

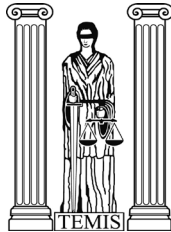
JAVIER ARIAS TORO

Abogado y filósofo. Magíster en Estudios Latinoamericanos de la Unam.
Director del Instituto de Estudios Interdisciplinarios
de la Universidad Externado de Colombia.

INTERPRETAR, ARGUMENTAR Y PERSUADIR

HERMENÉUTICA APLICADA

Tercera edición



EDITORIAL TEMIS S. A.
Bogotá - Colombia
2024

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 análogo	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 inatinente (“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
3. Las reglas prácticas de la discusión	196
A) Regla de la libertad	197
B) Regla de la carga de la prueba	197
C) Regla del punto de vista	197
D) Regla de la relevancia	197
E) Regla de la premisa implícita	198
F) Regla del punto de partida	198
G) Regla del esquema argumentativo	198
H) Regla de validez	198
I) Regla de cierre	198
J) Reglas de uso	198

CAPÍTULO XIII

NEGOCIAR Y CONCILIAR

	PÁG.
1. Modelos de negociación.....	200
2. Diferencias o conflictos.....	201

PARTE TERCERA

CONVENCER Y PERSUADIR

CAPÍTULO XIV

CONVENCER

1.El poder de la retórica.....	207
A) La pasión	210
B) La lógica trata de lo verdadero, la retórica de lo probable	211
C) Se convence con la razón y se persuade con el corazón.....	212
2. Las formas de persuadir	214
A) Ethos: el comportamiento del argumentador.....	214
a) ¿Qué me motiva a argumentar de determinada manera?.....	216
b) Determine qué valores están en juego	218
c) Un ejemplo: ¿qué piensas de la libertad y de la propiedad?.....	220
d) ¿Qué me preocupa?	221
B) Pathos: la conexión emocional con el oyente.....	222
a) La empatía	224
C) Logos: la verdad del mensaje	229

CAPÍTULO XV

PERSUADIR

1. Niveles de persuasión.....	230
A) La persuasión engañosa.....	230
B) La persuasión veraz.....	231
C) La persuasión creadora de verdad	231

CAPÍTULO XVI

HERRAMIENTAS PARA PERSUADIR

	PÁG.
1. ¿Cómo organizar una presentación?	234
A) Inicio o comienzo	235
a) La empatía asegura una entrada triunfal.....	237
b) Entrada metódica o rigurosa	239
B) La narración de los hechos: el relato	240
a) Definir conceptos.....	242
b) Dividir conceptos.....	243
c) Relacionar conceptos.....	244
C) ¿Cómo aumentar la persuasión?.....	244
a) La imagen positiva del expositor.....	244
b) El respeto por la imagen del adversario.....	248
c) La mirada.....	250
d) La voz: el tono, el ritmo y el volumen.....	250
e) Amplifique o aminore el efecto: énfasis.....	252
f) Haga pausas y aproveche el silencio	253
g) Reitere y repita el argumento: reformule.....	254
h) Use expresiones para maximizar el efecto	255
i) Use expresiones para atenuar el efecto.....	256
j) La carga emocional de las palabras	257
k) Evite las palabras que bloquean.....	259
l) Grafique con las palabras.....	260

CAPÍTULO XVII

LAS LEYES DE LA PERSUASIÓN

1. Ley de la disonancia.....	262
2. Ley de la reciprocidad.....	262
3. Ley de conectividad	262
4. Ley de la validación social.....	262
5. Ley de escasez.....	263
6. Ley del envoltorio verbal	263
7. Ley del contraste	263
8. Ley de las expectativas.....	263
9. Ley de la implicación	263

	PÁG.
10. Ley de la valoración	263
11. Ley de asociación	263
12. Ley del equilibrio	263
Bibliografía	265
Índice de materias	273