

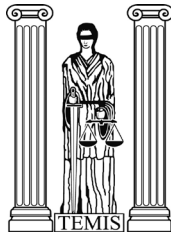
JAVIER ARIAS TORO

Abogado y filósofo. Magíster en Estudios Latinoamericanos de la Unam.
Catedrático e Investigador de la Facultad de Derecho
de la Universidad Externado de Colombia.

INTERPRETAR, ARGUMENTAR Y PERSUADIR

HERMENÉUTICA APLICADA

Segunda edición



EDITORIAL TEMIS S. A.

Bogotá - Colombia

2020

ÍNDICE GENERAL

	PÁG.
Introducción	1

PARTE PRIMERA

INTERPRETAR

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DEL LENGUAJE

1. La función mítica del lenguaje.....	13
2. La función metafísica del lenguaje	13
3. La función expresiva del lenguaje.....	16
4. Cuidado con las palabras.....	17

CAPÍTULO II

INTERPRETAR

1. Interpretación lógico-lingüística	24
2. Interpretación bíblica	26
3. Interpretación o hermenéutica filosófica	28
A) Federico Nietzsche: “No hay hechos, solo interpretaciones”	28
B) Martin Heidegger: “La interpretación del Ser”	29
C) Michel Foucault: “Ocúpate de ti mismo”	30
D) Paul Ricoeur: “El exceso de sentido”	32
E) Hans-Georg Gadamer: El arte de preguntar	34

CAPÍTULO III

NIVELES DE INTERPRETACIÓN	37
---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

REGLAS PARA INTERPRETAR LA LEY.
HERMENÉUTICA JURÍDICA

	PÁG.
1. Método literal o exegético.....	42
2. Método lógico. La intención o espíritu del legislador.....	48
3. Método científico o del fin social.....	52
4. Método sistemático. El contexto.....	53
5. Investigación por contexto en asuntos penales.....	56
6. Interpretación por equidad.....	58

CAPÍTULO V

REGLAS PARA APLICAR LA LEY

1. Prevalencia de la Constitución.....	61
2. Prevalencia de los derechos humanos.....	62
3. Debido proceso.....	63
4. Irretroactividad de la ley. Teoría de los derechos adquiridos.....	64
5. Favorabilidad.....	65
6. Primacía de lo sustancial sobre lo formal.....	65
7. El principio de realidad.....	66
8. Territorialidad de la ley.....	66
9. La ley de mayor jerarquía prevalece sobre la de menor jerarquía.....	67
10. La ley posterior prevalece sobre la ley anterior.....	68
11. La ley especial prevalece sobre la ley general.....	69
12. Analogía.....	70
13. Principios generales del derecho.....	73
A) Buena fe.....	74
B) Error común hace derecho. “Error communis facit ius”.....	75
C) Enriquecimiento sin causa.....	76
D) Fraude a la ley.....	77
E) Teoría de la imprevisión. “Pacta sunt servanda rebus sic stantibus”.....	77
F) Abuso del derecho.....	79
14. Máximas, adagios, aforismos jurídicos (brocardos).....	80
15. Costumbre.....	82

CAPÍTULO VI

REGLAS PARA INTERPRETAR LOS CONTRATOS

1. Prevalencia de la intención.....	85
-------------------------------------	----

	PÁG.
2. Interpretación por la naturaleza y por la materia	86
3. No existe cláusula sin sentido	87
4. Interpretación sistemática, por comparación y por aplicación práctica	87
5. Interpretación de casos dentro del contrato.....	88
6. Interpretación de cláusulas ambiguas a favor del deudor	88
7. Interpretación a favor del consumidor. Abuso de posición dominante	89
8. Priman las leyes vigentes en el momento de la celebración del contrato	90

CAPÍTULO VII

HERMENÉUTICA PÚBLICA O CONSTITUCIONAL

1. Diferencia entre la interpretación de la ley y la interpretación de la Constitución	93
2. La función integradora y la función interpretativa.....	96
3. Bloque de constitucionalidad	98
4. Principios y reglas	101
5. Ponderación. Proporcionalidad	105
6. Razonabilidad	110

PARTE SEGUNDA

ARGUMENTAR

CAPÍTULO VIII

ARGUMENTAR

1. Enfoques sobre la argumentación	116
A) El razonamiento demostrativo.....	116
B) El razonamiento argumentativo.....	117
C) La tópica	120
D) La acción comunicativa.....	122
E) Pragmatismo	123

CAPÍTULO IX

EL PODER DE LA LÓGICA EN LA ARGUMENTACIÓN

1. Los principios de la lógica	128
A) El principio de no contradicción.....	128

	PÁG.
B) Principio del tercero excluido.....	132
C) Principio de razón suficiente	133
2. Tipos de razonamiento	137
A) Deducción.....	137
B) Inducción	139
C) Analogía	141

