



Tipos de argumentos:

¿Cómo nos convence la publicidad?

Profesor(a): Mariela Quiroz Olivares		Alumno(a):	
Puntaje Máximo: 20 pts.	Puntaje Obtenido:	Curso: 2do	Fecha de entrega: 17 / 06 / 20.
Objetivo de aprendizaje o aprendizaje esperado: - Leer comprensivamente textos no literarios referidos a temas de la realidad contemporánea. - Identificar algunas de las características y la estructura del discurso argumentativo en textos específicos.			
Instrucciones: Lee con atención cada ítem realizando en cada uno de ellos lo que se te solicita. Las respuestas deben escribirse con lápiz pasta negro o azul. El uso de lápiz grafito no está permitido, puedes usar corrector solo en las respuestas de desarrollo Revisa dos veces tus respuestas. Cuide su ortografía, pues se descontarán décimas por error.			

Los textos argumentativos usan argumentos de muchos tipos, dependiendo de algunos factores: si el énfasis de la información está en lo emocional o lo lógico, para darle más fuerza a la tesis, para hacerla más fácil de entender, entre otras razones. A continuación, se mencionará algunos tipos de argumentación que se presentan más comúnmente en textos argumentativos.

- **Basados en datos y hechos:**

Este tipo de argumento presenta información que descansa en hechos demostrables o en datos estadísticos. En ambos casos, la información no se puede poner en duda. Sin embargo, las conclusiones que tenga el texto argumentativo (su tesis) pueden ser cuestionadas dependiendo si los datos fueron interpretados de forma correcta o no.

Un ejemplo común es el uso de gráficos y tablas en una noticia del periódico o televisión que muestra resultados de encuestas.



Contextualizando:

- 1) Verónica es una ciudadana chilena.
→ Es un argumento basado en hechos, porque se **puede comprobar a través de su certificado de nacimiento, cédula de identidad, pasaporte, etc.**
- 2) La capa de ozono desaparece por algunos gases de uso diario
→ Es un argumento basado en datos, porque se **ha comprobado que la destrucción de la capa de ozono se produce por la liberación de algunos gases, como el monóxido de carbono, dióxido de carbono y los gases empleados en aerosoles, disolventes y circuitos de refrigeración de los frigoríficos.**

- **Argumento de autoridad:**

Cuando se habla de argumento de autoridad, se refiere a mencionar alguna persona relevante al tema del que se habla y citar su opinión, tomando en cuenta que esta persona sabe de lo que habla, teniendo este conocimiento respaldado de una manera, sea algún título profesional o experiencia comprobable. Por ejemplo, el citar los consejos de un médico para recomendar algún tratamiento para el resfrío se puede considerar un argumento de autoridad. Considere que la autoridad citada **siempre** debe tener alguna relación con el tema del texto argumentativo. Si se citara a un político sin conocimientos médicos para el mismo fin que el expuesto anteriormente, el argumento no sería válido.

Contextualizando:

- ¡El femicidio es una epidemia! La violencia contra las mujeres debe parar:
Más de 1 de cada 3 mujeres sufrirá violencia de alguna forma durante su vida según **ONU mujeres**.



- **Argumento Causa – Efecto:**

También llamado “argumento causal” se refiere a presentar la existencia de una causa y cómo puede llevar a ciertos efectos. Se espera además que esta causa y efecto tengan una relación comprobable científicamente. Siempre hay que tener cuidado con esto, ya que no siempre dos hechos que ocurren en una secuencia significan que haya una relación causa – efecto.

Un ejemplo de una causa – efecto se presenta en los estudios sobre el cambio climático: la abundancia de gases como el dióxido de carbono causan una elevación en la temperatura global del planeta, que a su vez causa anomalías climáticas como huracanes, sequías o heladas fuera de temporada invernal.

Contextualizando:

→ María está **embarazada**, los embarazos ocurren al tener **relaciones sexuales**; por tanto, María mantuvo relaciones y no usó protección.

