas de comunicación.

La comunicación institucional se vincula meramente con el ambiente laboral. Suele ser ya muy formal y puede ser oral o escrita. También puede tener una forma muy específica: se trata de comunicación mediante formularios, órdenes, documentos, protocolos, etc.

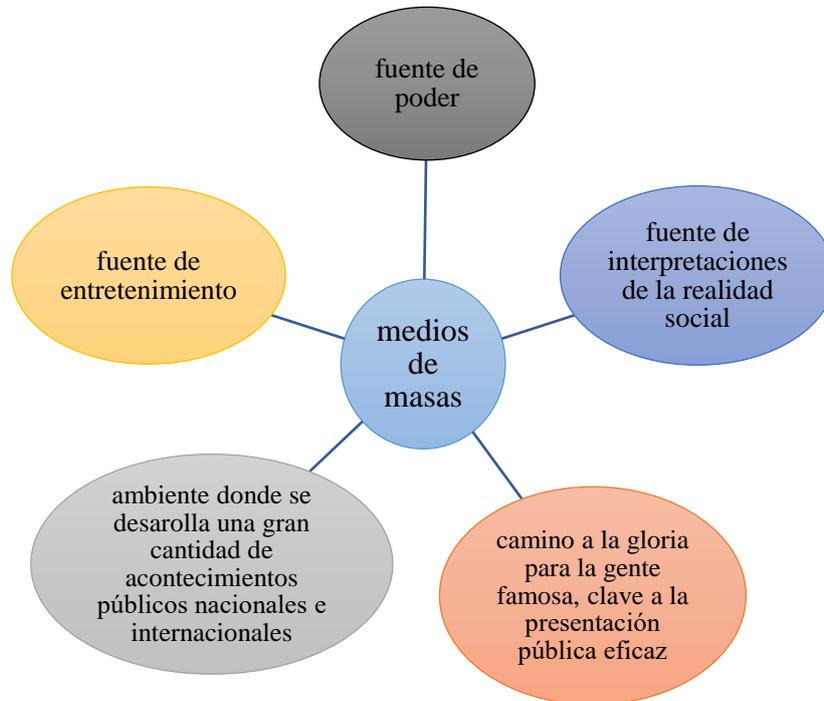
Y, por último, queda mencionar el tipo más relevante para los fines de este trabajo y este es la comunicación de toda la sociedad. A este grupo pertenece la comunicación de masas que es accesible para todos miembros de una sociedad. Para la comunicación de toda la sociedad es típico que se pierda en ella la forma del diálogo, o sea ya no se trata de una comunicación interpersonal sino de una comunicación mediática. (Jiráková, Kópplová, 2007: 39-41) El emisor del comunicado no tiene ningún contacto directo con sus destinatarios y no puede ver sus reacciones. La comunicación es unilateral y está destinada a un público amplio.

A pesar de que se trata de una comunicación desindividualizada, se pueden observar esfuerzos para hacerla lo más individualizada posible por medio de fotografías, vídeos, espacios *chat* (que ofrecen la comunicación con alguien de la compañía), con expresiones de tipo: “Para cualquier duda o aclaración, póngase en contacto con nosotros por email/teléfono”, verbos en segunda persona del singular, ... simplemente se intenta que el destinatario se sienta como si el mensaje estuviera destinado para él y no para un público amplio.

Sobre la comunicación mediática (publicada en los medios de masas) se podría decir que es un cierto tipo de mercancía cuyo objeto principal no es tanto informar sobre la realidad, sino obtener beneficios. Cuánto más alta es la venta/índice de audiencia, mejores beneficios va a obtener el medio. De ello resulta que los medios necesitan proporcionar las necesidades del mercado en el cual se encuentran.

5.2. Características de los medios de masas

La importancia de los medios de masas en nuestra sociedad moderna es muy primordial y todavía sigue creciendo. McQuail indica algunas razones por las cuales el interés por ellas es tan alto:



De las razones señaladas en el esquema, la más importante es que los medios de masas representan una fuente de poder. Tienen el poder de influir, de persuadir o hasta de manipular a la gente, de promover innovaciones en la sociedad, etc. Otra demostración del poder de los medios de masas se puede ver en que regulan el pensamiento público sobre qué es normal/aceptable y qué no lo es.

La mayor actividad de los medios es la producción y distribución de las informaciones.

5.3. Lenguaje publicitario

El lenguaje publicitario pertenece a los lenguajes especiales que forman parte de la lengua común pero que utilizan una terminología propia según la esfera donde se utilicen (lenguaje deportivo, económico, político, ...) (Vilches, 2014:150) El objetivo del lenguaje publicitario es persuadir a sus destinatarios a que hagan algo (a que compren su producto, a que elijan su banco y no otro, a que voten a su partido, etc.). De ello resulta

que este tipo de lenguaje es siempre argumentativo, ya que su meta es persuadir/convencer sobre cualquier asunto.

El lenguaje publicitario es determinado, en una gran medida, por un auditorio que está compuesto de personas de uno o más niveles culturales y sociales. Por lo tanto, hay que usar argumentos variados y múltiples. El objetivo del autor de la argumentación publicitaria es captar atención, provocar el asentimiento y el interés del auditorio. En la argumentación publicitaria es imprescindible llegar a tener éxito, ya que de otro modo perdería sentido hacerla. Para este fin, los autores a menudo usan los eslóganes, los juegos lingüísticos y en el caso de la argumentación oral también los recursos visuales y el tono apasionado, preocupado, ... El éxito es muchas veces también más importante que la sinceridad del discurso y para lograrlo se utilizan recursos persuasivos, manipulación, etc. Sin embargo, el lenguaje publicitario se suele fundar en la verdad.

“Los argumentos en favor del producto que se quiere anunciar pueden ser de todos los tipos, pero han de ser adecuados para que el público al que se dirige el producto lo acepte completamente, para condicionarlo hasta el punto de que lo prefiera a otros del mismo tipo” (Lo Cascio: 1998: 334)

5.3.1. Características del lenguaje publicitario

Con el lenguaje publicitario nos podemos encontrar en los anuncios televisivos, cuñas de radio, carteles, folletos, gráficas en periódicos o en Internet. La publicidad quiere informar sobre la existencia de algo (producto, oferta especial, evento), atraer los receptores y persuadirles de que necesitan justo este producto/servicio y en el caso de un anuncio publicitario comercial, aumentar posteriormente las ganancias. Vilches (Vilches, 2014: 151 -152) menciona algunas características que deberían cumplir los anuncios publicitarios: deberían ser breves, sencillos, concisos, pero también veraces, o al menos creíbles. Otro rasgo característico es la repetición/reiteración de la información crucial. Los anuncios tienden a ser originales y en algunos casos hasta divertidos para captar la atención de la gente.



Rasgos publicitarios del cartel publicitario de la marca Mc Cormik a su mostaza: ⁵⁶



Brevedad: el anuncio consta de solo dos oraciones.

Sencillez: ambas oraciones son oraciones simples y usan léxico sencillo y fácilmente comprensible.

Concisión: no hay ninguna información abundante

Repetición: el logo de la marca está puesto dos veces en el cartel (uno está en la botella y otro en la parte inferior a la derecha).

Creatividad: en la oración “*Tu comida se va a poner más buena*” la palabra “*buena*” tiene doble sentido: quiere decir que la comida con la mostaza va a saber bien y también se va a poner “guapa”. El diseño del cartel es muy original.

Argumentación del anuncio: idea (omitida): Compra la mostaza de la marca Mc Cormik, porque, argumento: con ella tu comida se va a poner más buena, así que/por eso, conclusión: ¡Póngale lo sabroso!

Nivel morfosintáctico del anuncio: El anuncio consta de dos oraciones simples. La primera oración es enunciativa positiva. El predicado está formado por una locución verbal ponerse + adjetivo. Mediante el pronombre posesivo “tu” en forma de segunda persona del singular la compañía/el autor se dirige hacia el destinatario del anuncio. EL uso de los pronombres personales y posesivos en segunda persona del singular es muy frecuente en el lenguaje publicitario. La segunda oración es imperativa. El predicado en

⁵⁶ Recuperado de: https://www.adsoftheworld.com/media/print/mccormick_fish (2020/04/01)

tercera persona del singular del presente de subjuntivo es forma para hablar de Usted, así que en cambio con la primera oración donde se tutea al destinatario, en esta se le trata de usted. Puede ser causado porque la forma “póngale” conviene más a la fonética, es más melódico y además es igual de largo en el número de letras que la palabra “sabroso”, entonces es más adecuado tipográficamente.

6. Análisis detallado de un texto argumentativo

En el presente capítulo vamos a analizar un artículo de opinión periodístico de la *Sección de Opinión* del periódico El País y se llama “La heterosexualidad es peligrosa” del autor Paul Beatriz Preciado.

El artículo completo está puesto en las siguientes dos páginas para poder referirse a párrafos particulares en el análisis. No obstante, para leerlo entero es más conveniente acceder directamente al artículo en internet⁵⁷ ya que la calidad de las fotos es insuficiente.

La estructura del análisis es la siguiente: primero vamos a ver la estructura del texto, si cumple las características básicas de un texto argumentativo o no. Luego siguen dos tablas. La primera tabla se dedica a los aspectos gramaticales y pragmáticos del artículo. Los más importantes, o sea, los que ayudan al texto a ser un texto argumentativo están subrayadas. La segunda tabla enseña la mayoría de los elementos que ayudan a la coherencia y cohesión del texto: no he puesto todas las anáforas gramaticales ni las elipsis, ya que resultaría demasiado largo y no sería ni útil. A continuación, me dedico a las formas verbales que se pueden encontrar en el texto. También considero importante dedicarse a la terminología usada, puesto que es un artículo con una gran cantidad de términos de la materia de los LGBT (Lesbianas, gais, bisexuales y transgénero) que, para mí era un campo desconocido. Y, en la parte final del análisis sigue el propio análisis de los argumentos utilizados a lo largo del texto. Cada argumento está esquematizado y luego descrito con detalle debajo del esquema respectivo.

⁵⁷ Enlace al artículo de opinión: https://elpais.com/elpais/2019/11/24/opinion/1574609789_778125.html

La heterosexualidad es peligrosa

Las estadísticas de mujeres en el ámbito doméstico se producen dentro del marco de ese tipo de relación. El dato no se menciona cuando se habla de feminicidio, pero es quizás políticamente el más importante

§1 Las estadísticas más recientes revelan que cada día siete mujeres mueren a manos de sus maridos, exmaridos, padres de sus hijos, compañeros sentimentales o novios en uno de los países de la comunidad económica europea. La mayoría de estos asesinatos se producen dentro del espacio doméstico o a menos de 300 metros de éste y tienen lugar, en su mayor parte, después de que las mujeres hubieran denunciado, al menos una vez, la violencia de sus compañeros, sin que estas denuncias hubieran dado lugar a medidas preventivas o cautelares, jurídicas o policiales que pudieran evitar la repetición y la amplificación de esa violencia. Hasta la muerte. Esto, señalámoslo por si hubiera podido pasarnos por alto, ocurre en países occidentales que tradicionalmente se presentan como desarrollados y que se rigen por constituciones asilamadas democráticas.

