



6 elementos básicos

6 elementos básicos

1. Distinguir un argumento de un no argumento
2. Evitar construir argumentos **circulares**
3. Evitar **apelar a la ignorancia**
4. Colocar correctamente la carga de la **prueba**
5. Identificar el **motivo de la discordia**
6. Saber cómo **contraargumentar**



No argumentos

No argumentos

✍️ Por sí solos no son argumentos, sino consignas

NO
+



**NO A LA
LEGALIZACION DEL
ABORTO**



Las explicaciones no son argumentos

Argumento	Explicación
Expresa una inferencia [derivar una conclusión de algo]	No pretende expresar una inferencia
Ofrece evidencias o razones	Da cuenta de por qué sucede algo
Establece una conexión lógica entre proposiciones	Describe una conexión causal
Su propósito es establecer la verdad o aceptabilidad de una conclusión	Su propósito es dar cuenta de algo

Las explicaciones no son argumentos

Argumento	Explicación
<p>“Todos los hombres son mortales. Sócrates es un hombre. Por lo tanto, Sócrates es mortal”</p> <p><i>Deriva una conclusión previamente desconocida (inferencia), ofrece razones, pretende establecer verdad de conclusión, la conexión entre proposiciones es lógica</i></p>	<p>“El imperio romano colapsó porque carecía del espíritu de liberalismo y libre empresa”</p> <p><i>Da cuenta de por qué sucedió algo y hay conexión causal</i></p>

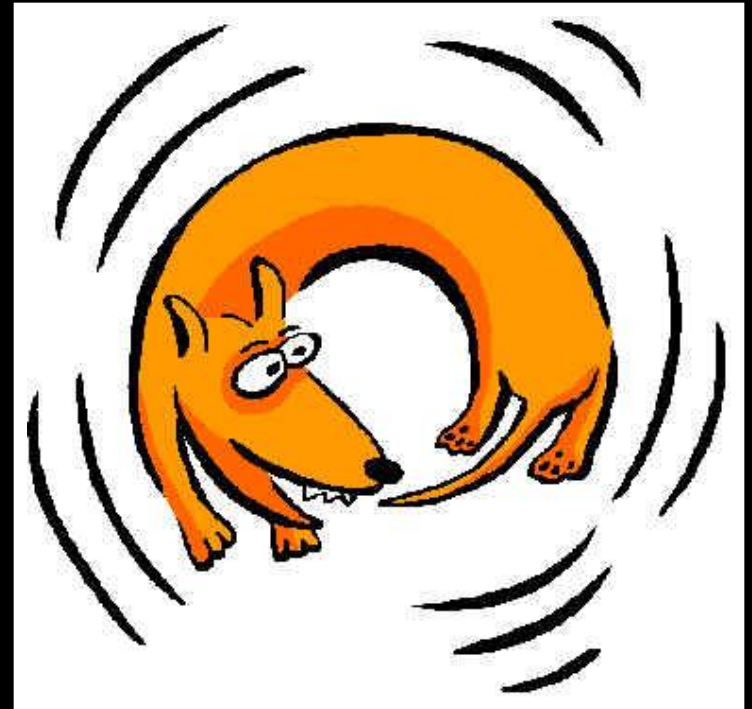


Circularidad en argumentación

También llamada *petitio principii* o “petición de principio”

Circularidad en la argumentación

- ✎ Asumir la conclusión en la premisa
 - Es decir, hallamos la conclusión en la premisa
 - La circularidad puede ser difícil de identificar



