

VALIDACIÓN 2.021

CONTENIDOS PARA EL ACADÉMICO 2.021
INSTITUCIÓN EDUCATIVA FE Y ALEGRÍA AURES
DOCENTE: ALBERTO CUARTAS RESTREPO

GRADO 10º 01

TEXTO ARGUMENTATIVO

El texto argumentativo transmite la postura de un autor en torno a un tema.

1. ¿QUÉ ES UN TEXTO ARGUMENTATIVO?

Un texto argumentativo es aquel texto oral o escrito en los que el autor persigue la transmisión de una perspectiva en torno a un tema o una serie de temas específicos, es decir, que tiene como objetivo convencer al lector de asumir una postura determinada. En ello se distinguen de los textos expositivos.

Normalmente los textos argumentativos se consideran sinónimos de la disertación, el ensayo o la opinión, dado que en su abordaje del tema puntual se emplean estrategias de persuasión, es decir, estrategias que hagan convincente el abordaje del tema a ojos del lector.

Sin embargo, para hacerlo este tipo de textos echa mano a:

Recursos expositivos: Ofrecen al lector la información pertinente.

Recursos narrativos: Pueden contar historias que evidencien el punto focal.

Recursos retóricos: Son herramientas formales para potenciar o embellecer el sentido del texto.

Estos recursos pueden ser:

Citas textuales de un libro o publicación;

Referencias textuales a una autoridad en el área;

Ejemplos e ilustraciones;

Abstracciones, generalizaciones, enumeraciones;

Esquemas y situaciones simuladas;

Paráfrasis y reformulaciones;

Descripciones y relatos.

Todo siempre en función de dar fuerza a los propios puntos de vista.

Puede servirte: Recursos literarios

2. TIPOS DE TEXTO ARGUMENTATIVO

Los textos argumentativos pueden ser de muy distinta índole, dependiendo de su construcción, sus mecanismos de desarrollo y su contexto de aparición. A continuación citaremos algunos tipos posibles:

Ensayos. Se trata de textos de tipo literario, en los que el autor discurre o reflexiona libremente sobre un tema de su escogencia, para proponer, estéticamente, un punto de vista.

Propaganda electoral. Textos típicos de las contiendas políticas que intentan convencer al otro mediante argumentos más o menos racionales o emocionales, de asumir una postura política específica, de cara a una elección, a la militancia, etc.

Publicidad. Aquellos textos vinculados con el consumo de productos, que procuran convencernos de comprar una marca específica o de las ventajas de algún producto específico por encima de su competencia.

Textos de opinión. Aparecidos en los medios de comunicación (editoriales o artículos de opinión), suelen promover cierta perspectiva social, política o intelectual entre los lectores de un diario o los espectadores de un programa televisivo.

Textos legales. Muchos textos legales defienden un tipo de interpretación de las leyes escritas en códigos o en la Constitución, mediante argumentos y deducciones y referencias a casos pasados. Es lo que hacen los abogados en juicios.

3. CARACTERÍSTICAS DE UN TEXTO ARGUMENTATIVO

Un texto argumentativo puede usar argumentos lógicos, emocionales o afectivos.

Los textos argumentativos se caracterizan por:

Tener una intención persuasiva, o sea, querer convencer al lector de algo.

Emplear argumentos para convencer, que son proposiciones razonadas mediante la exposición paulatina y cuidadosa de información, acompañada de su interpretación deseada.

Organiza su contenido del modo más conveniente para el fin buscado.

Echa mano a estrategias típicas de otros tipos de texto (expositivo, narrativo).

No siempre responden a una secuencia argumentativa formal, especialmente cuando se trata de la lengua hablada.

Puede emplear distintos tipos de argumentos: lógicos, emocionales o afectivos.

4. ESTRUCTURA DE UN TEXTO ARGUMENTATIVO

Un texto argumentativo se compone, generalmente, de tres partes fundamentales:

Introducción o planteamiento, que es el punto de partida o planteamiento de una situación inicial, de la cual se debería desprender el problema a abordar en el texto. También se conoce como "premisas" o "datos".