§2 Las mujeres son objeto de violencia porque son culturalmente situadas en una posición política subalterna frente al hombre hetero-patriarcal. Las mujeres transsexuales, los hombres albinados y las personas cuya coreografía corporal o código vestimentario no corresponde a lo que en términos de género se espera de ellas en un contexto social y político dado, son también objeto de violencia. En este contexto de violencia, resultan no sólo empíricamente erróneas sino también políticamente obscenas las críticas de las feministas conservadoras españolas como Amelia Valcárcel o Lidia Falcón contra las mujeres trans. No sólo las mujeres trans no son agentes de violencia, sino que, al contrario, son uno de los sujetos políticos más vulnerables frente a la violencia hetero-patriarcal.

§3 Vivimos, como afirma la feminista boliviana María Galindo, en "machocracias", o por decirlo con Cristina Morales, culturas "macho facho neoliberal" donde la violencia se ejerce sobre todas las mujeres y sobre todos los cuerpos no-binarios y no heteronormativos, ya sean cis (se denominan "cis" aquellas personas que se identifican como el género que les fue asignado en el nacimiento, a diferencia de las personas "trans" o "no-binarias" que no se identifican con el género que les fue asignado) o trans y en esto en regímenes políticos aparentemente tan distintos como Bolivia, Irán y Francia. La revolución feminista será la revolución de todos o no será.

Ser un cuerpo identificado como "mujer" sobre el planeta Tierra en 2019 es una posición política de alto riesgo

§4 Estudiar de cerca las estadísticas de feminicidios nos permite sacar algunas conclusiones sobre la relación entre necropolítica y género, entre gobierno de la vida y la muerte y gestión de la sexualidad. En primer lugar, ser un cuerpo identificado como "mujer" sobre el planeta Tierra en 2019 es una posición política de alto riesgo. Y digo "posición política" y no posición anatómica porque no hay nada, empíricamente hablando, que permita establecer una diferencia sustantiva entre hombres y mujeres. No conozco mujeres que sean agredidas porque se paseen con una carta cromosómica XX dibujada sobre la frente, ni actos de violencia machista que requieran un examen del útero como condición previa para llevar a cabo el ataque.

Es un régimen sexual necropolítico que sitúa a las mujeres en la posición de víctima y eriza la diferencia de poder y la violencia

§5 No caigamos ni en una oposición binaria, maniquea y genérica, entre hombre-violentos y mujeres-víctimas de violencia, ni en argumentos naturalistas que harían que los cromosomas y no las relaciones de poder determinen nuestra posición política. Si la violencia fuera sólo cosa de hombres entonces, cada día morirían también siete hombres a manos de sus amantes, compañeros o novios dentro de relaciones homosexuales. Miremos atentamente las cifras de feminicidios. La segunda conclusión que emerge del examen de estas cifras es que los ataques, abusos y asesinatos de mujeres en el ámbito doméstico se producen dentro del marco de la relación heterosexual. Este dato no es nunca mencionado cuando se habla de feminicidio, pero es quizás políticamente el más importante. La heterosexualidad es un régimen sexual necropolítico que sitúa a las mujeres, cis o trans, en la posición de víctima y eriza la diferencia de poder y la violencia. La heterosexualidad es peligrosa para las mujeres.

El reconocimiento de esta relación silenciada entre violencia y heterosexualidad exige el cambio de nuestros objetivos políticos. Mientras el movimiento gay y lesbiano se ha concentrado en los últimos treinta años en la legalización del matrimonio homosexual, un movimiento de liberación somatopolítica se daría hoy como objetivo la abolición del matrimonio heterosexual como institución que legitima esa violencia. Del mismo modo, el reconocimiento del hecho de que la mayor parte de los abusos y las violencias sexuales contra niños, niñas y niños tienen lugar en el seno de la familia heterosexual llevaría a la abolición de la familia como institución de reproducción social, en lugar de a la demanda de legalización de la adopción por parte de las familias homoparentales. No necesitamos casarnos. No necesitamos formar familias. Necesitamos inventar formas de cooperación política que excedan la monogamia, la filiación genética y la familia hetero-patriarcal.

§7 Si las mujeres trans fueran el problema del feminismo, entonces, déjenme decirles que no habría problema. Las mujeres trans no son el agente de la violencia, del abuso o del maltrato. Pero les es más fácil a las feministas naturalistas acusar a las mujeres trans en lugar de señalar un problema que concierne a sus propias vidas y requiere cuestionar sus propias carnas: la heterosexualidad normativa. El carácter constitutivamente violento de la heterosexualidad normativa fue denunciado desde mediados del siglo pasado por buen número de feministas radicales, sin embargo, esas críticas no pudieron ser oídas a causa de la lesbobia que atraviesa el sistema patriarcal y que impregna también al feminismo, una lesbobia sólo equiparable a la transobia del feminismo actual.

§8 Tratemos de escuchar ahora a las guerrilleras de finales del siglo XX que habiendo sido situadas en la posición heterosexual (muchas de ellas lo fueron) se afirmaron como "circunarronas" y escaparon hacia el lesbianismo político. En 1968, Ti-Grace Atkison se define como lesbiana y rompe con el movimiento feminista americano NOW presuido por Betty Friedan, denunciando la defensa que NOW hacía del matrimonio, una institución que para Atkinson legitima la expropiación del trabajo de las mujeres y les somete a la voluntad y al deseo masculinos. Betty Friedan verá en las lesbianas una "amenaza violeta" a los valores heterosexuales de su feminismo. Jill Johnston, la primera lesbiana que salió del armario en las columnas del Village Voice en Estados Unidos, solía presentarse en las reuniones y en las fiestas con su pelo largo y su camisa entablada dirigiéndose a las chicas heterosexuales con una actitud jovial e irreverente que ella misma denominaba "seducción como protesta política contra la heterosexualidad". Es así como surgió la expresión "el feminismo es la teoría, el lesbianismo es la práctica." Y algunas chicas pasaron a la práctica.

Solo la des-patriarcalización de la heterosexualidad permitiría redistribuir las posiciones de poder

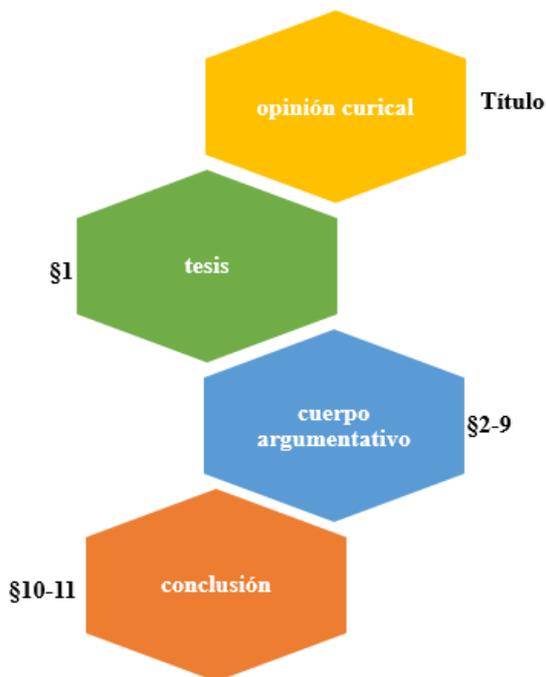
§9 Unos años más tarde, Monique Wittig define la heterosexualidad no como una práctica sexual sino como un régimen político. La afirmación de que hay mujeres que son naturalmente heterosexuales es tan falaz como la de que los hombres son por naturaleza violentos. Para Adrienne Rich, la heterosexualidad no es una orientación o una opción sexual, sino una obligación política para las mujeres. No hay deseo, hay norma. Rich denomina a esa ley no escrita heteronormatividad. Audre Lorde examina la relación entre heterosexualidad y racismo y nos enseña a detectar las violentas formas de erización de los cuerpos subalternos en las culturas hegemónicas. Si para Virginia Woolf una mujer necesitaba una habitación propia para escribir, para Audre Lorde esa habitación, si es libre y segura, no puede estar en el domicilio heterosexual y mucho menos conyugal.

§10 Cincuenta años después de las primeras guerrilleras, las mujeres heterosexuales siguen siendo asesinadas por sus maridos y por sus novios. Si es cierto que hoy es más fácil afirmarse como lesbiana que en 1960, la heterosexualidad recalcitrante no ha dejado de ser por ello igualmente mortífera. Gayle Rubin, Pat Califia y Kate Bornstein, influenciadas por la cultura BDSM y trans, dan una vuelta más de tuerca y sugieren no entrar en relaciones heterosexuales, sea con quien sea. Esto exige una des-identificación previa tanto de los hombres, como de las mujeres. ¿Qué sería una relación heterosexual en la que aquel que supuestamente ocupa la posición política de hombre renuncia a la definición soberana de la masculinidad como detentora de poder? ¿Cómo sería una relación supuestamente "heterosexual", pero sin hombres y sin mujeres? Son los hombres los que deben iniciar ahora un proceso de des-identificación crítica con respecto a sus propias posiciones de poder en la heterosexualidad normativa. Des-machitarse, des-falchizarse, des-redibarrizarse.

§11 Con las políticas de género nos ocurre lo mismo que con las políticas del medioambiente: sabemos muy bien lo que está ocurriendo y nuestra propia responsabilidad en ello, pero no estamos dispuestos a cambiar. Esta resistencia al cambio se manifiesta no sólo por parte de aquellos que ocupan posiciones hegemónicas, sino también por parte de los cuerpos subalternos, aquellos que sufren de forma más directa las consecuencias de un régimen de poder. Nos da miedo perder privilegios, o renunciar a lo poco que tenemos, tememos reconocerlos en lo ajeno. Pero lo supuestamente ajeno es mejor que la norma. Sólo la transformación del deseo podría movilizar una transición política. Imagino que lo que estoy diciendo no genera un entusiasmo inmediato en las masas, pero es preciso afrontar colectivamente las consecuencias de la herencia neoropulicista del patriarcado —si fuera un disco lo habrían llamado *Expansive shit*—. Sólo la des-patriarcalización de la heterosexualidad permitiría redistribuir las posiciones de poder, sólo la des-heterosexualización de las relaciones haría posible la liberación no sólo de las mujeres, sino también y paradójicamente, de los hombres. Entre tanto, que cada mujer tenga una pistola y sepa usarla. No hay tiempo que perder. La revolución ya ha comenzado.

Estructura del texto

Antes de leer el texto hay que mencionar algunas informaciones básicas sobre él. La estructura del artículo se ve mucho mejor al abrir el artículo en Internet, ya que en este documento está omitida la foto debajo del título, el nombre del autor y la fecha de publicación, tampoco se puede ver claramente el diferente tamaño de las letras. El título está puesto en cursiva, en negrita y en letra grande y la introducción va también en letra más grande que el resto del artículo. A lo largo del texto se encuentran tres cuadros que presentan las opiniones cruciales del artículo y van en letra grande y en negrita.



