

**Viernes
08
de julio**

3° de Secundaria Lengua Materna

¿Qué dicen los recursos de persuasión?

Aprendizaje esperado: *comprende el propósito comunicativo, el argumento y la postura del autor al leer artículos de opinión.*

Énfasis: *interpretar recursos de persuasión.*

¿Qué vamos a aprender?

Este tema te será muy útil al escribir tu propio artículo de opinión, pero también para fortalecer tu propio aparato crítico, lo que te permitirá tener más herramientas para expresar y defender tu postura sobre cualquier tema en diferentes contextos.

Lo que aprendas durante esta sesión te ayudará a identificar las estrategias que utilizan los autores para convencer a sus lectores, lo cual te dará herramientas para cuando tengas que escribir un artículo de opinión.

Los materiales que necesitarás son tu cuaderno y lápiz o bolígrafo para que puedas tomar notas, y tu libro de texto.

Recuerda que todo lo que aprendas es para reforzar tu conocimiento, así que se te recomienda llevar un registro de las dudas, inquietudes o dificultades que surjan durante el desarrollo de la sesión, pues muchas de éstas las podrás resolver al momento de consultar tu libro de texto y revisar tus apuntes.

¿Qué hacemos?

Seguramente, en clases anteriores has leído artículos de opinión y ya conoces tus características; recordarás que algo que caracteriza al artículo de opinión y otros textos es el uso de recursos persuasivos.

Existen varios tipos de textos persuasivos que has conocido, analizado y producido a lo largo de este ciclo escolar, ¿sabes cuáles son?

Está el ensayo, el anuncio publicitario, el prólogo, la historieta con finalidad académica, educativa o social, y, por supuesto, el artículo de opinión.

Continúa ahora con los recursos que empleaste para persuadir. Primero, ¿qué es persuadir?

De acuerdo con el *Diccionario de la Lengua Española*, la palabra “persuadir”, proviene del latín “*persuadēre*”, que significa “inducir, mover u obligar a alguien a creer o a hacer algo mediante razones”. Por lo tanto, la persuasión es la capacidad o habilidad que se tiene para convencer a otros a través de razones o argumentos para que piense de cierta manera o que efectúe una acción determinada.

Al tratarse de una habilidad, la persuasión es algo que todos pueden desarrollar mediante la práctica y, de hecho, lo haces en el día a día.

Observa el siguiente video del inicio a 01:32 en donde se muestra una situación en la que se requiere el uso de la persuasión.

1. La persuasión en la vida cotidiana

<https://youtu.be/qjD84ouTH04>

Cada vez que te pones de acuerdo para realizar un trabajo en equipo en cualquier asignatura, utilizas algunos recursos para persuadir o convencer a tus compañeros. Lo mismo sucede cuando quieres conseguir que te den un permiso, como jugar videojuegos más tiempo o ver películas hasta muy noche. Incluso con tus amigos al decidir qué actividad realizarán en conjunto.

La persuasión es algo que utilizas todo el tiempo, aunque de manera un poco inconsciente, por lo que en esta sesión tratarás de que se vuelvan más conscientes de esta herramienta, ya que siempre tenemos un punto de vista o una opinión sobre algún tema de interés.

La persuasión utiliza distintos recursos o estrategias que permiten convencer a los demás.

Observa el siguiente video del minuto 01:07 a 02:23 y del minuto 03:58 a 04:33 que te permitirá reforzar tu noción de “artículo de opinión” y recordar sus características, asimismo, podrás reconocer que los recursos de persuasión que emplea son diferentes a los del anuncio publicitario.

2. La importancia de leer artículos de opinión

<https://youtu.be/hRnpyZiViq0>

<https://drive.google.com/file/d/1DtqoJixvBLnrduELUJX68Z88haWYALmk/view>

En la cápsula que acabas de observar se repite en varias ocasiones que el artículo de opinión es un texto que requiere investigación, a pesar de que el autor sea un experto en el tema. También se menciona que el autor debe argumentar su punto de vista a partir de la información recabada o datos objetivos y fiables.

