

Guía de Trabajo

NOMBRE:

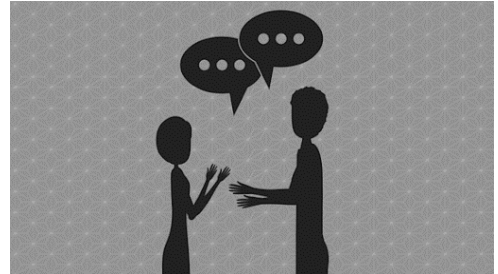
CURSO:

PTJE: 14/

Objetivo: Reconocer las principales características de la argumentación

El discurso argumentativo

La argumentación constantemente se da en nuestra vida cotidiana y consiste en dar razones para convencer a otro de la validez o verdad de una postura frente a un tema que habitualmente es polémico o controversial, donde no está dicha la última palabra. El objetivo fundamental del discurso argumentativo es influir en el receptor para que este acepte o adhiera a nuestro punto de vista, realice cierta acción, reafirme alguna convicción ya existente o la modifique.



Principales características:

- Un tema polémico o controversial respecto del cual existen diferentes puntos de vista u opiniones.
- Una posición o punto de vista que adopta el emisor sobre ese tema.
- Razones que dan validez y fundamento a una posición.
- Su propósito es convencer o persuadir (dependiendo del tipo de razonamiento).
- Tiene un carácter dialógico pues se basa en el intercambio de argumentos entre emisor y receptor, y por tanto existe entre ellos una relación simétrica.
- Predomina la función apelativa del lenguaje

I. Selecciona la alternativa que consideres correcta (2 puntos c/una)

Lee el siguiente texto:

“El consumismo, hipócrita y mentirosa diagnosis de la sociedad, contienda en la que todo vale y donde la publicidad inventa virtudes, omite reglas, planifica obsesiones y prefabrica gustos, es un ingrediente de alto riesgo social (...). De ahí que construyan alrededor de los jóvenes un muro de ruido, de violencia, de alucinaciones, de pobre imaginaria; de ahí que hagan lo posible y lo imposible para que los muchachos y muchachas se evadan de la realidad, se enclaustran en el vacío, no se hallen en el mundo como en su hogar sino como en una casa ajena”.

Mario Benedetti, **El País**, *Tener y no tener*.

1. ¿Qué opción precisa mejor la conclusión que se puede extraer del fragmento anterior?

- a) La publicidad dirigida a los jóvenes los orienta y les sirve de apoyo al relacionarse en grupos de pares.
- b) Los jóvenes, para desarrollarse sanamente y sin conflictos emocionales, necesitan más vida familiar.
- c) Los mensajes publicitarios son un relato de la violencia y de la soledad actual.
- d) La publicidad es una amenaza para los jóvenes pues les inventa necesidades y aumenta su soledad.
- e) La publicidad está principalmente dirigida a los jóvenes, pues son el grupo social que más consume.

2. ¿Por qué es simétrica la relación entre emisor y receptor en la situación de enunciación argumentativa?

- a) Porque el emisor y el receptor comparten el mismo punto de vista acerca del asunto tratado.
- b) Porque el emisor conoce mejor el tema tratado que el receptor, por lo tanto, impone su punto de vista.
- c) Porque el emisor y el receptor se encuentran en posiciones irreconciliables y son incapaces de llegar a un acuerdo.
- d) Porque el emisor intenta influir sobre el receptor, pero éste es libre de aceptar o no las razones que se le ofrecen.
- e) Porque el emisor no le interesa influir sobre el receptor, sino solamente entregar datos sobre el tema tratado.

3. ¿En cuál de los siguientes enunciados el emisor está articulando un discurso argumentativo?