El artículo consta de 11 párrafos. La opinión crucial sobre la cual se va a desarrollar la argumentación está resumida en el título “La heterosexualidad es peligrosa”. El primer párrafo presenta la tesis del texto argumentativo. El cuerpo argumentativo se desarrolla en los párrafos 2 – 9, sin embargo, los §8 y §9 tienen más carácter expositivo y explicativo que argumentativo y la conclusión se halla en los últimos dos párrafos (§10, 11).

Propósito del texto

El propósito del texto es advertir de la violencia machista (no solamente doméstica) contra las mujeres en las relaciones heterosexuales. El propósito se puede encontrar en la tesis que dice que cada día mueren mujeres a manos de sus familiares/compañeros masculinos y que a pesar de que muchas de ellas habían previamente denunciado la violencia sometida sobre ellas, ninguna institución pública les ayudó a evitar esta violencia (§1).

Cuerpo argumentativo

En el cuerpo argumentativo el autor expone las razones por las que piensa que ocurre tanta violencia machista y llega a la conclusión de que es debido al hecho de que nuestro sistema es heteropatriarcal y que los hombres tienen una posición política más alta que las mujeres y tienen a las mujeres en una posición subalterna.

En la misma posición en la que están las mujeres pone también a otros grupos sociales como los hombres afeminados, las mujeres *trans* y otras personas no heterosexuales. También proclama que el hecho de llevar a cabo la violencia no se puede asignar a todos los hombres ni que se puede decir que todas las mujeres sean objetos de violencia. Proclama que la causa de esta violencia se halla en el sistema heteronormativo y en el hecho que vivimos en *machocracias*. Para defender su opinión de que la violencia machista es solamente cosa de relaciones heterosexuales argumenta con datos estadísticos (sin embargo, no pone ningún número exacto ni ninguna fuente de la cual provenga esta información) acerca de los abusos de niños, los ataques y asesinatos de mujeres en el ámbito doméstico heterosexual. Argumenta que para cambiar esta relación entre violencia y heterosexualidad hay que inventar nuevas formas de cooperación política que excedan la heteronormatividad.

En el párrafo 7 se centra en mostrar que la mala actitud de las feministas con las mujeres *trans* es igual de inapropiada que la lesbofobia del sistema patriarcal. Los § 8 y 9 sirven como una retrospectiva a la historia cuando las feministas veían en las lesbianas una amenaza violenta hacia los valores de su feminismo y como unos años más tarde las aceptaron y cambiaron también su actitud hacia la heterosexualidad.

Conclusiones

La conclusión se encuentra en los párrafos 10 y 11. Primero pone varias preguntas retóricas que animan a los lectores a pensar sobre ellas. Luego concluye que los que tienen que empezar a cambiar son los hombres *cis*. El último párrafo anima a todos los lectores a que no tengan miedo del cambio porque solamente “*la transformación del deseo podrá movilizar una transición política*” que es primordial para la liberación no solo de las mujeres, sino también de los hombres. El texto termina por un llamamiento a “*que cada mujer tenga una pistola y sepa usarla. No hay tiempo que perder. La revolución ya ha comenzado.*”

Aspectos gramaticales y pragmáticos del texto

Conectores lógicos y marcadores discursivos:

| | |
|--|--|
| Indicador de tiempo | Unos años más tarde, en 1968, cincuenta años después de las primeras guerrilleras, <u>cuando</u> , <u>mientras</u> , cada día, después de, desde mediados del siglo pasado |
| Indicador de cantidad | <u>La mayoría</u> de estos asesinatos, <u>todos</u> los cuerpos, <u>cada</u> mujer, <u>la mayor parte</u> de los abusos, <u>buen número de</u> feministas radicales |
| Indicador de argumento | <u>Porque</u> , <u>pero</u> , <u>sin embargo</u> |
| Indicador de autoridad | Por decirlo con <u>Cristina Morales</u> , <u>como afirma</u> la feminista boliviana María Galindo |
| Indicador de probabilidad o duda | <u>quizás</u> |
| Organizadores textuales | <u>En primer lugar</u> , <u>la segunda conclusión</u> |
| Indicador de conclusión | <u>Por eso</u> , <u>entonces</u> |
| Indicador de premisas | <u>Sí</u> , <u>si es cierto que</u> , |
| Indicador de oposición, contraargumento | <u>Al contrario</u> , <u>pero</u> , <u>no es</u> , <u>sino</u> |
| Indicador de adición | <u>No sólo...sino que también;</u> |
| Indicador de modo | Es así como surgió, del mismo modo |
| Indicador de causa | <u>A causa de</u> |
| Indicador de comparación | <u>Es mejor que</u> , <u>es más fácil</u> , <u>es tan</u> falaz <u>como</u> , como |
| Indicador de explicación | <u>No sólo...</u> , <u>sino que</u> , <u>y digo...</u> |

Elementos deícticos y anafóricos del texto

| Tipo: | Ejemplo: | Aclaración: |
|-------------------------------------|---|---|
| Anáfora directa repetitiva: | La amplificación de esa violencia | se repite la palabra violencia |
| Anáfora directa reiterativa: | No sólo las mujeres trans no son entes de violencia, sino que, al contrario, son uno de los sujetos políticos más vulnerables frente a la violencia hetero-patriarcal | Las mujeres <i>trans</i> son el antecedente para la anáfora directa reiterativa “sujetos políticos” |
| | A menos de 300 metros de éste | sustituye la expresión “espacio doméstico” |
| | [...] culturas “macho facho neoliberales” <u>donde</u> la violencia [...] | Sustituye a la expresión “machocracias” |
| Anáfora gramatical: | En su mayor parte, sus compañeros | Ejemplos de anáfora gramatical, en el texto hay una gran cantidad de estos, así que no vamos a nombrarlos todos |
| Anáfora difusa: | Esto , señálemoslo En este contexto de violencia | Ambos ejemplos resumen lo dicho en las oraciones previas. |
| Deixis personal | No necesitamos casarnos. No necesitamos formar familiar. Necesitamos inventar formas de cooperación política [...] | plural exclusivo – excluye a los heterosexuales |
| | Esta resistencia al cambio se manifiesta no sólo por parte de aquellos que ocupan posiciones hegemónicas [...] | Se refiere a alguien fuera del texto |
| | No estamos dispuestos a cambiar Nos da miedo perder privilegios o renunciar a lo poco que tenemos , tenemos reconocernos en lo abyecto Sabemos muy bien lo que está ocurriendo y nuestra propia responsabilidad en [...] Vivimos [...] en machocracias | plural generalizador + elipsis pronominal |

En el texto no hay ningún ejemplo de la deixis temporal ni espacial, ya que presenta una opinión y no trabaja con datos ni lugares en concreto (no tiene por qué referirse a un tiempo o espacio fuera del texto).

Formas verbales

A lo largo del texto podemos encontrar los siguientes tiempos verbales: presente de indicativo (*exige, sitúa*), presente de subjuntivo (*paseen, sean, requieran*), pretérito perfecto compuesto (*no ha dejado, ha comenzado*), pretérito indefinido (*salió, surgió*), pretérito imperfecto (*denominaba, necesitaba*), pretérito imperfecto de subjuntivo (*podiera, fuera*), pretérito pluscuamperfecto de subjuntivo (*hubieran denunciado, hubiera, dado lugar*), futuro simple (*podrá, permitirá*) y condicional simple (*se daría, llevaría*).

El tiempo que más prevalece en el texto es el presente de indicativo en forma de tercera persona de singular y plural. Sin embargo, también hay verbos en primera persona del plural y cuatro veces podemos encontrar la forma de primera persona de indicativo (*digo, no conozco, imagino, estoy diciendo*) a través de los cuales se presenta el autor en el texto. No están presentes formas de segunda persona de singular ni de plural. Los únicos apartados, donde está involucrado también el lector son los fragmentos que usan las formas de primera persona del plural (*No estamos dispuestos a cambiar, nos da miedo perder privilegios, ...*). Estas formas se encuentran en la parte de la conclusión donde el autor apela al destinatario a que es necesario cambiar las políticas de género.

Terminología

El artículo está especializado en problemática del género y abunda en términos de este campo. A continuación, presento una tabla de los términos con cortas explicaciones de cada uno.

| TÉRMINOS | |
|----------------------|---|
| feminicidio | asesinato de una mujer por el hecho de ser una mujer ⁵⁸ |
| necropolítica | uso del poder social y político para dictar como algunas personas pueden vivir y cómo algunas deben morir ⁵⁹ |

⁵⁸ Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Feminicidio> (2020/04/23)

⁵⁹ Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Necropol%C3%ADtica> (2020/04/23)

| | |
|---|--|
| | -> en el texto es explicado como: gobierno de la vida y la muerte |
| género | sexo masculino y femenino, del texto: gestión de la sexualidad |
| carta cromosómica XX | las mujeres disponen de dos cromosomas homólogos que se señalan XX, los hombres tienen dos cromosomas diferentes: XY ⁶⁰ |
| hetero-patriarcal | sistema en el que el hombre y la heterosexualidad son superiores a las mujeres y a otros tipos de sexualidad sistema patriarcal: sistema en el cual toda la autoridad se reserva al hombre |
| mujer transexual | mujer que ha adquirido por vía de toma hormonas u por someterse a una operación quirúrgica el aspecto masculino |
| hombre afeminado | hombre que presenta ciertos rasgos de comportamientos/características personales que son por costumbre asociadas a las mujeres |
| <i>machocracias,</i> culturas “macho facho neoliberales” | culturas donde mandan los “machócratas” (puede incluir también mujeres que están de acuerdo con el sistema) -> la palabra de cualquier hombre vale más que la de cualquier mujer; sistema donde los hombres poseen ciertos privilegios; -> sistema que relaciona ciertos tipos de trabajos/tareas a cierto sexo – p. ej.: la crianza de los niños y el cuidado del trabajo doméstico es cosa de las mujeres |
| cuerpos no-binarios | = <i>genderqueer, intergénero</i> personas que no se identifican ni con el género femenino ni con el masculino; no es sinónimo a gay, lesbiana: estos se sienten libres de género |
| cuerpo binario | aquellos que se identifican como mujer u hombre en su interior; a este grupo entran también los transexuales |
| personas cis | las personas cuyo sexo concuerda con cómo se identifican en su interior (se identifican con el género con cual nacieron) |
| cuerpos no heteronormativos | todas personas que no entran en el grupo “cis” |