El propósito del artículo de opinión es influir en la opinión del lector, esto significa que el autor busca convencer o persuadir utilizando datos confiables o verídicos. Por lo tanto, la utilización de los datos o información es un recurso de persuasión.

Observa cómo se utiliza este recurso en el siguiente fragmento de un artículo de opinión sobre el grafiti, tomado de su libro de texto, titulado “Arte urbano: el grafiti” escrito por Valentín Justel Tejedor, especialista en Derecho y Arte, originario de España.

“[...] para comprender la realidad del grafiti, lo más conveniente tal vez sea remontarnos a sus orígenes.

En los albores de la humanidad ya se realizaban trazas, señales, marcas, signos y dibujos por los primitivos pobladores, así, testimonios asimilados al grafiti son las pinturas rupestres. [...]”

En este fragmento el autor menciona datos sobre las pinturas rupestres para compararlas con el grafiti, es decir, está estableciendo una analogía que le permite afirmar que el grafiti es similar a las pinturas rupestres y que, por lo tanto, es una manifestación cultural que tiene su origen en ellas.

Otro recurso de persuasión que emplea el autor en este mismo artículo es el “respaldo de autoridad”, que consiste en recurrir a otro experto en el tema con mayor reconocimiento y que se considera una autoridad en el tema, es decir, que gracias a sus estudios e investigaciones no se pone en duda lo que dice. Observa cómo incluye este recurso en el siguiente fragmento.

“En este sentido, es más acertado citar al filósofo canadiense Marshall McLuhan cuando dijo que ‘en una cultura como la nuestra, acostumbrada durante largo tiempo a escindir y dividir todas las cosas como un medio de control, a veces nos choca el que se nos recuerde que, en los hechos operantes y prácticos, el medio es el mensaje’. Ciertamente el grafiti es una manifestación artística callejera, urbana, y su soporte forma parte inherente de su expresividad.”

En este fragmento observa que se menciona una cita textual, la cual aparece entrecomillada en el texto, y además menciona al autor de la cita, un filósofo muy popular.

Todos estos elementos conforman el “respaldo de autoridad” y, cómo pudiste darte cuenta, se utiliza para reforzar o darle mayor veracidad a la afirmación que hace este autor sobre que el grafiti es una forma de expresión artística y urbana.

En dicha cita textual, Marshall McLuhan afirma que “en nuestra cultura, el medio es el mensaje”, esto quiere decir que la forma en que se expresa algo está el significado que adquiere. En el caso del grafiti, Justel Tejedor toma esa afirmación y la traslada a la forma en que se manifiesta el grafiti para afirmar que expresión es arte.

También es común que en los textos de opinión el autor del artículo emplee la argumentación y contraargumentación para convencer o persuadir al lector.

La argumentación es un recurso que consiste en dar una serie de razones necesarias y suficientes que comprueben una afirmación, la cual se concluye de dichos recursos.

En otras palabras, un argumento se compone de premisas o razones, que son afirmaciones breves, claras y concretas de datos o hechos que se tienen como verdaderos y que, al relacionarse entre sí en orden lógico, permiten que el lector reconozca como verdadera la afirmación a la que quieres llegar.

Por ejemplo, en el texto que estas utilizando, el autor expone el siguiente argumento:

“Las civilizaciones egipcia y romana también usaban esta técnica visual [pintura rupestre] en tumbas y catacumbas. [...], en mayo de 1968 comenzaron a aparecer, en algunas fachadas de París, manifestaciones estéticas de este tipo, que unían la fuerza expresiva de una frase o mensaje con un dibujo o imagen simbólica del momento histórico-social. Posteriormente, esta forma de expresión artística fue utilizada por las bandas callejeras de los Estados Unidos en las décadas de los setenta y los ochenta para [...] ‘marcar su territorio’. De ahí hasta nuestros días, su evolución en todo el mundo ha resultado vertiginosa, pues, independientemente de su tipología, éste no trata de expresar sino una idea visual, idea que se manifiesta mediante un lenguaje icónico [...] o mensajes que tratan de sensibilizar a la opinión pública sobre determinados problemas de carácter político o social [...].”