Tesis o proposición, que es el conjunto de las ideas a defender argumentalmente, las cuales suelen desprenderse del planteamiento, a modo de inferencias.

Conclusión o síntesis, etapa final a la que conducen los argumentos y que resume el punto de vista en la materia del autor del texto.

También puede haber una tesis previa, que es un punto de partida anterior que se rescata en el texto (una investigación de otro, un texto antiguo, etc.), y una etapa de contraargumentación, o sea, una fase en la que se combaten de antemano los argumentos contrarios a los propios, provenientes de textos previos o bien de la imaginación del autor.

LA LINGÜÍSTICA

La Lingüística es la disciplina que estudia el lenguaje partiendo de que esta capacidad comunicativa es esencialmente propia del ser humano. Sin embargo, la Lingüística estudiará además las lenguas naturales (realidades particulares del fenómeno lingüístico) debido a que el lenguaje no es plenamente observable por los sentidos. De este modo, diremos que se trata de una disciplina científica que se servirá de métodos cuantitativos y cualitativos para estudiar, partiendo de la razón y del método científico, el gran fenómeno comunicativo que distingue al hombre de las otras especies animales.

Se trata pues de una rama del conocimiento que está en constante evolución y que, a su vez, está estrechamente relacionada con otras disciplinas científicas, *a priori* tan alejadas, como pueden ser la Biología, las Ciencias Matemáticas, la Sociología, la Física, la Antropología, las Ciencias Políticas, la Historia, etc. Por ello, para un mejor análisis desde el punto de vista científico, se suele clasificar el estudio formal de las lenguas por niveles:

Nivel fonético-fonológico (fonología y fonética).

Los niveles morfológico y sintáctico, es decir, **el nivel morfosintáctico** (morfología y sintaxis).

El **nivel léxico-semántico** (lexicología y lexicografía, semántica, semiótica, etc.).

Además, desde el punto de vista de los usos del lenguaje suele considerarse a la Pragmática como una parte o un componente importante dentro del estudio formal de las lenguas. No obstante, la Pragmática toma en consideración otros factores extralingüísticos que condicionan los usos del lenguaje y a los que no se haría referencia en un estudio puramente formal.

Dicho esto, señalaremos que el estudio científico del lenguaje tiene varias subdivisiones importantes, entre las que destacan la Lingüística interna y Lingüística externa y Lingüística teórica y Lingüística Aplicada:

– Lingüística **interna**: Fonética y Fonología, Morfología y Sintaxis y Semántica. De igual manera, según las variantes, destacan las siguientes ramas: variedad diacrónica (lingüística histórica), variedad diatópica (Dialectología), variedad diastrática (Sociolingüística) y variedad diafásica (Pragmática).

– **Externa**: Neurolingüística, Psicolingüística, Etnolingüística, Sociología del lenguaje, Filosofía del lenguaje, Lingüística Aplicada, etc

Así, la **Lingüística Teórica** se interesará en ofrecer explicaciones de los universales lingüísticos y de las estructuras generales de las lenguas humanas mientras que la **Lingüística Aplicada** se orientará principalmente a la resolución de problemas lingüísticos de diversos ámbitos temáticos partiendo de los conocimientos teóricos de la lingüística y de otras ramas del conocimiento afines (rama interdisciplinar).

OTRAS DISCIPLINAS LINGÜÍSTICAS

Psicolingüística: relación de la Psicología con la Lingüística que intenta comprender los aspectos cognitivos relacionados con la adquisición, la emisión y la recepción de las habilidades comunicativas.

Neurolingüística: relación de la Biología con la Lingüística que estudia el funcionamiento del lenguaje verbal y sus manifestaciones en correlación con el cerebro.

Sociolingüística: estudio de la variación lingüística en relación con el contexto social mediante una serie de métodos sociológicos y estadísticos.

Antropología lingüística: estudio de todo lo que envuelve al hombre y a la cultura en relación con la lengua y la sociedad (Lingüística y Sociología).

Pragmalingüística: estudia los elementos comunicativos, la relación de los hablantes y sus contextos.

Filosofía del lenguaje: surgida de la relación de la Lingüística con la Filosofía.