⁶⁰ Recuperado de: <https://www.imegen.es/informacion-al-paciente/informacion-genetica-enfermedades-hereditarias/conceptos-genetica/cromosoma-x/> (2020/04/23)

| | |
|---|---|
| oposición binaria, maniquea y genérica (No caigamos ni en una <i>oposición binaria, maniquea y genérica</i> , entre hombre-violentos y mujeres-víctimas de violencia) | maniquea = tendencia a ver oposición radical entre lo bueno y lo malo y no admitiendo nada entre estos dos polos ⁶¹ -> En este caso quiere decir que no se puede hacer una generalización de que todas mujeres sean víctimas de violencia y todos hombres sean violentos. |
| todes, niñes | incluye a los individuos que no se consideran a ser ni masculinos ni femeninos |
| somatopolítica | somato = prefijo proveniente del griego que significa “cuerpo” ⁶² |
| familia homoparental | los padres son del mismo género |
| heterosexualidad normativa, heteronormatividad | La sociedad se rige por un régimen heteronormativo que determina las relaciones heterosexuales como normativas, o sea como la única forma normal de relaciones amorosas. |
| lesbofobia, transfobia | discriminación a las lesbianas o a las personas transexuales |
| cimarrona | una mujer que huye de la heterosexualidad al lesbianismo político |
| lesbianismo político | Una rama del feminismo que proclama que la sexualidad no es innata, sino que se puede elegir y pone razones por las cuales el lesbianismo es una alternativa buena para las mujeres heterosexuales. ⁶³ |
| amenaza violeta | En los años setenta existía un grupo de lesbianas que protestaba contra el hecho que se excluían los problemas lesbianos de los asuntos tratados por el movimiento feminista y se llamaban así. El color violeta se usa hasta hoy en las manifestaciones femeninas lesbianas. |
| culturas hegemónicas | culturas donde domina un grupo sobre otros grupos: en este caso los hombres/machocratas dominan sobre las mujeres y las personas no binarias |

⁶¹ Recuperado de: <http://etimologias.dechile.net/?maniqueo> (2020/04/23)

⁶² Recuperado de: <https://es.thefreedictionary.com/somato-> (2020/04/01)

⁶³ Recuperado de: <https://www.theguardian.com/world/2004/mar/27/gayrights.weekend7> (2020/04/01)

| | |
|----------------------|---|
| culturas BDSM | BDSM – “acrónimo inglés que une prácticas como la disciplina, el <i>bondage</i> , y la sumisión”, se trata de un grupo de prácticas eróticas ⁶⁴ culturas BDSM: para algunos las prácticas pasan a ser un estilo de vida |
|----------------------|---|

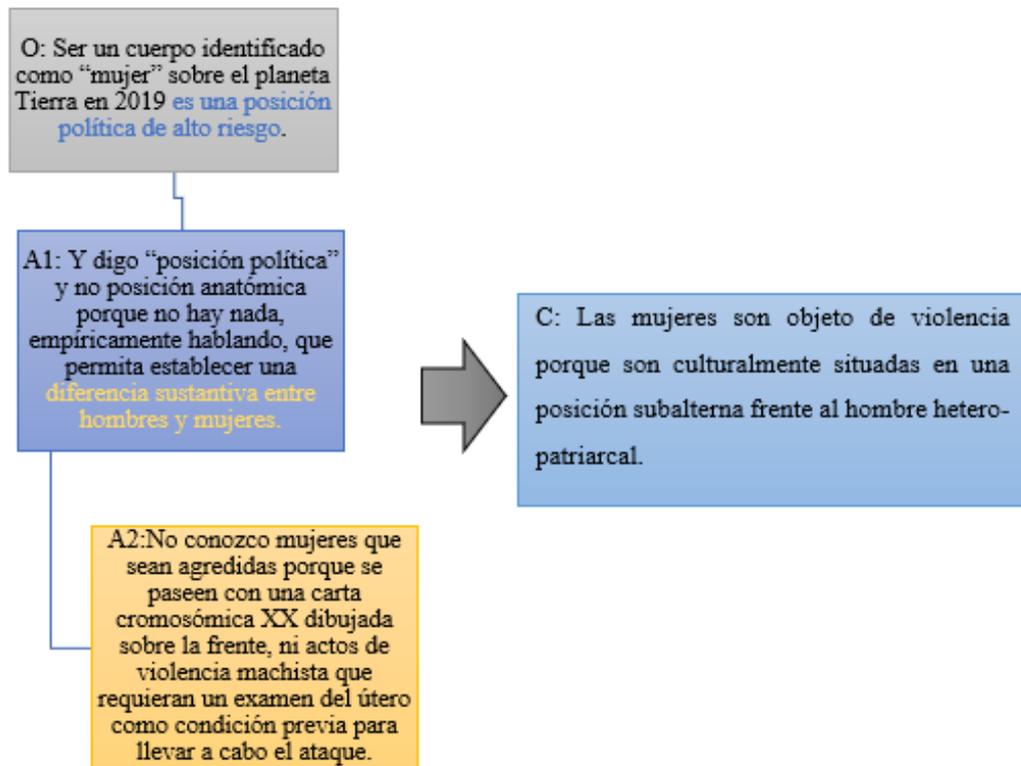
Neologismos y extranjerismos en el artículo

En el artículo, el autor utiliza varios neologismos y extranjerismos. Entre los extranjerismos de origen inglés se pueden mencionar los términos: culturas BDSM (la abreviatura significa: Bondage, Discipline/Domination, Submission/Sadism, Masochism) y heteronormatividad (proviene de heteronormativity). Otros neologismos utilizan prefijos o sufijos extranjeros: personas *cis* (prefijo latín), somatopolítica (prefijo griego), necropolítica (prefijo griego) y *machocracia* (sufijo griego).

Dos neologismos se formaron solamente por cambiar la terminación usual -os a -es (todes, niñes) y quiere expresar que ni en la terminación -os ni -as pueden caber todos los seres humanos, ya que algunos no se clasifican ni como masculinos ni como femeninos. A la palabra “cimarrona” se añade un sentido nuevo, normalmente se utiliza para hablar de “un animal doméstico que huye al campo y se hace montaraz” (rae), y aquí señala a una mujer que huye de la heterosexualidad al lesbianismo político (analogía).

⁶⁴Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20121207/54357004687/sumision-realidad-o-fantasia.html>

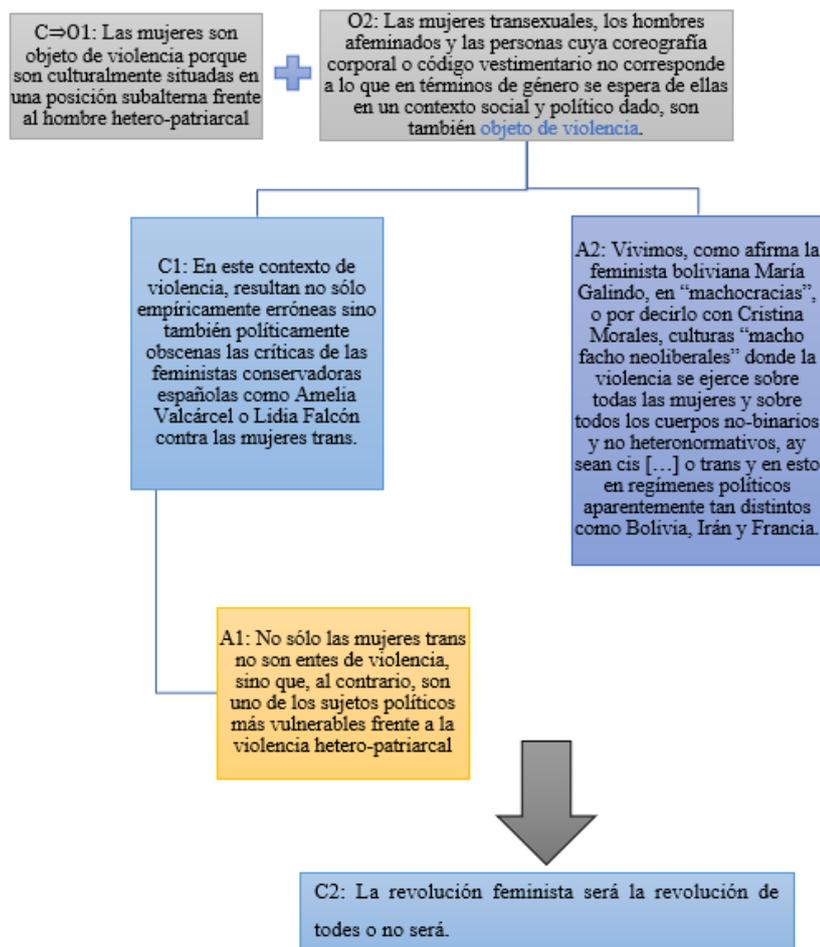
Análisis de los argumentos



La oración causal en el A1, junto con la oración adjetiva especificativa subordinada a la oración causal, justifica por qué el autor utiliza el término "*posición política*" en la O. El sintagma adverbial "empíricamente hablando" tiene función de calificador.

El A2 está formado por una oración subordinante (No conozco mujeres [...] ni actos de violencia machista), dos oraciones adjetivas especificativas (que sean agredidas; que requieran un examen del útero [...]) y por una oración causal (porque se paseen con una carta [...]) que es subordinada a la primera oración adjetiva. El A2 tiene función del esfuerzo para el A1.

La conclusión se encuentra en la oración subordinante "Las mujeres son objeto de violencia". La oración subordinada adjetiva causal solamente reformula lo previamente dicho.

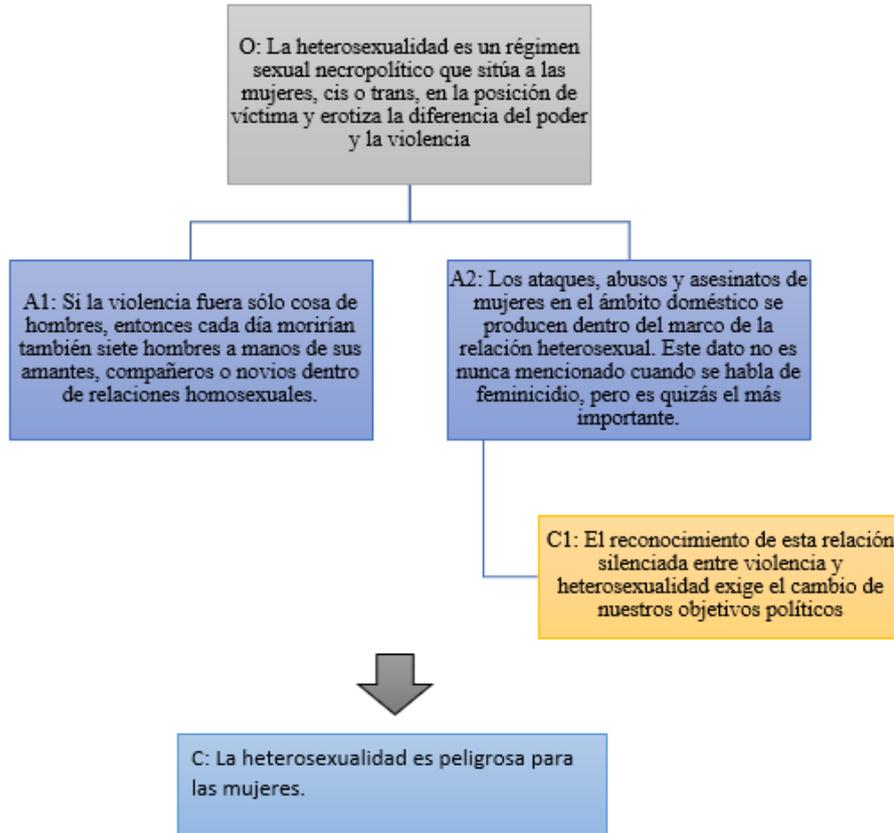


La conclusión de la argumentación previa pasa a funcionar en este caso como opinión, junto con la O2. Justo después de la opinión sigue la conclusión (C1) cuyo argumento se presenta posteriormente (A1). La C1 empieza por un elemento endofórico “En este contexto” que tiene función de la anáfora difusa y que resume/ hace referencia hacia la O2. La C1 concluye que la opinión sostenida por las feministas mencionadas (autoridades) es errónea. Los sintagmas adjetivales “empíricamente erróneas” y políticamente obscenas” funcionan como calificadores. y el argumento que justifica esta conclusión está introducido por indicadores de explicación “no solo, sino que, al contrario” que introducen un contraargumento. En este caso se trata de contraargumento a la opinión de las feministas que critican a las mujeres *trans*. En el A1, el adjetivo “vulnerable” en grado comparativo tiene función de calificador.