Este argumento está conformado por cuatro premisas. A las primeras tres las constituyen datos históricos de manifestaciones culturales similares a las pinturas rupestres del hombre primitivo, mientras que la cuarta premisa es una afirmación que permite enlazar las premisas anteriores con la conclusión, pues

dice que esas manifestaciones culturales se han diversificado en todo el mundo a lo largo del tiempo, y luego utiliza el nexo causal “pues” para enlazar la cuarta premisa con la conclusión, la cual es que, a pesar de su diversidad, el grafiti expresa una idea visual a través de la conjunción de imagen y texto, cuyo propósito es “sensibilizar a la opinión pública sobre determinados problemas de carácter político o social”.

Observa otro ejemplo de argumentación en el siguiente fragmento:

“Otra de las notas características de esta forma de expresión es la clandestinidad, pues a pesar de que las calles de un barrio o distrito aparezcan llenas de grafitis, no se reconoce a sus autores si no es bajo su seudónimo o firma. Igualmente, la falta de respeto a las normas ortográficas se muestra como un elemento más de esa proyección rebelde y antisocial del “arte del spray”; es decir, se conocen las normas léxicas, pero no se aceptan, y es por ello que se utiliza un lenguaje modificado y adaptado a la propia identidad.”

En este fragmento el autor menciona dos características del grafiti y las argumenta. Dice que el grafiti es clandestino porque es anónimo y que el lenguaje escrito que emplea es una manera de manifestar inconformidad ante las convenciones sociales, y una manifestación de la propia identidad.

El argumento al inicio del fragmento tiene dos premisas, la primera es: “las calles están llenas de grafitis cuyos autores no se reconocen”; la segunda premisa es: “los autores se reconocen mediante seudónimos o firmas”; la conclusión es: “una característica del grafiti es su clandestinidad”.

La argumentación no sólo se vale de datos, sino también del contraste de ideas, la ironía, la ejemplificación o la explicación.

En el argumento que acabas de leer, el autor utiliza el contraste de ideas cuando habla de clandestinidad, ya que comúnmente se entiende por “clandestino” algo que es ilegal, y cuando se piensa en el grafiti como una actividad clandestina, se tiende a pensar que es clandestino en su producción, ya que suele elaborarse por la noche o a escondidas.

Sin embargo, el autor se apega a la definición del concepto que se refiere a algo secreto u oculto, hecho o dicho secretamente por temor a la ley o para eludirla, y entonces afirma que el grafiti es clandestino en cuanto a su autor, ya que es éste el que se esconde por temor a la ley detrás de un seudónimo o firma.

Observa cómo expone dos ideas contrarias a partir de un concepto; después explica el tipo de lenguaje utilizado en el grafiti, por lo que, en este argumento, el autor emplea la contraposición de ideas y la explicación como recursos para persuadir.

Al mismo tiempo, el argumento sobre la clandestinidad del grafiti funciona como contraargumento a la negación de éste como arte. Recuerda que el autor opina que el grafiti es una forma de arte.

La contra-argumentación o refutación es un recurso que consiste en presentar una idea o argumento contrario al punto de vista del autor del artículo de opinión.

En el siguiente fragmento se observa otro ejemplo del uso de este recurso:

“Las pintadas coinciden con el grafiti quizá en el espíritu reivindicativo, pero difieren de este último en su acentuado carácter vandálico y en su carencia de contenido artístico, su denominador común es que ambos están desarrollados en un contexto propiamente urbano, siendo las pintadas, en definitiva, meras inscripciones [...]”.

Observa que el autor parte de la idea de que el grafiti y las pintadas o “pintas”, como se les conoce en nuestro país, son lo mismo. Esta idea es contraria u opuesta a su opinión, por lo que emplea la comparación como recurso para explicar la diferencia entre las pintadas y el grafiti, y, de esta manera, poder afirmar que no son lo mismo.