Principales ámbitos temáticos de la Lingüística Aplicada:

Aprendizaje y enseñanza de lenguas: **Didáctica de lenguas**, **Glotodidáctica** o **Lingüística Aplicada a la enseñanza de lenguas**.

Traducción e interpretación (Traductología): estudio de las sociedades multilingües, mediación lingüística.

Lenguas para Fines Específicos: estudios lingüísticos con aplicaciones en otras ramas del saber como pueden ser el Derecho, la Ciencia, el Turismo, la Economía (relacionado con la Traducción y la Interpretación, con la Didáctica de lenguas, con la Terminología y con la Lexicografía).

Lexicografía: elaboración de diccionarios, enciclopedias, etc. (vs. Lexicología, estudio del léxico).

Terminología y discursos especializados (dimensión cognitiva y comunicativa)

Lingüística clínica: Tratamiento de las patologías relacionadas con el procesamiento y recepción del lenguaje.

Normalización y planificación lingüística (Política Lingüística): regulación del uso de las lenguas en sociedades multilingües, legislación en el ámbito de la política educativa lingüística...

Lingüística informática (Lingüística Computacional): programas de síntesis del habla, de interfaz con el ordenador, de correctores para procesadores de textos (relación con el resto de ámbitos de la Lingüística).

Lingüística forense – jurídica y otras aplicaciones: Perito lingüístico, identificación de voces, de plagios en marcas, plagio en textos literarios, en traducciones en artículos científicos, etc. Asesoramiento en auditorías comunicativas, comunicación médico/paciente, letrados/usuarios, empresa/clientes...

Discurso y Conferencia

EL DISCURSO

Concepto del latín *discursus*, un discurso es un mensaje que se pronuncia de manera pública. se trata de una acción comunicativa cuya finalidad es exponer o transmitir algún tipo de información y, por lo general, convencer a los oyentes. Los discursos aparecen en ámbitos muy diversos. Estos mensajes son una parte esencial de la actividad política, ya que los candidatos en un proceso electoral, los dirigentes y los funcionarios suelen comunicarse con la población a través de discursos. El discurso también se utiliza en la presentación de productos o servicios. Un empresario, en este sentido, puede convocar a la prensa y dar un discurso para anunciar la creación de una nueva marca. También existen los discursos de

agradecimiento que pronuncian los escritores que reciben un galardón, los actores premiados en un evento, etc.

TIPOS DE DISCURSO

– Discurso narrativo: este discurso expone una serie de hechos a través de una trama y argumento. El discurso narrativo si bien predomina en textos literarios, también se los puede encontrar, por ejemplo, en los noticieros. Su estructura contiene un inicio, nudo y desenlace. A lo largo de éste se presenta una intriga que es la que mantiene al receptor atento ya que no se la resuelve hasta el final.

– Discurso expositivo: los discursos de este tipo buscan explicar de manera concisa, clara y objetiva una temática en particular. La estructura de estos discursos está compuesta por una introducción, en la que se aclara el tema que será tratado, la explicación y, por último, un resumen o epílogo donde se repasan las principales nociones tratadas.

– Discurso argumentativo: este discurso tiene la función de convencer al receptor sobre una determinada cuestión por medio de su entendimiento lógico. Para esto, los argumentos a los que acuda el emisor deben ser sustentados de manera racional, debe sonar convincente, no se debe avasallar al receptor, sino que éste sienta que se transmite una verdad universal. La estructura de este tipo de discursos se compone de una tesis o idea a demostrar, que se plantea al principio, luego se exponen los argumentos y finalmente la conclusión, en la que se reafirma la idea inicial, pero con las justificaciones racionales ya expuestas.

– Discurso informativo: este tipo de discursos, también conocidos bajo el nombre de referencial, transmite datos con precisión y de manera concreta provenientes de la realidad. El emisor expone su discurso de manera objetiva y directa, tratando de dejar a un lado sus opiniones personales. El discurso informativo se caracteriza por el uso de la tercera persona, tiempo verbal indicativo, oraciones impersonales y en el que muchas veces se presentan conceptos técnicos.