El A2 tiene forma de opinión de una autoridad, en este caso de dos autoridades: María Galindo y Cristina Morales. Este argumento abunda en términos especiales (*machocracia*, culturas *macho facho neoliberales*, heteronormativo, *cis*, cuerpos no binarios).

La conclusión de esta argumentación predice qué pasará o no pasará en el futuro. Tiene forma de dos oraciones coordinadas disyuntivas que plantean dos opciones del desarrollo de la situación: *será revolución de todes o no será*.

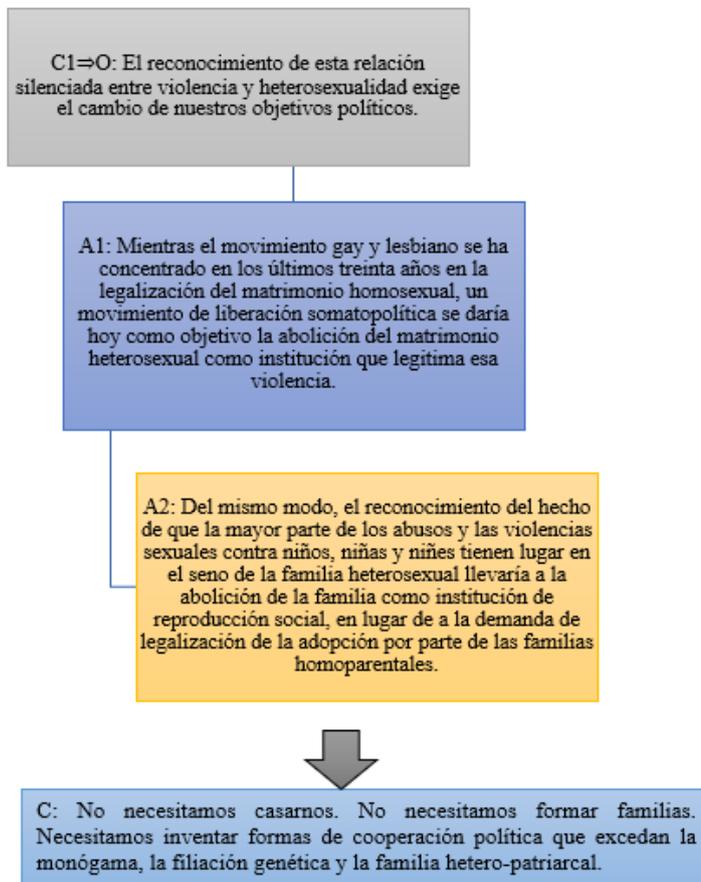
La O es una oración enunciativa/declarativa que se compone de una oración principal



y de dos oraciones subordinadas adjetivas explicativas (el antecedente de ambas oraciones adj. es el sintagma nominal “un régimen sexual necropolítico”). Está apoyada por dos argumentos. El A1 está expresado por una oración condicional que manifiesta posibilidad. La oración subordinada presenta un hecho que tendría que ser verdadero (la violencia es cosa de hombres) para que ocurriera lo que se enuncia en la oración principal (cada día mueren también siete hombres a manos de sus amantes.). Pero la realidad no es así, por lo que es una condición poco posible.

El A2 presenta datos reales, pero no se pone la fuente de dónde han sido extraídos. La segunda oración empieza por una anáfora difusa y en la última oración coordinada introducida por el indicador de argumento “pero” indica el autor su juicio personal sobre el hecho de que este dato no se suele mencionar a la hora de hablar sobre feminicidios. El

A2 tiene su propia conclusión C1. La conclusión total de esta argumentación es que la heterosexualidad es peligrosa para las mujeres, la idea crucial del artículo.



La C1 de la argumentación previa funciona como opinión en esta argumentación. Proclama que debido al reconocimiento de la violencia en las relaciones heterosexuales hay que cambiar los objetivos políticos.

Los dos argumentos que justifican a la opinión se podrían calificar como argumentos por analogía. En el A1, el autor pone un ejemplo de los esfuerzos del movimiento gay y lesbiano que ha aspirado a conseguir la legalización del matrimonio homosexual durante varias décadas y lo comprara a un posible esfuerzo de un movimiento somatopolítico que podría, por los motivos de violencia, intentar a abolir los matrimonios heterosexuales. El A2 tiene la misma estructura, solamente el tema tratado cambia. El A2 enlaza a lo dicho en A1 y añade que los abusos de los niños, niñas y niños pasan, en la mayoría de los casos, en familias heterosexuales y que, en vez de no querer legitimar las adopciones por parejas homoparentales, se podría llegar “a la abolición de la familia como institución de reproducción social”.

La conclusión está escrita en primera persona del plural en presente de indicativo (salvo la última oración subordinada adverbial explicativa). En las primeras dos oraciones enunciativas negativas la forma del plural es excluyente: excluye a los heterosexuales e incluye a todas personas no binarias (homosexuales, *trans*, BDSM, ...) No obstante, en la tercera oración, el verbo “necesitamos” ya tiene valor incluyente e incluye a todos. Apela a que es necesario inventar nuevas formas de cooperación política y menciona qué hay que cambiar en nuestra sociedad (inventar formas que excedan la monógama, la filiación genética y la familia hetero-patriarcal).

7. Propuesta didáctica

La propuesta didáctica de este trabajo trata de elaborar una posible hoja de trabajo que trata de incorporar la problemática de argumentación dentro del marco de una clase de español como lengua extranjera en el nivel avanzado de B2. La propuesta consta en total de 7 actividades que se centran en desarrollar todas las cuatro destrezas lingüísticas: la expresión oral, comprensión lectora, comprensión auditiva y expresión escrita. El tema ha sido inspirado por el artículo periodístico de opinión que analizamos en el previo capítulo con el título “*La heterosexualidad es peligrosa*” del periódico “*El País*”. Para señalar la cara opuesta de la moneda, el cuarto ejercicio es elaborado a partir de un artículo de opinión que va en contra de las relaciones homosexuales y se llama “*Los gays quieren adoptar niños para violarlos*”. El artículo fue tomado del periódico “*El Español*”.

A parte de los fragmentos tomados de los artículos mencionados, se trabaja también con un vídeo: se trata de una entrevista con Beatriz Preciado, la autora del primer artículo, que es transexual.

El ejercicio 5 se enfoca en los marcadores discursivos, ya que en nuestra lengua checa no solemos utilizar tantos marcadores como los usan en la lengua española y por eso hay que poner mayor énfasis en ellos en la clase de ele. En el ejercicio 6 se trabaja con un texto argumentativo que consta de varios marcadores y sirve para mostrar a los alumnos cómo se pueden incorporar en un texto argumentativo y qué función cumplen. En el último ejercicio de expresión escrita, los alumnos tienen que incorporar por lo menos 5 marcadores discursivos en su texto y así practicar la teoría y práctica.

La temática de la heterosexualidad y homosexualidad la he elegido porque es un tema muy discutido entre los jóvenes hoy día y me atrevo decir que cada uno tiene alguna opinión acerca de este tema, ya sea positiva o negativa. Por eso creo que sería fácil animar a los alumnos a discutir/argumentar sobre el tema.

Después de terminar todas las tareas que siguen, se podría hacer un debate en clase. Las reglas del debate van después de las hojas de trabajo para los alumnos y servirían solamente al profesor para guiar el proceso del debate. Las reglas para los alumnos están puestas en forma muy resumida en el dibujo debajo de las del profesor. La idea de hacer un debate en clase proviene de las clases de Lic. Mgr. Sergio Serrano Serrano, en las cuales hicimos un debate semejante y tuvo mucho éxito.

1. ¿Sabéis que significa la abreviatura LGBT? Haced en clase un corto brainstorming sobre qué os viene a la mente en relación con esta abreviatura.

2. Trabajad en parejas. A continuación, siguen citas de un artículo periodístico. Leedlo y responded a las preguntas.



¿De qué pensáis que trata el artículo?

¿Quiénes son los *niños*?

¿Por qué la heterosexualidad es peligrosa según el autor?

¿Estáis de acuerdo con que ser una mujer es hoy en día una posición política de alto riesgo? ¿Por qué?

¿De qué revolución puede hablar el autor?

¿Cómo os imaginaríais al autor del artículo?

3. A continuación, vais a ver una entrevista con el autor de las citas.
Al ver el vídeo, responded las preguntas que siguen. (00:00 - 04:19)



¿Qué cuatro roles adjudican los hombres machistas a las mujeres?

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

¿Qué asignaturas enseña Beatriz en la universidad París VIII?

- 1)
- 2)
- 3)

¿Qué es la teoría "queer"?

.....
.....
.....

¿Cómo se define Beatriz ahora a sí misma?

.....

Según Beatriz, la homosexualidad y la heterosexualidad son entidades naturales.

VERDADERO/FALSO



4. No en todas partes del mundo está la gente tan abierta a los LGBT como Beatriz... Ahora vamos a ver varias citas de otro artículo periodístico, solamente esta vez será anti-LGBT. Leedlos y luego responded las preguntas.



Los LGBT- es una amenaza para la civilización, no solo para Polonia o Europa, sino para toda la civilización basada en el cristianismo.

En Polonia las uniones civiles entre personas del mismo sexo no están reconocidas.



PROHIBIDO TOCAR

Un conocido sacerdote dijo hace poco en la radio que "LGBT" significa "pedófilos, zoófilos y necrófilos que quieren convertir a los polacos en erotomaníacos"

Cuando en febrero el alcalde de Varsovia, Rafal Trzaskowski, firmó en nombre de la ciudad una declaración respetando los derechos de la comunidad LGBT, fue recriminado incluso por algunos miembros de su propio partido. El superintendente de las escuelas de Varsovia se quejó de que el alcalde quería "legitimar la pedofilia".

¿De qué pensáis que trata el artículo?

¿Cuál es la actitud del gobierno polaco a las relaciones homosexuales?

¿Pensáis que exista alguna buena razón para poder criticar a los LGBT de tal modo?