Otro recurso que se usa para persuadir es la ejemplificación, la cual consiste en enumerar o enlistar una serie de ejemplos concretos sobre una afirmación para convencer al lector de que dicha afirmación es verdadera.

Por ejemplo, en el caso del grafiti, el autor pudo haber colocado varias fotografías con ejemplos de pintas y de grafitis para convencer al lector de que no son lo mismo y evidenciar sus diferencias.

Cabe mencionar que el planteamiento de situaciones hipotéticas también constituye un recurso de persuasión que consiste en plantearle al lector una situación posible a partir de una afirmación.

Por ejemplo, en el texto que has analizado, el autor expone dos posturas contrarias y extremas sobre el grafiti para después plantear una tercera posibilidad. Pon atención a la lectura para que logres identificar la situación hipotética:

“[...] existen dos posturas enfrentadas: la de aquellos que se muestran como detractores del denominado “arte del aerosol” [...] y la de quienes se sitúan en la zona opuesta, que opinan que deben autorizarse o incluso que ni siquiera necesitan una anuencia para ser plasmadas.

Quizá una postura intermedia, que es a la que me sumo, sería la más acertada porque reconoce la cualidad artística de esta forma de expresión de la realidad, siempre y cuando no vulnere la norma. [...]”

Para plantear una situación hipotética se pueden usar nexos como “quizá o tal vez”, u oraciones que ayuden a expresar probabilidad y posibilidad. Ya has aprendido que hay diferentes tiempos verbales que permiten hacer este tipo de formulaciones, como los verbos en modo subjuntivo, el condicional de indicativo y las oraciones complejas de tipo condicional que emplean la fórmula “Si..., entonces...”.

Todos los recursos de persuasión que has aprendido a lo largo de la sesión son recursos discursivos o racionales y se distinguen de los recursos emocionales, los cuales son más comunes en los textos publicitarios, ya que apelan a las emociones, anhelos o deseos del lector y no a la razón.

En los artículos de opinión puedes emplear recursos persuasivos del tipo emocional, pero hacerlo le resta credibilidad y fuerza a la argumentación, por lo que no es recomendable utilizarlos. Recuerda que los artículos de opinión son textos críticos y, por lo tanto, objetivos.

Para finalizar la sesión, recuerda que los recursos de persuasión se clasifican en racionales y emocionales. Los artículos de opinión utilizan los recursos racionales por ser textos objetivos que pretenden contribuir a la discusión crítica de un tema de interés.

El reto de hoy:

Busca un artículo de opinión en tu libro de texto, o puedes buscar en internet el artículo completo que abordaste en la sesión, titulado “Arte urbano: el grafiti”, de Valentín Justel Tejedor.

Identifica mediante un código de colores los recursos de persuasión. Para ello, se te propone el siguiente código:

- Datos, hechos o información: amarillo
- Respaldo de autoridad: verde
- Contraste o contraposición de ideas: rojo
- Explicación: azul
- Ejemplificación: morado
- Situaciones hipotéticas: gris
- Argumentación o argumento: recuadro rosa
- Contra-argumentación o contraargumento: recuadro negro

Recuerda que los argumentos y contraargumentos tienen premisas y conclusiones; asegúrate de encerrar todas las premisas y la conclusión en el recuadro correspondiente.

Para seguir aprendiendo sobre este tema, reforzar tu aprendizaje o resolver alguna duda, puedes buscar en tu libro de texto el aprendizaje esperado,

investigar sobre los recursos de persuasión en internet o comentar el tema y tus dudas con tus maestros y compañeros de clase.

También puedes acceder a artículos de opinión en periódicos y revistas que tengas a la mano. Busca tantos como te sea posible, de tantos autores y temas como puedas, y compara qué recursos elige cada autor y cómo los utiliza. Recuerda que la mejor manera de volverte escritores hábiles y competentes es a través de la lectura constante y cotidiana de los textos que te interesen.

Busca, estudia, subraya y cuestiona los textos, es la mejor manera de lograr una escritura fluida y persuasiva.

¡Buen trabajo!

Gracias por tu esfuerzo.