– Discurso publicitario: este discurso tiene como función vender algún servicio o producto. Para alcanzar dichos objetivos, debe resultar atractivo a sus receptores, llamar su atención, ser breve, dejar de lado toda aquella información sobre el producto que puedan perjudicar las ventas. También debe ser variado y carente de monotonía.

CARACTERÍSTICAS DEL DISCURSO

Un buen discurso tendrá las siguientes características: ∞ AGILIDAD: frases cortas, que son más fáciles de pronunciar y entonar por parte del orador, y sobre todo, de recordar por el público. Hay que tener cuidado, sin embargo, para no caer en lenguaje telegráfico.

ADECUACIÓN (TANTO EN EL FONDO COMO EN LA FORMA): -A la audiencia (cantidad y características). El discurso siempre debe redactarse desde el punto de vista de quien lo va a escuchar. Los aspectos fundamentales son el nivel cultural, grado de conocimiento del tema, sus inclinaciones personales con respecto al tema, etc. Aunque el orador conozca en profundidad la materia, no debe dar ningún dato por sabido. No será incorrecta la utilización de tecnicismos, siempre y cuando se acompañen de una explicación acerca de su significado para asegurar su comprensión por parte de todos los oyentes. -Al lugar en que se pronuncie el discurso (dimensiones, materiales, características...). -Al tiempo. -A las características del propio orador.

CORRECCIÓN. En dos sentidos. Por un lado, corrección “técnica”, es decir, semántica, morfológica y sintácticamente. Por otro, el discurso debe pronunciarse siempre con educación y respeto hacia todos los interlocutores, jurado y público

FLEXIBILIDAD. El discurso debe estar preparado de antemano, pero a la hora de exponerlo debe tenerse un alto grado de flexibilidad con respecto al texto, ya que: ∞ Incluso el lenguaje escrito más dinámico resulta poco natural cuando se traslada literalmente a palabra hablada. El orador debe hacer suyas las palabras que ha preparado, y demostrar que está firmemente convencido de sus afirmaciones. ∞ Durante el debate pueden haber surgido aspectos interesantes relacionados con el contenido de la exposición que deben ser respondidos. Se trata de tener agilidad mental y capacidad de improvisación para adaptar las intervenciones al curso del debate.

CUALIDADES DEL DISCURSO

Es el discurso un poderoso medio de expresión analítica, porque descompone los elementos de un tema o un juicio presentado al pensamiento del público en su totalidad, aplicando a cada elemento el concepto que lo define, facilitando así el conocimiento de su principio fundamental, de su distinción respecto de otros juicios y conceptos. Acorde con este objetivo principal, el discurso debe poseer características idóneas que permitan la completa recepción y comprensión de cada una de las palabras y del contexto total y para lograr esos objetivos es indispensable reunir las siguientes cualidades:

→ **CLARIDAD:** Se entiende la claridad como la debida pronunciación de cada una de las sílabas, las palabras y las oraciones que conforman el texto de un discurso, los cuales deberán emitirse con la adecuada articulación y el justo volumen para ser percibidas claramente; en relación al discurso es preciso ser claro en la forma y el fondo, es decir en cuanto a las palabras y las ideas. Respecto a la claridad se analizan los factores físicos relativos a la pronunciación de las palabras y de las oraciones; el volumen, el tono, la velocidad y la cadencia.

→ **PRECISIÓN:** La precisión en el discurso es el camino más breve para llegar a la comprensión del auditorio y poder crear en él un estado de ánimo coherente con la idea que pretendemos transmitir. Escribir con precisión consiste en expresar únicamente lo que se desea, sin dejar opción a que lo escrito pueda interpretarse de otra forma, por tanto la precisión requiere de seguridad, se consigue si se tiene bien definido lo que se desea expresar y se conocen bien los términos que van a emplearse. → **CONCISIÓN:** Es la brevedad, exactitud y precisión en la forma de expresarse, ya sea por escrito u oralmente. La concisión en el discurso es garantía de comprensión que el auditorio reconoce, valora y agradece, porque no se lleva a efecto la utilización de palabras excesivas.