Poned argumentos a favor y en contra del permiso del matrimonio entre personas del mismo sexo.

¿Estáis de acuerdo con que los homosexuales puedan adoptar niños? ¿Por qué? ¿Conocéis algún país dónde esté permitido?

5. Escribid en cada cuadro la función que cumplen los marcadores discursivos del cuadrado de abajo

Marcadores discursivos

| | | |
|--|---|---|
| <p>.....</p> <p>en primer/segundo lugar, primero, segundo, después, luego, antes de nada, para empezar, a continuación, finalmente</p> | <p>.....</p> <p>por un lado, por otro lado, asimismo, al mismo tiempo, por una parte, por otra parte, también</p> | <p>.....</p> <p>en mi opinión, para mí, personalmente, a mi entender, según mi punto de vista, creo que</p> |
| <p>.....</p> <p>porque, puesto que, dado que, ya que, visto que, a causa de, como</p> | <p>.....</p> <p>pero, por el contrario, al contrario, aunque, no obstante, en cambio</p> | <p>.....</p> <p>es decir, esto es, o sea, en otras palabras, dicho de otra manera, en efecto</p> |
| <p>.....</p> <p>para resumir, en resumen, en suma, en pocas palabras</p> | <p>.....</p> <p>para concluir, por último, en definitiva, para terminar, para finalizar</p> | <p>.....</p> <p>por lo cual, de ahí que, por esto, por lo tanto, por consiguiente</p> |
| <p>.....</p> <p>claran/explican lo antes dicho introducen el tema ordenan el discurso</p> | <p>.....</p> <p>ponen ejemplo indican consecuencia resumen</p> | <p>.....</p> <p>añaden información/ideas indican oposición o contraste concluyen, terminan</p> |

6. Lee el siguiente texto y responde las preguntas.

La adopción de menores por parte de parejas del mismo sexo es un tema controversial, **ya que** se considera el siguiente paso a considerar después de la legalidad de los matrimonios homosexuales.

En principio, se argumenta que la adopción gay podría ayudar a los niños a salir del sistema de bienestar infantil, de un conjunto de dimensiones (físicas, emocionales y sociales) que afectan no solo al desarrollo y la calidad de la vida inmediata y tangible de los niños sino también su potencial en términos de desarrollo humano. Existe una amplia evidencia que muestra que los menores criados por los padres del mismo sexo, permitiendo que estos a su vez se desenvuelvan de la misma manera que un niño criados por progenitores de distinto sexo.

En segundo lugar, hay que admitir que diferentes investigaciones han demostrado que no existe relación entre la orientación sexual de los progenitores y cualquier medida de adaptación emocional y/o conductual del menor.

En tercer lugar, también hay que advertir que, en la actualidad, ya muchas parejas homosexuales o gays crían a sus hijos, adoptados o concebidos a través de métodos de fertilización asistida o por medio de alquiler de vientres. Pero este tema que como todo presenta dificultades desde el punto de vista religioso, **aunque** con el pasar del tiempo ha habido avances de aceptación cultural. Es claro que todas las personas tienen derecho a ser feliz y esto implica ser libres e iguales, también ante la ley, **ya que** las leyes deben ser para todos y sin importar su cultura o su orientación sexual.

Por otro lado, una de las ventajas que menciona el periódico el Tiempo podemos encontrar es que cuando sólo hay un padre en la familia, **debido a** el divorcio o su muerte, el padre o la madre puede elegir un compañero del mismo sexo. El exprocurador General de la Nación, Jaime Bernal Cuéllar, sostuvo que hay estudios psicológicos que indican que no hay afectación en los niños que viven en familias de parejas del mismo sexo.

En suma, la adopción gay permitiría a la pareja ser el padre legal del niño. Tener dos padres legales es una ventaja en el sentido de que el niño tendría derechos hereditarios adicionales y derechos de pensión alimenticia. El niño podría recibir pensiones de supervivencia de la seguridad social si el nuevo padre fallece.



¿Qué función cumplen los marcadores discursivos subrayados?

¿Cómo se podría reemplazar el conector "ya que" en el texto?

¿Qué relación establece el conector "debido a" en el texto?

relación de:

- a) Causa
- b) Orden
- c) Consecuencia
- d) Oposición/contraste

¿Qué indica el conector "aunque"?

- a) Las razones por las cuales el tema presenta dificultades.
- b) Las consecuencias de las dificultades desde el punto de vista de la religión.
- c) El cambio entre la situación en el pasado y en presente.



7. Tarea escrita: A continuación, vais a escribir un texto argumentativo según los criterios del cuadro.

Tema: Según tú, ¿deberían los LGBT tener derecho a casarse y a adoptar hijos?

Longitud: entre 250 y 400 palabras

Estructura del texto:



+ hay que utilizar por lo menos 5 marcadores discursivos del ejercicio 5.

Debate

Tema para ser discutido: Los *queer* (gayes, lesbianas, trans, bisexuales) ¿tienen derecho a casarse y a adoptar hijos?

- 1) Los alumnos se dividirán en dos equipos. Para dividirlos podemos usar tarjetas de dos tipos – en unas estará impresa la bandera de los LGBT y en la segunda la anti-LGBT para no tener peleas entre los alumnos a la hora de dividirse.



- 2) Cada grupo elegirá a su líder, quien dirigirá todo el proceso de sembrar la información y luego de organizar el debate
- 3) Ambos grupos tendrán tiempo suficiente para pensar en los argumentos que justifiquen su posición para estar preparados para defender sus opiniones en el debate. Como fuentes de informaciones pueden usar internet, los materiales vistos previamente en clase o sus propias opiniones y conocimientos.
- 4) En cada grupo se elegirá a un introductor, a dos refutadores y a un conclusor.
 - El introductor tiene entre uno y dos minutos para introducir claramente la postura de su equipo sobre el tema discutido. Tiene que ser lo más claro, breve y conciso posible.
 - El refutador tiene aproximadamente tres minutos, de las cuales debería dedicar la mitad del tiempo para atacar las opiniones de sus oponentes y en la segunda mitad del tiempo debería exponer los argumentos de su equipo. El segundo refutador tiene la última posibilidad de derribar a los argumentos del equipo oponente y a defender los argumentos de su propio equipo, así que puede usar argumentos más agresivos que el primer refutador. Aun así, todo tiene que estar enmarcado en la buena educación.

- El concludor ya no presenta argumentos nuevos. Su deber es resumir los argumentos de ambos equipos. Primero resume los del equipo opuesto y menciona cómo respondió a ellos su equipo y luego hace lo mismo con los argumentos de su equipo.
 - El resto de los alumnos ejercerá el papel del jurado. Tendrán que tomar notas de todo lo dicho para luego decidir qué grupo ha tenido argumentos más adecuados y convincentes y así elegir al ganador.
- 5) El profesor ejercerá el papel del moderador del debate. Su función será controlar el cumplimiento del tiempo y el fluido desarrollo del debate.



Conclusión

Antes de empezar a escribir el TFM, no me podía ni imaginar que yo fuera capaz de escribir una tesis (para mi bastante extensa) solo sobre la problemática de la argumentación. Lo único que imaginaba bajo el término “argumentación” era una imagen de filósofos antiguos que argumentan de cosas como “ser o no ser, eso es la cuestión”, o sabía también imaginarme una disputa dónde dos personas chillan uno al otro (lo deducía de la expresión inglesa “*to have an argument*” o simplemente del verbo “*to argue*” que significa discutir/pelear) Por eso tenía bastante miedo solamente al imaginarme qué iba a escribir.

Para serles absolutamente franca, la razón por la cual elegí justo este tema no la pensé profundamente. Lo único que sabía era que quería que mi tutor fuese Lic. David Andrés Castillo, Ph. D. porque siempre me encantaron todas sus clases y su modo de explicar las cosas. Así que miré los temas que ofrecía y elegí uno de ellos. Por suerte, gracias a que David me prestó varios libros ya a la hora de elegir el tema y me aconsejó cómo debería empezar a estudiar lo más efectivo posible, empecé poco a poco a meterme más en la materia. Y ahora, cuando ya tengo el trabajo casi acabado, me atrevo decir que la problemática de la argumentación se merecería un trabajo mucho más amplio que el mío, ya que es un tema que brinda muchas cuestiones y aunque muchas ya tienen su respuesta, muchas siguen siendo sin responder.

Creo que la argumentación es muy importante para nuestra sociedad. Mediante ella podemos lograr lo que queremos, podemos cambiar nuestros puntos de vista, nuestras opiniones sobre el mundo y así evolucionar en personas más maduras, más prudentes, más racionales. La argumentación nos puede enseñar a pensar críticamente y a ver ambas partes de la moneda de las cosas: la parte buena pero también la parte mala. El pensamiento crítico es algo que debería tener cada ser humano porque en otro caso, somos solamente ovejas que pueden ser fácilmente manipuladas. Con cada cosa que hacemos, ya sea trabajo, escuela o lo que sea, deberíamos también saber por qué la hacemos. Hacer cosas solamente porque alguien nos ha dicho que las hiciésemos no es bueno. Y para prevenir que pase esto, tenemos la argumentación mediante la cual buscamos la mejor solución.

Para elaborar este TFM, primero he tenido que leer varios libros sobre la argumentación para coger alguna idea básica de qué se trata. Durante este período de la búsqueda inicial de informaciones aprendí muchas cosas: aprendí cómo las imágenes pueden “hablar”, qué es la argumentación, qué es la persuasión y la manipulación, cuáles son las características de la argumentación, de qué se constituye una argumentación buena, etc. Y averigüé que, aunque no me daba cuenta, me encontraba con la argumentación cada día en miles de diferentes maneras: que estaba argumentando muchísimo conmigo misma, que argumentaba con mis amigos, en casa con mis familiares o que Internet estaba también lleno de argumentaciones. Luego, a la hora de empezar a poner las ideas obtenidas de la búsqueda inicial “en el papel”, tuve que ordenar la mezcla de informaciones que tenía en mi cabeza de tal manera que tuviese pies y cabeza.

En este período he aprendido a distinguir entre informaciones cruciales y realmente importantes para los fines de mi TFM y las que no lo eran. Esta parte del proceso ha sido, para mí, la más difícil, ya que quería poner todo que me parecía interesante, aunque no tenía mucho que ver con la materia tratada. Y al final de todo, me dediqué a hacer los análisis de los textos argumentativos. Al hacer los análisis, aprendí a mirar los textos de una manera diferente, pensar con más profundidad sobre su contenido y sobre su estructura.

Los medios de comunicación de masas utilizan la argumentación, la persuasión y la manipulación diariamente para lograr lo que quieren. Las maneras de cómo argumentan son diversas. En la publicidad se suelen utilizar argumentos muchas veces no válidos que se orientan, más que al razonamiento, a los sentimientos de los destinatarios con el fin de persuadirles sobre la utilidad de sus productos/servicios. La argumentación de la publicidad no suele cumplir la estructura ideal de un texto argumentativo ni contiene todos los constituyentes obligatorios de una argumentación. Otro tipo de argumentación se halla en las revistas científicas, en las cuales los textos argumentativos tratan de exponer un problema y buscar una conclusión posible mediante el uso de argumentos válidos (basados en investigaciones, datos reales, estadísticas, etc.). En los periódicos podemos encontrar la argumentación (entre otros) en los artículos de opinión, en las viñetas, cartas al director, críticas etc. Un solo artículo periodístico puede constar de argumentos válidos como argumentos no válidos. También la estructura no siempre se compone de todas tres partes que hemos visto en este trabajo, muchas veces falta o la tesis o la conclusión.

