

Leer textos con opinión: la argumentación.

Desde que el ser humano vive en sociedad ha buscado ponerse de acuerdo. En ocasiones, todos los que forman un grupo tienen la misma opinión sobre un tema o están de acuerdo sobre lo que hay que hacer en determinada situación. Pero también puede ocurrir que no se llegue a un acuerdo y que deban darse las razones que justifiquen su opinión sobre determinados temas. Esas razones que se exponen para convencer al otro se llaman **argumentos**. Para llegar a acuerdos con los demás, para generar consensos, para convencer a los otros, para ponernos de acuerdo sin llegar a la imposición por medio de la violencia, la vida en sociedad nos exige que conozcamos y dominemos ciertas estrategias del lenguaje.

Ahora bien, enumerar argumentos es una parte fundamental en la búsqueda por llegar a un acuerdo. Pero no alcanza con eso. Es necesario que esos argumentos estén enmarcados en un tipo de texto determinado: la argumentación, que se caracteriza fundamentalmente por su función de buscar convencer al otro. En una argumentación, todo lo que se diga o escriba debe estar pensado en función de ese objetivo. Para eso, en algunos casos es necesario apelar a los razonamientos lógicos, pero también es muy importante el papel que las emociones y las pasiones pueden cumplir.

Por ejemplo, en el cuento que leyeron de Hernán Casciari “Messi es un perro”, el autor frente al tema: la calidad del fútbol de Messi, emite una opinión y la defiende en base a argumentos (razones a favor de su opinión).

Actividad

En el cuento, “Messi es un perro” de Hernán Casciari

1. ¿Cuál es la opinión del autor frente al tema de cómo juega al fútbol Messi?
2. ¿Qué razones da que defienden su opinión? Realicen una lista de esos argumentos/razones.
3. Para ustedes, ¿logra convencer al público de su opinión? ¿Cuál les parece que es el argumento con el que más convence al lector?

La estructura de la argumentación

El “esqueleto” habitual de las argumentaciones tiene distintas instancias. En primer lugar, hay un punto de partida que origina el texto, este puede o no estar explicitado; es decir puede estar o no dicho en el texto. Lo que no puede estar ausente, en cambio, es alguna frase que deje en claro la posición que se toma respecto del tema en cuestión; eso es lo que se conoce como la *tesis* (u opinión). Luego de la tesis, viene el cuerpo principal del texto: los *argumentos*, que son los que justifican la posición asumida en la tesis. Una vez desarrollados los argumentos, la argumentación finaliza con una conclusión que, habitualmente, retoma la tesis y la hace aparecer fortalecida por los argumentos empleados.

Introducción: se presenta el tema y la opinión (tesis) sobre el mismo.

Desarrollo: se sustenta la opinión mediante argumentos

Conclusión: se recupera la opinión y los argumentos principales.

Los recursos de la argumentación

Siempre pensando en cómo convencer o persuadir al otro, estos textos pueden emplear distintos recursos para hacer más convincentes o persuasivos sus argumentos. Sucede que, en realidad, los argumentos se van “desplegando” más que enumerando y cada uno se puede presentar de distinto modo. Más allá de la fuerza o no de cada argumento, es fundamental el modo en el que se lo presenta y, de eso, puede depender que se cumpla o no con el objetivo de la argumentación.

Existen muchos recursos que contribuyen a fortalecer el poder de convencimiento o persuasión. Por ejemplo:

• Cita de autoridad

Se hace uso de una fuente prestigiosa para apoyar la tesis (en el ejemplo reciente, la O.M.S.).

• Datos y estadísticas

Se usan diferentes tipos de datos (encuestas, censos, etc.) que confirman o grafican la tesis y le otorgan respaldo científico.

• Ejemplo

Se enumeran ejemplos que demuestran la tesis. Pueden ser introducidos mediante los dos puntos (:) o expresiones tales como “por ejemplo”, “como”, “en particular”.

• Pregunta retórica

Es un recurso por el cual se pone al receptor en la obligación de responder a una pregunta que tiene su respuesta implícita. Simula ante el receptor que le permite responder, opinar o disentir, cuando en realidad la elección ya está hecha por quien argumenta. En argumentaciones cotidianas es común la forma “¿No te parece mejor...?” que se completa con la propia posición del enunciador.

• Concesión

Consiste en simular que se concede la razón a ciertos datos o argumentos para luego mostrar sus aspectos débiles, contradictorios o negativos. Por ejemplo, en un debate televisivo una persona sostiene que el matrimonio entre personas del mismo sexo no debería ser legal porque “nunca existió algo así en la Historia”. A partir de eso, alguien que está a favor del matrimonio igualitario, concede la razón a quien defiende otra postura pero agrega: “Es cierto que nunca existió algo así en la Historia, pero tampoco existía el aguinaldo y en algún momento de la Historia ese derecho se consiguió y hoy está consolidado en Argentina”.

Actividad

Lean la siguiente nota de opinión “Jóvenes, educados y sin empleo” de Jean Maninat publicada en el diario Clarín el 13 de marzo de 2010

Jóvenes, educados y sin empleo

Por: Jean Maninat

Fuente: DIRECTOR REGIONAL DE LA OIT PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Hay 7 millones de jóvenes entre 15 y 24 años que no logran ocuparse en los mercados laborales de América Latina. Entre quienes no consiguen trabajo cunde el desaliento, y aquellos que sí cuentan con un empleo, en general lo ejercen en condiciones de informalidad, sin protección ni perspectivas.

Estamos ante una paradoja: estos jóvenes forman parte de la generación más educada que hayamos tenido, un buen porcentaje de ellos ha ido a la universidad y tienen lógicas expectativas sobre su futuro en el mundo del trabajo.

El empleo de los jóvenes es un desafío político, porque cuando esas expectativas se traducen en desaliento y frustración, se hace más difícil la estabilidad de nuestras sociedades. Imaginemos un joven que vota en situación de desempleado y que años después sigue aún sin conseguir trabajo. ¿Cómo afecta esto su vinculación con la democracia?

Por si fuera poco, los jóvenes han sido el grupo más golpeado por la crisis del empleo del año pasado. Indicadores recopilados por la OIT revelan que en 2009 su tasa de desempleo aumentó más que la de los adultos, mientras disminuyó su participación en los mercados laborales, lo que se atribuye en gran parte al desaliento. Se estima que más de 600.000 jóvenes engrosaron las filas del desempleo a causa de la crisis.

En América Latina y el Caribe hay 104 millones de jóvenes que enfrentan el siguiente panorama: 34% sólo estudia; 33% sólo trabaja; 13% estudia y trabaja y 20%, no estudia ni trabaja. Se sabe que la tasa de desempleo de los jóvenes duplica la tasa general y triplica la de los adultos, una realidad global que trasciende el espacio latinoamericano.

Es práctica habitual que sean los primeros en perder su empleo en tiempos de crisis, y los últimos en volver a trabajar cuando llega la recuperación. Sin contar que son considerados mano de obra barata, y esto suele sumirlos en condiciones laborales precarias.

Por todo esto urge colocar los planes de promoción del trabajo decente para los jóvenes como parte integral de las políticas públicas.

1. ¿Cuál es el tema central del texto?
2. ¿Cuál es la opinión de Jean Maninat respecto al tema principal?
3. Identifiquen una cita de autoridad, una pregunta retórica y una ejemplificación
4. ¿A qué conclusión llega el autor?