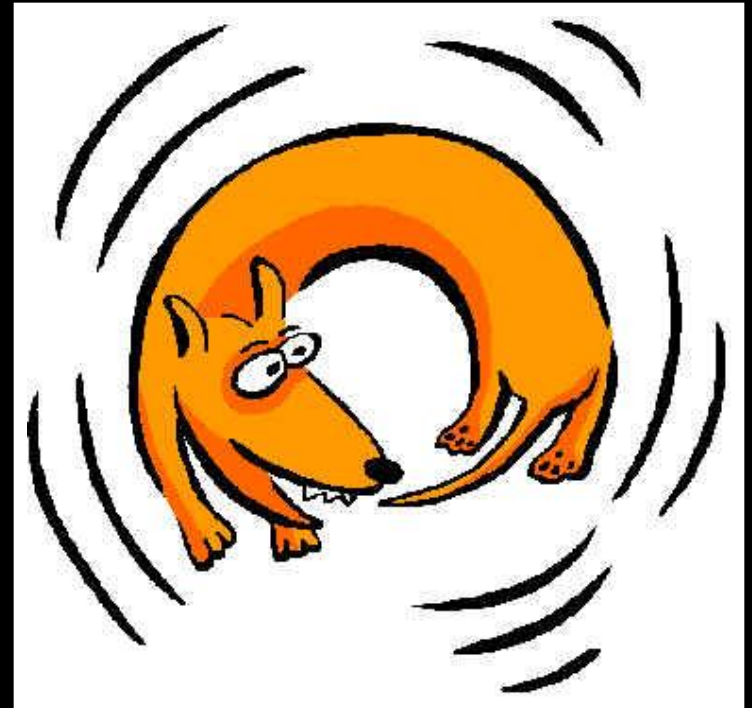
Circularidad en la argumentación

✎ Ejemplo 1:

- Es una grandiosa película, por lo que es excelente

✎ En forma estándar:

- La película es grandiosa
- Lo grandioso es excelente
- La película es excelente



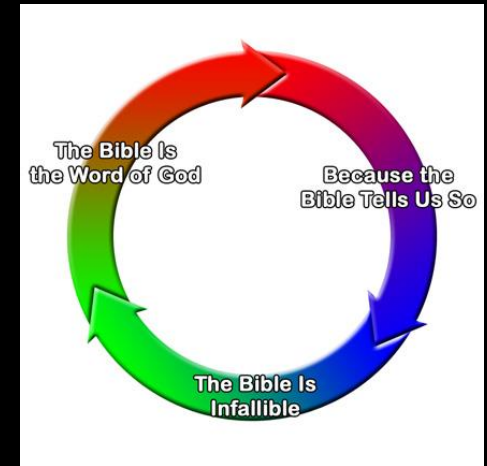
Circularidad en la argumentación

✎ Ejemplo 2:

- La Biblia es la palabra de Dios.
La Biblia dice que Dios existe.
Por lo tanto, Dios existe.

✎ En forma estándar:

- La Biblia es la palabra de Dios
- La Biblia dice que Dios existe
- Dios existe




Circularidad en la argumentación

 Ejemplo 3:

- ¡El aborto está mal porque es un asesinato!

 En forma estándar:

- El aborto es un asesinato
- Asesinar está mal
- El aborto está mal

 Ojo: asesinar es “quitar la vida con alevosía, ensañamiento o por una recompensa”



Carga de la prueba

La carga de la prueba

- ✎ En general, quien tiene la carga de la evidencia es quien lanza la proposición
- ✎ Para Plantin, en la práctica, “la carga de la prueba corresponde a quien se opone a la opinión mayoritaria, la *doxa* de su sociedad o grupo” (Plantin, p. 123).



Paréntesis: carga de la prueba penal

✍ Desde marzo de 2008 en el derecho penal mexicana se adoptaron, como principio, la carga de la prueba penal en los acusadores y, como derecho de los imputados, su presunción de inocencia, (artículo 20 constitucional, A-V y B-I).



La carga de la prueba

- Cristóbal Colón no descubrió América.
- ¿Por qué dices eso?
- No creo que haya sido el primero... ¡Pero eso deberías de saberlo tú!
- ¡De hecho, no!, pues quien tiene la carga de la prueba es quien plantea en un inicio la proposición.