Para concluir, me gustaría decir que la argumentación nos rodea en millones de formas diferentes. A lo largo de este trabajo nos hemos dedicado al estudio de la argumentación en los medios de comunicación de masas. Pero el alcance de la argumentación es mucho más amplio y tiene también más formas que las que hemos visto. La teoría enseña cómo debería ser una argumentación ideal para que sea exitosa, sin embargo, la práctica no es siempre ideal. Cada uno de nosotros tiene su propio modo de expresar sus ideas, sus pensamientos, sus deseos y por consiguiente también su modo de argumentar. Y esto es bueno, porque aún al usar la argumentación correctamente según las reglas, no significa que la argumentación tendrá éxito. Hay muchos factores que determinan si la argumentación tendrá éxito o no y no en todos los factores se puede influenciar. Por ejemplo, si la postura del destinatario ante el problema tratado es fija y el destinatario no piensa cambiarla, aunque la argumentación presentada fuera la mejor, no lograría persuadirle. No obstante, hay que admitir que el conocimiento de la teoría y la capacidad de saber aplicarla en práctica presenta, sin duda, una gran ventaja para que el emisor logre su meta.

Resumé

Argumentace tvoří nedílnou součást života každého z nás. Je to způsob, jakým si získáváme postavení ve společnosti, ať už v rámci rodiny, skupiny přátel či kolegů nebo ve vztahu podřízeného s nadřízeným. Snažíme se sami sebe i ostatní lidi kolem nás přesvědčovat o všem možném – třeba o tom, že máme pravdu, že máme na něco právo, nebo že za něco nemůžeme. Ospravedlňujeme si své postoje a názory argumenty, ať už pravdivými a platnými, nebo pouze subjektivními a mnohdy dokonce neplatnými.

Nicméně s argumentací se setkáváme i když jsme v klidu doma na gauči, nechceme nic řešit ani nic dělat a jen tak si pustíme televizi, nebo se rozhodneme si na chvilku zapnout počítač a kouknout se, co je ve světě nového. Televizní reklamy, reklamy na internetu, novinové články, e-shopy, internetové stránky společností (nebo jejich prezentace na sociálních sítích), tam všude je použita argumentace s cílem přesvědčit své příjemce (o koupi jejich produktu, o využití jejich služeb, o pravdivosti sdělení, ...). Sdělovací prostředky jsou schopny určitým způsobem formovat nahlížení lidí na okolní svět a myslím si, že ho v dnešní době i do určité míry tvoří.

V momentální situaci, kdy celý svět řeší coronavirus, slouží sdělovací prostředky jako zprostředkovatelé informací o stávající situaci. Představují způsob komunikace mezi vládou země s jejími občany, prostřednictvím nich se dozvídáme, jaká jsou nová opatření a dostáváme také argumenty, které ospravedlňují jednotlivá rozhodnutí vlády. Tisíce, ne-li miliony lidí jsou dočasně izolováni od okolního světa a jediný kontakt s ním mají právě prostřednictvím masových médií. Zároveň ale masmédia využívají situace, přizpůsobují se jí a zjišťují, na co můžou lidi v této době nalákat. Příkladem jsou například reklamní bannery nabízející roušky, dezinfekce a jiné žádané zboží, aniž by člověk něco takového zadal do internetového vyhledávače.

Tato práce je zaměřena na způsoby argumentace ve sdělovacích prostředcích. Teoretické poznatky jsou aplikovány na praktických ukázkách z různých internetových zdrojů. Většina ukázek/příkladů pochází z novin, některé ze stránek specializovaných časopisů (o kosmetice, automobilech, životním prostředí), další jsou vzaty ze sociálních sítí, nebo reklamních příspěvků na internetu.

Jazykové prostředky argumentace se daly nejsnáze demonstrovat na příkladech vzatých z novinových článků a článků z internetových časopisů. Reklamy se vyznačovaly

sice velmi kvalitně zpracovanou grafickou stránkou, nicméně z jazykového hlediska se jednalo o dosti chudé, většinou pouze heslované sdělení.

U argumentačních článků bylo také možné sledovat, že i když účel textu byl jasně přesvědčovací, vyskytovaly se v něm i pasáže, které by se daly charakterizovat spíše jako výkladové. Tato skutečnost je vidět na analýze textu v šesté lekci. Zbylé ukázky textů v průběhu celé práce jsou jen úryvky, které argumentační povahu mají, nicméně kdyby si čtenář přečetl celý text, z kterého pocházejí, ve většině případů by nebyl celý argumentační.

Poslední dvě kapitoly jsou ryze praktického rázu, všechny předcházející kapitoly (až na první kapitolu, která je čistě teoretická a přibližuje téma argumentace) se snaží prezentované teoretické poznatky demonstrovat na praktických ukázkách. Předposlední, šestá kapitola, prezentuje detailní analýzu novinového článku. Nejprve se věnuje struktuře článku, zdali text splňuje základní charakteristiky argumentačního textu. Poté jsou pomocí tabulek ukázány gramatické a pragmatické prostředky použité v textu, prostředky napomáhající k tomu, aby byl text koherentní i kohezí. V poslední tabulce je definována použitá terminologie. Na konci kapitoly jsou zanalyzovány jednotlivé argumentace.

Poslední, sedmá kapitola, se snaží ukázat jeden z možných způsobů, jak zahrnout argumentaci do hodin španělštiny, a to z toho důvodu, že schopnost správně argumentovat by, podle mého názoru, měl mít každý vzdělaný člověk. Od té doby, co se věnuji zpracování této diplomové práce si všímám, že lidé velmi často argumentují naprosto neadekvátním způsobem – vynášejí soudy, které nemají nikterak podložené (popřípadě mají, ale jen svými subjektivními názory na svět), nebo nejsou schopni patřičně zpracovat informace, kterými disponují, aby mohli dospět ke správnému závěru.

Lekce je zaměřena na poměrně citlivé téma týkající se rozličné sexuální orientace. To proto, že na toto téma vzniká velké množství názorů, argumentů i závěrů, které jsou velmi často ovlivněny tím, z jakých podmínek přicházíme a v jakém prostředí žijeme. Účelem této lekce je, aby se žáci na tuto problematiku podívali tak nějak „shora“, nezaujatě a prostřednictvím diskuze o jednotlivých otázkách vymysleli argumenty pro i proti.

BIBLIOGRAFÍA

- ARISTOTELÉS. *Rétorika-poetika*. ed. 2 Rétoriky, 9. ed. Poetiky. Praha: Rezek, 1999. ISBN 80-860-2714-7.
- BARTHES, Roland. *Retórica De La Imagen* [online]. Recuperado de: https://www.academia.edu/38987083/Barthes_Roland_-_La_retorica_de_la_imagen. (2020-01-18).
- BROWN, Gillian a George YULE. *Discourse analysis*. 6. Cambridge: Cambridge univeserity Press, 1988. ISBN 0521284759.
- ČECHOVÁ, Marie. Rétorika s nadhledem. *Naše řeč* [online]. 1999, **82**(1), 39-42 Recuperado de: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7487>
- CICERON, Marco Tulio. *Diálogos del orador* [online]. el aleph .com, 2000. [cit. 2020-03-31]. Recuperado de: <https://www.academia.edu/5550411/DI%C3%81LOGOS-DEL-ORADOR-MARCO-TULIO-CICER%C3%93N>
- CLAYTON, Edward. Cícero (106–43 B.C.E.). *Internet Encyclopedia of Philosophy* [online]. [cit. 2020-03-31]. Recuperado de: <https://www.iep.utm.edu/cicero/#SH9a>
- CORTÉS ROFRÍGUEZ, Luis. *Análisis del discurso político: Consideraciones acerca de los debates en torno al estado de la nación*. Almería: Editorial Universidad de Alemría, 2015. ISBN 978-84-16642-05-2.
- DÍAZ, Álvaro. *La argumentación escrita*. 2. ed. Medellín: Editorial Universidad de Antioquía, 2002. ISBN 9586551628.
- Diccionario de términos Cervantes. *Centro Virtual Cervantes* [online]. Instituto Cervantes, 2020 [cit. 2020-03-02]. Recuperado de: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/
- DUCROT, Oswald. *Decir y no decir: Principios de semántica lingüística*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1982. ISBN 84-339-0802-2.
- EL MODELO ARGUMENTATIVO DE TOULMIN EN LA ESCRITURA DE ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. *Revista Digital Universitaria* [online]. 2004, **Volumen 5**(Número 1), 18 [cit. 2020-03-02]. ISSN 1067-6079. Recuperado de: http://revista.unam.mx/vol.5/num1/art2/ene_art2.pdf
- FUENTES RODRIGUEZ, Catalina y Esperanza R. ALCAIDE LARA. *Mecanismos lingüísticos de la persuasión: cómo convencer con palabras*. Arco Libros, 2002. ISBN 978-8476355367.
- GUTIÉRREZ V., Silvia. El discurso argumentativo. Una propuesta de análisis. *Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje* [online]. 2003, (Número 27), pp. 22. Recuperado de: http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/escritos/resources/LocalContent/27/1/silviagtzv.pdf. (2020-01-18).

- HALLIDAY, M. A. K. y Ruqaiya HASAN. *Cohesion in English*. 1976. London: Longman, 1976. ISBN 05-825-5031-9.
- JAKLOVÁ, Alena: *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*. In: Naše řeč. 2002, roč. 85, č. 4. <<http://naserec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7689>>. (2020-02-11)
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost: Stručný úvod do světa médií a mediální komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KLAPETEK, Milan. *Komunikace, argumentace, rétorika*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2652-6.
- LO CASCIO, Vincenzo a David CASACUBERTA. *Gramática de la argumentación: Estrategias y estructuras, versión española*. Madrid: Alianza editorial, 1998. ISBN 84-206-2895-1998.
- MARVAN, Tomáš: *Otázka významu: cesty analytické filozofie jazyka*. Praha: Togga ve spolupráci s Filozofickou fakultou Univerzity Karlovy v Praze, 2010.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. ed. 2. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-717-8714-0.
- Pathos, Ethos, and Logos, Definition and Examples* [online]. 2015 [cit. 2020-03-31]. Recuperado de: <https://pathosethoslogos.com/>
- PERELMAN, Chaim, Lucie OLBRECHTS TYTECA y Julia SEVILLA MUÑOZ. *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*. Madrid: Editorial Gredos. ISBN 84-249-1396-5.
- PONS BORDERÍA, Salvador. *Conexión y conectores: estudio de su relación en el registro informal de la lengua*. Valencia: Departamento de Filología Española, Facultat de Filologia, Universitat de València, 1998. ISBN 84-370-3462-0.
- Real Academia Española* [online]. Madrid [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.rae.es/>
- SÁNCHEZ CORRAL, Luis. *Retórica y sintaxis de la publicidad: itinerarios de la persuasión*. Córdoba, España: Universidad de Córdoba, 1991. ISBN 978-84-7801-137-7.
- SCHMIDT, Martin, Michal ŠEDÍK y Miloš TALIGA. *Ako správne argumentovať, písať a diskutovať*. 1. Banská Bystrica: Vydavačstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici - Belianum, 2008. ISBN 978-80-557-1476-9.
- SEARLE, John y Luis M. VALDÉS VILLANUEVA. *Actos de habla: Ensayo de filosofía del lenguaje*. Impreso en España: Editorial Planeta-Agostini, 1994. ISBN 84-395-2230-4.
- SVOBODA, Marek. *Řečové akty ve hře Milana Kundery "Majitelé klíčů"*. 1. České Budějovice, 2014.
- TOULMIN, Stephen. *The uses of argument* [online]. Updated ed. New York: Cambridge University Press, 2003 ISBN 05-215-3483-6. Recuperado de: http://johnnywalters.weebly.com/uploads/1/3/3/5/13358288/toulmin-the-uses-of-argument_1.pdf. (2020-01-18).