→ **CORRECCIÓN:** Es importante recordar que el discurso es la idea expresada en palabras y que, por consiguiente, la lógica y la sintaxis son las columnas en que debe apoyarse la oratoria, entendiéndose como sintaxis en que se combinan las palabras. → **CONVICCIÓN:** Al pronunciarse un discurso es imprescindible estar absolutamente convencido de la bondad de la idea, de la verdad de lo que se dice y de las ventajas y beneficios que las palabras llevan al auditorio por conducto del discurso, por lo que para persuadir al auditorio es necesario que el orador empiece a convencerse por sí mismo. La convicción es entusiasmo que se comunica, más que con palabras, con actitudes. La convicción es prácticamente la seguridad que tiene el orador de la verdad o certeza de lo que piensa o siente.

→ **ENTUSIASMO Y ACCIÓN:** La oratoria es la palabra en acción y por consiguiente, las fuerzas que la impulsan son el entusiasmo y la convicción. El entusiasmo es la voz que se mueve y conmueve en el auditorio, el entusiasmo es esperanza que se anticipa y la perspectiva es vida que se origina en las palabras. Uniendo las cualidades anteriores, se da cohesión a la acción presente anclándola con la experiencia y con el propósito que guía la acción futura. Toda acción es hija de un proyecto, el cual tiene un propósito. No hay posibilidad de alcanzar una meta sin el motor que se llama entusiasmo. Este es el estado que guía y nutre la acción. Ya que si se hace algo, hay que hacerlo bien y poniendo en este hacer la dosis de entusiasmo necesario para que el accionar sea abundante.

LA CONFERENCIA

Es una exposición que se realiza por una o más personas, sobre un tema cualquiera, generalmente de interés, ante un público, al que se le permite intervenir mediante preguntas. Si no se permite formular preguntas se trata de un monólogo llamado conferencia fija, o más acertadamente, discurso. Las conferencias de prensa son las que dan personas reconocidas por lo general ante un tema que preocupa a la opinión pública, ante periodistas de distintos medios, que pueden preguntar al conferencista para aclarar o complementar el tema desarrollado y llevar tranquilidad o información a la población.

El avance tecnológico permitió incorporar dentro de las conferencias algunas atractivas modalidades como la tele conferencia, o conversación a distancia, entre dos o más personas por medio de teléfonos o computadoras. La video conferencia, incorpora además, imágenes a través de videos o dibujos. Las conferencias pueden tratar de los temas más variados y se sugiere que el que expone sea un experto en la materia. Hay conferencias para lanzar un nuevo producto al mercado, exponiendo sus beneficios, sobre algún avance científico, o sobre alguna enfermedad, sobre problemas de seguridad o en pro de la paz. Por supuesto, los temas podrían seguir enumerándose hasta el infinito.

El orador debe tener la suficiente empatía para captar la atención de sus interlocutores y responder las preguntas con la mejor predisposición posible, para que no resulte tediosa. Pueden desarrollarse a nivel particular, barrial, escolar, universitario, local, provincial, nacional o internacional, dependiendo del interés del tema que se aborde.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CONFERENCIA
ES UNA EXPOSICIÓN ORAL (DISERTACIÓN).**

ORGANIZACIÓN FORMAL Y PLANIFICADA. Se distingue por no ser espontánea, sino responder a una planificación, proceso que va destinado a proyectar el número de conferencistas, la cantidad de asistentes, el día y hora en el que se realizará, el sitio en donde se llevará a cabo y los temas que se tratarán. El tiempo puede variar dependiendo del público o el tema. Desde 30 minutos, 1 hora o 2 horas.

ABORDA ASUNTOS DE IMPORTANCIA. La conferencia se caracteriza también por colocar el foco en la relevancia del conferencista o conferencistas, de acuerdo al tema que le ocupa.

INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA, en una conferencia, el expositor no es el único que tiene derecho de palabra, pues por lo general, se abre una ronda de preguntas, donde tanto entusiastas como detractores tienen oportunidad de exponer sus pensamientos e ideas, en relación al tema que se desarrolla.