- **Generalización:**

Este tipo de argumento se sostiene a partir de una serie de situaciones similares y específicas que llevan a una conclusión general: es decir, un hecho observable se repite en varias ocasiones, lo que permite al observador concluir que esta situación puede repetirse bajo las mismas condiciones. Siempre hay que considerar que pueden haber excepciones y que siempre se habla de la generalidad. Un ejemplo de generalización sería señalar que los seres humanos tienen dos piernas y dos brazos, puesto que esto se da en la mayoría de las personas, aunque puedan haber casos distintos donde esta nace sin alguna de estas extremidades o la ha perdido por alguna razón.

Contextualizando:

→ **Normalmente, hay buen clima en otoño**, ni el año pasado ni anterior a ese, llovió o hizo demasiado calor.

- **Apelación a sentimientos:**

En este tipo de argumento, se pretende llegar a los sentimientos del interlocutor. Se pueden citar algún dato, una apelación al “sentido común”, o hablar de alguna situación conmovedora relacionada al tema.

Un ejemplo de esto es el llamado a ayudar a alguna fundación de beneficencia, señalando cómo algunas personas no poseen las mismas condiciones que alguien con más dinero, mejor salud, etc.



Contextualizando:

- Luis no quería comer habas con cebollas, pero su padre le dijo que **pensara en los pobres y hambrientos niños del tercer mundo que no tienen la suerte de tener comida.**

Por último, hay que recordar que uno o más de estos argumentos pueden estar presentes dentro de un texto argumentativo al mismo tiempo. Se puede utilizar una generalización seguido de un argumento en base a datos y estadísticas, así como una apelación a los sentimientos junto con un argumento de autoridad.

La publicidad

Los tipos de argumentos vistos en la sección anterior son usados en muchas situaciones. Puede ser en alguna situación familiar, como una madre tratando de convencer a su hijo de comer verduras, en las noticias informando sobre algo dicho por un representante político, o incluso en la publicidad de variados productos.

Debido a que la finalidad de los avisos publicitarios es motivar a quien recibe el mensaje a comprar un producto o adquirir un servicio, se utilizan frecuentemente varios de estos argumentos: una cadena de supermercados mostrando estadísticas que demuestran cómo poseen los precios más bajos, una marca de pasta de dientes citando a un médico recomendando su producto, entre muchos otros ejemplos.

Sin embargo, no solo utilizan argumentos, sino también apoyo de música y elementos visuales, para que el o la posible comprador o compradora, sientan una real necesidad por el producto o servicio publicitado.

Ejemplo de lo anterior, son los avisos publicitarios de comida, donde los productos se ven mucho más apetitosos y grandes de lo que son en realidad, o aquellos en los que crean inseguridades físicas para promocionar cremas depilatorias femeninas, pero las modelos que aparecen están completamente depiladas antes de utilizarlas.



Aplicando lo aprendido:

- A. Complete la siguiente tabla de análisis publicitario, colocando que tipo o tipos de argumentos utiliza, tal y como muestra el ejemplo dado, para esto, **debe recortar publicidad de revistas o diarios y pegarlos en una hoja distinta al cuadro que está a continuación, también puede analizar publicidad que aparezca en la televisión o radio.**

N°	Objeto publicitado	Argumento usado	Tipos de argumento	Señal en el texto
1	Tratamiento para bajar de peso.	[Este tratamiento] es seguro para mujeres y hombres, confortable, sin dolor y no quirúrgico, que elimina en forma selectiva los adipósitos sin afectar los tejidos adyacentes. Por ser un tratamiento mecánico y no térmico como otros tratamientos, no requiere un tiempo de recuperación post tratamiento y el paciente reforma inmediatamente su actividad diaria y sus resultados pueden verse a partir de las 2 semanas de realizada la aplicación. ¿Qué esperas?, más de 200.000 pacientes han sido tratados en el mundo. (extraído de Revista Mujer, La Tercera, 14/08/2011, pág. 131)	Argumento en base a datos y hechos.	“¿qué esperas? Más de 200.000 pacientes han sido tratados en el mundo”.
2				
3				



Centro Educativo de Adultos El Monte
RBD 16.857-2
www.centroadultoselmonte.cl
E-mail: contactoelmonte@gmail.com
942294704

4				
5				