The Free Dictionary [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://es.thefreedictionary.com/>

VILCHES VIVANCOS, Fernando. *La lengua española estándar en la red: tensión entre oralidad y escritura*. Madrid: Dykinson, [2014]. ISBN 978-849-0852-033.

WESTON, Anthony. *Las Claves de la Argumentación* [online]. 6. Barcelona: Editorial Ariel, S. A. Córcega, 2001. ISBN 843441113X. Recuperado de: <https://filosevilla2012.files.wordpress.com/2012/09/lasclavesdeargumentaciona-weston.pdf>. (2020-01-18).

Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-04-23].

Λ ó γ ο ς. *Perseus Digital Library* [online]. 2015 [cit. 2020-03-31]. Recuperado de: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0058:entry%3Dlo/gos>

Artículos periodísticos

Acto de habla. *EcuRed* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: https://www.ecured.cu/Acto_de_habla

Ahorro Periódico. *Sabadell* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.bancsabadell.com/cs/Satellite/SabAtl/Ahorro-Periodico/6000026512706/es/>

Alberto Fernández: “He tomado la decisión de prolongar la cuarentena hasta que termine la Semana Santa” . *Infobae* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.infobae.com/politica/2020/03/30/alberto-fernandez-anuncia-la-extension-de-la-cuarentena-total/>

Así notas que están juntos por costumbre. *En Pareja* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.enpareja.com/estilodevida/Asi-notas-que-estan-juntos-por-costumbre-20171217-0012.html>

Bayly, J. (02/02/2020). ¿Qué esperas para besarme?. *La nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/opinion/que-esperas-besarme-nid2329852> (2020/02/11).

¿Cómo funcionan las máquinas de vapor? *OK DIARIO* [online]. 14/03/2017 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://okdiario.com/curiosidades/como-funcionan-maquinas-vapor-824446>

Cuál es la mejor crema antiarrugas según los dermatólogos. *Mercado libre* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://ideas.mercadolibre.com/ar/bienestar/mejor-crema-antiarrugas/>

Deforestación. *Ecologiahoy* [online]. 8/11/2018 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.ecologiahoy.com/deforestacion>

De la Gándara, J. Peitho: diosa de la persuasión y la seducción. *Hypérbole* [online]. [cit. 2020-03-26]. Recuperado de: <https://hyperbole.es/2016/05/peitho-diosa-de-la-persuasion-y-la-seducion/>

- De los Ríos, V. Qué crema hidratante debes usar si tienes la piel grasa. *Mujerhoy* [online]. 01/04/2019 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.mujerhoy.com/belleza/tratamientos/201904/01/crema-hidratante-cara-piel-grasa-20190401090008.html>
- El 15 % de los jóvenes musulmanes en España tienen problemas de integración. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20171127/433254731677/el-15--de-los-jovenes-musulmanes-en-espana-tienen-problemas-de-integracion.html> (2020/02/11).
- Elias, A. Fish. *Ads of the World* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: https://www.ads-of-the-world.com/media/print/mccormick_fish
- Erlandsen, M. (18/01/2012). Ortografía en Internet: ¿llegó el fin de las reglas?. *Guioteca*. Recuperado de: <https://www.guioteca.com/internet/ortografia-en-internet-llego-el-fin-de-las-reglas/> (2020/02/11).
- Estamos en emergencia climática: 01/09/2019. *Ecologistas en acción* [online]. [cit. 2020-03-26]. Recuperado de: <https://www.ecologistasenaccion.org/128093/estamos-en-emergencia-climatica/>
- Hernández, B. El mundo que vaticinaba Greta Thunberg era cierto. *El País* [online]. 14/02/2020 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2020/02/17/planeta_futuro/1581965016_812656.html
- Cromosoma X. *Imagen* [online]. [cit. 2020-04-23]. Recuperado de: <https://www.imagen.es/informacion-al-paciente/informacion-genetica-enfermedades-hereditarias/conceptos-genetica/cromosoma-x/>
- Jack La Lanne's Power Juicer. *Teleshopping* [online]. [cit. 2020-03-25]. Recuperado de: <https://www.teleshopping.com.uy/producto/jack-la-lannes-power-juicer/>
- Khader, B. Los musulmanes en Europa, la construcción de un „problema“, en *La búsqueda de Europa. Visiones en contraste*, Madrid, BBVA, 2015. Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/los-musulmanes-en-europa-la-construccion-de-un-problema/> (2020/02/11).
- La vida en 2050: ¿hacia dónde avanzará el mundo de acuerdo al presente? *Ecoosfera* [online]. 08/10/2018 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://ecoosfera.com/como-sera-mundo-2050-futuro-ciencia>
- Location, location, orientation. *The Guardian* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/world/2004/mar/27/gayrights.weekend7>
- López Rubi, J. R. Un argumento lógico sobre el aborto. *Derecho en Acción* [online]. 03/10/2016 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <http://derechoenaccion.cide.edu/un-argumento-logico-sobre-el-aborto/>
- Los anuncios de antigripales superaron a sus principales competidores en el mes de enero. *Marketingdirecto* [online]. 03/02/2014 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/los-anuncios-de-antigripales-superaron-a-sus-principales-competidores-en-el-mes-de-enero>

- Los gays quieren adoptar niños para violarlos": la cruzada anti LGTB en Polonia. *El España* [online]. El León de El Español Publicaciones, 2016, 30/05/2019 [cit. 2020-03-26]. Recuperado de: https://www.elespanol.com/mundo/20190530/quieren-adoptar-ninos-violarlos-cruzada-lgtb-polonia/402210795_0.html
- Los 19 mejores bosques de España. *Consumer Eroski* [online]. 12/09/2012 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/los-19-mejores-bosques-de-espana.html>
- Maniqueo. *Etimología* [online]. [cit. 2020-04-23]. Recuperado de: <http://etimologias.dechile.net/?maniqueo>
- Mercedes-AMG GLE 63 S 4Matic+ Coupé, hasta 612 CV para el SUV con aires de coupé. *Noticias coches* [online]. 20/02/2020 [cit. 2020-03-21]. Recuperado de: <https://noticias coches.com/noticias-motor/mercedes-amg-gle-63-s-4matic-coupe/373130>
- Montero, R. (17/03/2019). Deportistas y esclavas. *El país*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2019/03/11/eps/1552306684_013865.html (2020/02/11)
- Muño, L. Sumisión: ¿realidad o fantasía? *La Vanguardia* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20121207/54357004687/sumision-realidad-o-fantasia.html>
- My Thoughts on Veganism... and Why I'm Not Vegan. *RobGreenfield.tv* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de: <http://robgreenfield.tv/veganism/>
- Odrizola, A. (01/02/2020). Si solo vas a comprar un cosmético que sea esta crema. *El país*. Recuperado de: <https://smoda.elpais.com/belleza/si-solo-vas-a-comprar-un-cosmetico-que-sea-esta-crema/> (2020/02/11)
- Olvidate de simulaciones: calcula tu hipoteca con la ayuda de un gestor personal. *Sabadell: Tu hipoteca* [online]. Alicante [cit. 2020-03-26]. Recuperado de: https://www.hipotecasabadell.es/sabadell_1-6/?tsource=03.17_Mejor_Ex_Hipoteca_305520513735&distribuidor=google&sem=sem-non_brand:nf-google:nc-hi:ag-hipoteca:f-texto:kw-la_mejor_hipoteca:mp-cpc:ga-bs&gclid=Cj0KCQjw3qzzBRDnARIsAECmryoK3EI9uv8BbjUf_mT3p63n3NlcpFCVmQ5ERZXv2kyYCrUZ9AK6Gv0aAuX0EALw_wcB
- Palmero, F. (02/09/2017). Serafín Fanjul: „No existe el deseo de integración entre los musulmanes“. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/opinion/2017/09/02/59a9a691e5fdea86788b45ab.html> (2020/02/11).
- Preciado, P. (25/11/2019). La heterosexualidad es peligrosa. *El país*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2019/11/24/opinion/1574609789_778125.html (2020/02/11)
- Pulido Salgado, M. Identifican una proteína que promueve la reparación de las lesiones medulares. *Investigación y ciencia* [online]. [cit. 2020-04-01]. Recuperado de:

<https://www.investigacionyciencia.es/noticias/identifican-una-protena-que-promueve-la-reparacion-de-las-lesiones-medulares-18387>

Ramos Penebad, L. ¿Es más seguro un SUV? ¿Tiene mejor visibilidad? Va a ser que no. *Noticias coches* [online]. 02/03/2020 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de:
<https://noticias.coches.com/consejos/suv-seguridad-visibilidad/374325>

Reina, E. México, ante la pandemia. *El País* [online]. 20/03/2020 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de:
<https://elpais.com/sociedad/2020-03-20/mexico-ante-la-pandemia.html>

Rodríguez, S. (04/02/2020). “Hemos convertido a los niños en consumistas precoces”. *El periódico*. Recuperado de:
<https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/participacion/hemos-convertido-a-los-ninos-en-consumistas-precoces-196397> (2020/02/11).

Texto argumentativo, adopción homosexual. *Comprensión y producción de textos* [online]. 2017 [cit. 2020-03-26]. Recuperado de: <http://dianasanchez1606.blogspot.com/2017/10/texto-argumentativo-adopcion-homosexual.html>

Tobin, V. Por qué un ‘spoiler’ no te arruinará la película: así funciona la ciencia del giro argumental. *El País* [online]. 10/05/2018 [cit. 2020-04-01]. Recuperado de:
https://elpais.com/elpais/2018/05/14/ciencia/1526289524_876609.html

Vestidos de 15 Años Modernos. *Facebook* [online]. [cit. 2020-03-21]. Recuperado de:
<https://www.facebook.com/watch/?v=865971890133948>