POR SU CARÁCTER DE RELEVANCIA, EN CUANTO A INTERESES COMUNES A UN COLECTIVO O SOCIEDAD, existen conferencias que se repiten cada cierto tiempo, a fin de generar un espacio periódico, que permita compartir e intercambiar puntos de vista sobre una materia común.

SE COMPLEMENTA CON ELEMENTOS O HERRAMIENTAS VISUALES.

CUALIDADES

→ **PRESENTA INFORMACIÓN COMPLETA Y DETALLADA SIN INTERRUPCIONES.** Esta técnica se utiliza cuando la información debe presentarse proveniente de un experto, de una manera formal, rápida, continua y directa.

→ **EL TIEMPO DEPENDE DEL EXPOSITOR.** El tiempo puede ser rígido pues éste está completamente en manos del expositor.

→ **COMPETENCIA** por parte del expositor y gran nivel de **COOPERACIÓN** por parte del auditorio.

→ **IDENTIFICA PROBLEMAS Y ES CAPAZ DE EXPLORAR SUS SOLUCIONES,** estimulando al grupo a leer y a analizar.

→ **ENTRETIENE AL AUDITORIO** por medio de un expositor de muy buenas aptitudes o muy experimentado. El expositor a su vez, se vale de la conferencia para transmitir y compartir sus experiencias con el resto del grupo.

**DIFERENCIAS ENTRE DISCURSO Y CONFERENCIA DISCURSO CONFERENCIA REFLEXION
CONVERSACION, DIALOGO**

Un discurso es la facultad de usar la mente (el razonamiento) para reflexionar o analizar los antecedentes, principios, indicios o señales de cualquier asunto con el fin de entenderlo. Cuando reflexionas, estás discursando, es decir, aplicando tu inteligencia, para entender un asunto y hasta para ser capaz de explicarlo inteligentemente a otras personas. Es una tarea que realizas en el interior de tu mente, una línea de razonamiento. Una conferencia es una reunión de gente que debate, que expone sobre un determinado asunto. Cuando expones los resultados de tus reflexiones ante una o más personas es un "discurso" porque se limitan a escucharte y usar su inteligencia para discernir lo que dices. Cuando implica dialogar con tus oyentes se convierte en una "conferencia" porque "conferencia" significa básicamente conversar. El discurso no tiene una sesión de preguntas y respuestas, porque implica reflexión. La conferencia tiene una sesión de preguntas y respuestas, porque implica diálogo. Un "discurso" es un monólogo en el que presentas o explicas tus ideas y conclusiones sin mediar diálogo alguno con nadie. La "conferencia" es una conversación entre el orador y su auditorio, o entre los panelistas de un panel, o entre un entrevistador y su entrevistado.

ASPECTOS EN COMÚN DISCURSO Y CONFERENCIA

1. Es una presentación.

2. Existe un emisor (orador o exponente) y un receptor (audiencia).
3. Se da frente a un público sobre un tema determinado o de relevancia.
4. Atraer la atención del público.

LA CONTRAARGUMENTACIÓN La contraargumentación es una estrategia empleada para rebatir ideas. Esta sirve para ofrecer el argumento propio o personal que se opone al argumento sostenido por otros, es decir, el que se va a contradecir.

En la redacción, la contraargumentación se registra comúnmente después del argumento contrario. En otro sentido, el párrafo contraargumentativo posee una estructura.

EL PÁRRAFO

¿Qué es el párrafo?

El párrafo es un conjunto de oraciones escritas que comparten un tema y un contexto comunicativo, por lo que se hallan escritas en secuencia. Es una de las unidades mayores en que puede descomponerse un texto escrito.

Los párrafos de un escrito se organizan entre sí de manera también secuencial y lógica, tanto como las oraciones dentro de cada uno de ellos. De esto dependerán la cohesión y coherencia del texto y, a la larga, su capacidad para transmitir correctamente el mensaje al lector.

Los párrafos pueden ser largos, ocupando varias páginas, o también breves, incluso de una única línea. Pero siempre contienen una idea principal, nuclear, y varias otras que la acompañan.