- a) “Muchas marcas dicen que te van a sorprender. Sólo una lo hace. Te presentamos el poder de sorprender con calidad y belleza”.
- b) “El directo se vuelca a la comedia para presentar la historia de un maduro criminal quien hace poco conoció a su hija quinceañera”.
- c) “Como un liberal agnóstico, no me siento calificado para expresar lo que el Papa significó para la iglesia católica”.
- d) “Este año se cumple el bicentenario del nacimiento de Hans Christian Andersen, conocido por cuentos como *El Soldadito de Plomo* y *Pulgarcito*”
- e) “Hacer abdominales requiere de control y concentración. Podemos hacer 500 repeticiones, pero no logramos un abdomen plano”.

Lee con atención el siguiente texto:

Señor Director:

Sobre la nueva ley que prohibirá fumar casi en todas partes pienso que es importante regular ese comportamiento en algunos espacios. Recuerdo mis días de universidad, cuando se podía fumar en clases. En pruebas y en ciertos ramos, la mayoría sacaba sus cigarrillos, incluso profesores, frente a una minoría protestadora y ridiculizada. Hasta algunos profesores fumaban. Hasta que la universidad prohibió fumar. Que la iniciativa que se pretende aprobar extiende la prohibición de no fumar en todos los lugares públicos, como los pubs, locales nocturnos y otros, me parece exagerada. Pero sí creo que un restaurante, un negocio, un colegio, una sala de reuniones, una oficina, un pasillo, un mall, una calle o vereda atestada de gente, y lugares afines deberían estar libres de contaminación. Y no podemos esperar diez o veinte años más a que la conciencia y buena voluntad de los fumadores tome en cuenta los derechos de las demás personas.

4. ¿Cuál es la finalidad del texto anterior?

- a) Informar sobre el daño que produce el consumo de tabaco en jóvenes y adultos.
- b) Influir en la opinión pública acerca de la reglamentación sobre el consumo de tabaco.
- c) Entregar datos acerca del consumo de tabaco en los distintos sectores de nuestro país.
- d) Alertar a una autoridad acerca de los riesgos de ser un fumador constante.
- e) Comparar la realidad nacional con la extranjera con respecto al tema del tabaco.

5. ¿Cuál de las siguientes opciones señala la tesis del texto?

- a) El consumo de tabaco debería estar prohibido.
- b) Es necesario volver a la época en que se podía fumar en todas partes.
- c) Es necesario regular el consumo de tabaco en ciertos lugares públicos.
- d) No se debe prohibir el cigarrillo en pubs y locales nocturnos.

e) La nueva ley del tabaco no se ajusta a la época en que vivimos.

Lee el siguiente texto:

“Los que ya han visitado Berlín, aunque lo hayan hecho hace poco, deben saber que la ciudad ya no es la misma. Y para los que la conocerán ahora, sepan también que no podrán ver al Berlín de mañana. La capital alemana es una enorme construcción en constante movimiento que se reinventa, reestructura y reconstruye, tratando de sanar definitivamente la violenta separación que sufrió por años. Barrios se mueven de un lado a otro, locales se abren y vuelven a cerrar, edificios nuevos nacen por aquí o cambian totalmente su aspecto por allá. Es como si Berlín tratara de acomodarse y establecer su identidad definitiva”.

Diario El Mercurio, Revista En Viaje.

6. ¿Qué opción precisa mejor la conclusión que se puede extraer del texto anterior?

- a) Berlín es la ciudad europea que se ha mantenido más inalterada a lo largo del tiempo.
- b) Berlín es una ciudad que se caracteriza por la intensa vida cultural que ahí se desarrolla
- c) El constante cambio y rearticulación social y urbana de Berlín es uno de sus rasgos más notorios.
- d) La existencia de muchas culturas diferentes en Berlín hace que la convivencia sea algo muy difícil
- e) Debido a su transformación permanente, Berlín es una ciudad sin identidad.

7. Escoge uno de los siguientes temas y escribe tu opinión al respecto, es decir si estás a favor o en contra. Luego, justifica tu postura con dos argumentos.

- Las parejas del mismo sexo no pueden adoptar hijos
- La educación debe ser gratuita para todos
- No se puede fumar en espacios públicos
- El aborto

.....

.....

.....

.....