CAPÍTULO X

HERRAMIENTAS PARA ARGUMENTAR

1. ¿Cómo identificar un argumento?	142
A) Premisas y conclusiones.....	142
B) Indicadores de premisas y de conclusión	144
2. ¿Cómo organizar un argumento?	148
3. ¿Cómo no organizar un argumento?	150
4. ¿Cómo estructurar un buen argumento?	152
A) Haga corresponder la conclusión con una simple declaración formal	152
B) Haga que las premisas correspondan al respaldo o apoyo	154
C) Fortalezca las premisas con topos o lugares.....	156
D) Maneje los conceptos centrales del argumento	159
E) Muestre que la conclusión está implicada en las premisas.....	161
F) Conclusión.....	162
5. ¿Cómo estructurar un argumento jurídico?.....	162
A) Aseveración o reclamo	163
B) Fundamentos.....	163
C) Garantías.....	164
D) Respaldos.....	164
E) Refutaciones o contraargumentos.....	164
6. La prueba y la verdad en el argumento jurídico.....	166
7. Argumentos jurídicos poderosos	170
A) Argumento a contrario.....	171
B) Argumento analógico	171
C) Argumento “a fortiori”	172
D) El argumento sistemático	173
E) El argumento del espíritu del legislador o psicológico	174
F) El argumento apagógico o reducción al absurdo.....	174
G) El argumento teleológico.....	175

CAPÍTULO XI

ARGUMENTOS ENGAÑOSOS,
FALACIAS, SESGOS Y MANIPULACIÓN

	PÁG.
1. Falacias materiales o relevantes	179
A) El argumento por la ignorancia (argumento “ad ignorantiam”).....	179
B) La apelación inapropiada a la autoridad (argumento “ad verecundiam”)	181
C) Pregunta compleja	182
D) Argumento “ad hominem”	183
E) Accidente y accidente inverso	184
F) Causa falsa.....	184
G) Petición de principio. Círculo vicioso	185
H) Las apelaciones a la emoción, la piedad y la fuerza.....	186
I) Conclusión inatinerente (“ignoratio elenchi”).....	187
2. Falacias de ambigüedad	188
A) Anfibología	188
B) De acento	189
C) De composición y división	190
3. Sesgos y manipulación.....	191

CAPÍTULO XII

EL AUDITORIO

1. Definir el tipo de auditorio	195
2. Reglas frente al auditorio	196

CAPÍTULO XIII

LAS REGLAS PRÁCTICAS DE LA DISCUSIÓN

1. Regla de la libertad.....	197
2. Regla de la carga de la prueba.....	198
3. Regla del punto de vista	198
4. Regla de la relevancia	198
5. Regla de la premisa implícita.....	198
6. Regla del punto de partida.....	198
7. Regla del esquema argumentativo	198

	PÁG.
8. Regla de validez	198
9. Regla de cierre.....	199
10. Reglas de uso.....	199

PARTE TERCERA

CONVENCER Y PERSUADIR

CAPÍTULO XIV

CONVENCER

1. El poder de la retórica	203
A) La pasión	206
B) La lógica trata de lo verdadero, la retórica de lo probable	207
C) Se convence con la razón y se persuade con el corazón.....	208
2. Las formas de persuadir	210
A) Ethos: el comportamiento del argumentador.....	210
a) ¿Qué me motiva a argumentar de determinada manera?.....	212
b) Determine qué valores están en juego	214
c) Un ejemplo: ¿qué piensas de la libertad y de la propiedad?.....	216
d) ¿Qué me preocupa?	217
B) Pathos: la conexión emocional con el oyente.....	218
a) La empatía	220
C) Logos: la verdad del mensaje	225

CAPÍTULO XV

PERSUADIR

1. Niveles de persuasión.....	226
A) La persuasión engañosa.....	226
B) La persuasión veraz	227
C) La persuasión creadora de verdad	227

CAPÍTULO XVI

HERRAMIENTAS PARA PERSUADIR

1. ¿Cómo organizar una presentación?	230
--	-----

	PÁG.
A) Inicio o comienzo	231
a) La empatía asegura una entrada triunfal.....	233
b) Entrada metódica o rigurosa.....	235
B) La narración de los hechos: el relato	236
a) Definir conceptos.....	238
b) Dividir conceptos.....	239
c) Relacionar conceptos.....	240
C) ¿Cómo aumentar la persuasión?.....	240
a) La imagen positiva del expositor.....	240
b) El respeto por la imagen del adversario.....	244
c) La mirada.....	246
d) La voz: el tono, el ritmo y el volumen.....	246
e) Amplifique o aminore el efecto: énfasis.....	248
f) Haga pausas y aproveche el silencio	249
g) Reitere y repita el argumento: reformule.....	250
h) Use expresiones para maximizar el efecto	251
i) Use expresiones para atenuar el efecto.....	252
j) La carga emocional de las palabras	253
k) Evite las palabras que bloquean.....	255
l) Grafique con las palabras.....	256

CAPÍTULO XVII

LAS LEYES DE LA PERSUASIÓN

1. Ley de la disonancia.....	258
2. Ley de la reciprocidad.....	258
3. Ley de conectividad	258
4. Ley de la validación social.....	258
5. Ley de escasez.....	259
6. Ley del envoltorio verbal	259
7. Ley del contraste	259
8. Ley de las expectativas.....	259
9. Ley de la implicación	259
10. Ley de la valoración	259
11. Ley de asociación	259
12. Ley del equilibrio.....	259
Bibliografía	261
Índice de materias	269