Características del párrafo

1- Inicio y fin Los párrafos se reconocen en medio de un texto porque inician siempre con una mayúscula (la de su primera oración contenida) y sobre todo porque finalizan con un punto y aparte, señal inequívoca de que se pasará a otro tema o a otro conjunto de informaciones del mismo tema.

2- Oración principal Todo párrafo contiene una oración principal que le sirve de núcleo de sentido. Ella dicta “de qué va” el párrafo en cuestión, y alrededor de ella se entretajan las oraciones secundarias. Se la conoce como oración temática, también.

3- Oraciones secundarias Las oraciones secundarias, en cambio, proveen de contexto a la oración principal, aportando información importante para entenderla en sus justas dimensiones y permitiendo elaborar el enfoque a profundidad. Son vitales para fundamentar, argumentar y soportar la tesis principal del párrafo.

4- Tipos de párrafo Existen diversas clases de párrafos, entre los que figuran:

Párrafo introductorio. Aquellos que sirven para iniciar un desarrollo temático y brindan al lector de la información inicial indispensable para empezar la comunicación escrita.

Párrafo conceptual. Aquellos cuyo propósito es articular un concepto específico o brindarle un significado explícito al lector. Son párrafos teóricos.

Párrafo expositivo. Aquellos en los que prima la función expositiva del lenguaje, esto es, la exposición objetiva de las ideas a abordar.

Párrafo argumentativo. Aquellos en los que se desarrolla una opinión o una toma de posiciones del autor respecto a un tema o una información específica.

Párrafo narrativo. Aquellos en que se reconstruye un relato o una sucesión de eventos ocurridos.

Párrafo descriptivo. Aquellos en los que prima la descripción, es decir, el brindar detalles respecto a un evento u objeto determinado.

Párrafo dialogado. Aquellos en que tiene lugar un diálogo entre personajes, reales o ficticios.

Párrafo final. Aquellos que sirven para dar cierre al texto y despedir al lector.

5- Separación Los párrafos modernos no requieren de otra separación textual que del punto y aparte, y del inicio del párrafo siguiente con una moderada sangría. Sin embargo, antiguamente, se escribían los textos de corrido y se marcaban los párrafos con un signo tipográfico llamado calderón (§). En determinados

contextos, como el periodístico, se opta por no sangrar las líneas iniciales, pero demarcar con una línea vacía el salto entre un párrafo y el siguiente.

6- Estilos Existen tres estilos de separación de párrafos, conforme a lo explicado en el punto anterior, y estos son:

Español. También llamado ordinario o normal, es el más usado y sangra la primera línea, pero no añade separación adicional entre párrafos.

Alemán. También llamado en bloque o moderno, no sangra las líneas iniciales, pero separa los párrafos por medio interlineado.

Francés. También llamado en forma de sumario, sangra todos los inicios de párrafo excepto el inicial. Es usual en diccionarios y enciclopedias cuyos párrafos poseen numeración.

7- Unidad y coherencia Todas las partes de un párrafo deben tener que ver entre sí, esto es, deben estar hiladas de manera lógica y temática, y deben sucederse de manera clara y evidente. Lo mismo ocurrirá entre los párrafos de un texto.

8- Proporciones Los párrafos no tienen una proporción estipulada, y pueden, sobre todo en las obras literarias, variar entre párrafos de una sola línea (que brindan un efecto impactante en el lector) o párrafos enormes de varias páginas. Esto dependerá del estilo particular del escritor.

9- Numeración En muchas obras literarias antiguas o textos procedentes de otras épocas, será frecuente hallar una numeración por párrafos (e incluso por líneas o versos). Esto cumplía con la función de orientar al lector en el cuerpo del texto y se encuentra en absoluto desuso en los tiempos contemporáneos. No obstante, es posible aún toparse textos filosóficos o académicos escritos de dicha manera.

10-Etimología La palabra párrafo (también parágrafo) proviene del griego parágraphos, compuesto por dos vocablos: “para-”, que traduce “semejante” y “graphos” que traduce “escritura”. Ya entonces quedaba claro su sentido: las unidades escritas de lo semejante

Normas de ortografía.

I. USO DE LAS MAYÚSCULAS.

1. USO DE LAS MAYÚSCULAS.

Se escribe con letra mayúscula inicial:

- La primera palabra de un escrito y la que va detrás de punto.
- Los nombres propios.
- Los atributos divinos: Altísimo, Creador.
- Los títulos y nombres de dignidades: Sumo Pontífice, Duque de Olivares.
- Los sobrenombres y apodos: Isabel la Católica...
- Los tratamientos si van en abreviatura, pero si van completos es preferible escribirlos con minúscula.
- Los nombres y adjetivos que integran el nombre de una institución o corporación.
- Se escribe con mayúscula sólo la primera letra de los títulos de obras literarias, películas...

2. uso de la B.

- Se escribe con b toda palabra en que el sonido b preceda a otra consonante.
- Se escriben con b los verbos acabados en –bir, excepto hervir, servir y vivir.
- Se escriben con b las terminaciones –ba, -bas, -bais, -ban.
- Se escriben con b las palabras que empiezan por los sonidos bibl-, y por las sílabas bu-, bur- y bus-.
- Se escriben con b las palabras que empiezan con los prefijos: bi, bis (dos veces); bene (bien) y bio (vida).
- Se escriben con b todos los compuestos y derivados de las palabras que llevan esta letra.

3. Uso de V.

- Se escribe v después de la sílaba –ad.
- Se escriben con v los adjetivos llanos terminados en –ava, -avo, -eva, -evo, -ivo, -iva, -ave.

- Se escriben con v las formas verbales de los verbos que no tienen en el infinitivo ni b ni v, a excepción del pretérito imperfecto de indicativo.
- Se escriben con v las palabras compuestas que comienzan con los prefijos vice- y villa-.
- Se escriben con v las palabras que terminan en –ívoro, -ívora, a excepción de víbora.
- Se escriben con v los compuestos y derivados de palabras que llevan esta letra.

4. Uso de la H.

- Se escriben con h las palabras que empiezan por los sonidos hidr-, hiper- e hipo-.
- Se escriben con h las palabras que empiezan por los prefijos hetero-, hecto-, hemi-, hepta- y hexa-.
- Se escriben con h las palabras que empiezan por el diptongo ue.
- Se escriben con h los compuestos y derivados de las palabras que tienen h, excepto los derivados de hueso, huevo, hueco y huérfano que no empiezan por el diptongo ue.

5. Uso de la G.

- En los grupos gue, gui se emplea la diéresis (¨) cuando queremos que suenen todos los sonidos.
- Se escriban con g las palabras que empiezan por geo-
- Se escriben con g todos los verbos acabados en –ger, -gir, menos tejer y crujiir.
- Se escriben con g casi todas las palabras que comienzan y acaban en gen.
- Se escriben con g los compuestos y derivados de palabras que llevan esta letra.

6. Uso de la J.

- Se escriben con j las palabras que terminan en –aje, -eje y –jería. Se exceptúa ambages, que significa “sin rodeos”.
- Se escriben con j las formas verbales de los verbos que no tienen en el infinitivo ni g ni j.
- Se escriben con j los compuestos y derivados de palabras que tienen la letra j.

7. Uso de la S y la X.

- se escriben con x las palabras que tienen los prefijos ex y extra.

8. Uso de la Y y la LL.

- Se escribe y al final de palabra que acaba en diptongo o triptongo y es inacentuada. Si está acentuada se escribe con í.
- La conjunción y se escribe siempre y.
- Se escriben con ll las terminaciones illo, illa, illos, illas.
- Se escriben con y las formas verbales cuyo infinitivo no tiene ll ni y.

9. Uso de la R y RR.

- El sonido fuerte erre se escribe rr cuando va en el interior de palabra entre vocales.
- El sonido r cuando va al principio de palabras o en interior tras l, n, s y no entre vocales.

10. Uso de la M.

- Se escribe m antes de b y p.

11. Uso de la D y Z finales.

- Se escriben con d las palabras que hacen el plural en –des.
- Se escriben con z las palabras que hacen el plural en –ces.

12. Uso de C, Z y Q.

- Se escriben con doble c las palabras que al formar la familia léxica se transforman en ct.