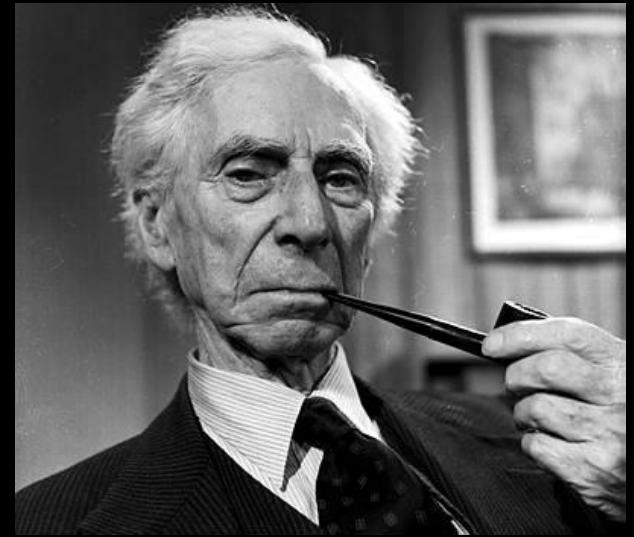


¿Quién debe de presentar evidencias de la existencia o inexistencia de la tetera?



DAVID RAPHAËL 2012 *A*

Many orthodox people speak as though it were the business of skeptics to disprove received dogmas rather than of dogmatists to prove them. This is, of course, a mistake.





Apelar a la ignorancia

Apelar a la ignorancia

✍ Afirmar que

- es verdadero porque no se ha demostrado que sea falso.
- es falso porque no se ha demostrado que sea verdadero.

✍ En realidad, ¡en los dos casos carecemos de sustento!

- Es decir, apelamos a la ignorancia.
- O lo que es lo mismo: recurrimos a la ignorancia.



Ejemplos donde se apela a la ignorancia

✍ El brazalete Superpower alivia la artritis: no se ha demostrado que no la cure.

✍ El brazalete Superpower no alivia la artritis: no se ha demostrado que sí la cure.



En vez de recurrir a la evidencia:

...dado que los pacientes mostraron o no mostraron mejoría tras usarlo

Ejemplos donde se apela a la ignorancia

✍ Carlos Salinas mandó matar a Colosio: no hay evidencias de que no lo haya mandado matar.

✍ Carlos Salinas no mandó matar a Colosio: no hay evidencia de que sí lo haya hecho.

En vez de recurrir a evidencia:

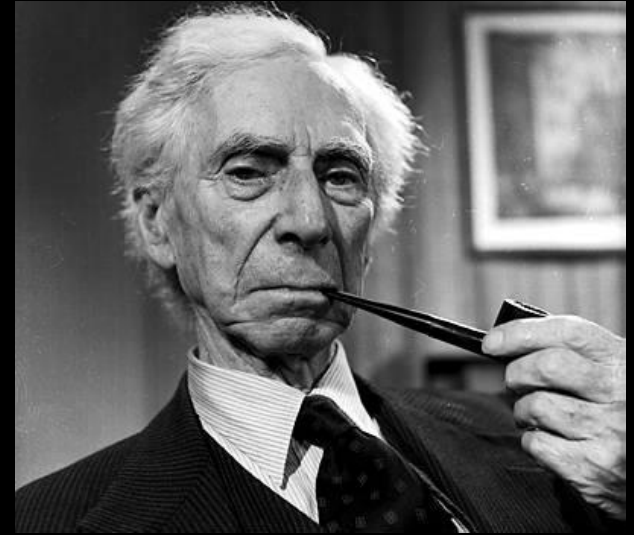
- ...dado que sí/no tenía *motivos* para hacerlos
- ...dado que sí/no tenía *oportunidad* de hacerlo
- ...dado que sí/no tenía *intención* de hacerlo
- etc.

¿Qué podemos concluir sobre la pequeña tetera orbitando entre la Tierra y Marte?



DAVID RAPHAËL 2018 *A*

If I were to suggest that between the Earth and Mars there is a china teapot revolving about the sun in an elliptical orbit, nobody would be able to disprove my assertion provided I were careful to add that the teapot is too small to be revealed even by our most powerful telescopes.





**Identificar el motivo
de la discordia**

Identificar el motivo de la discordia: ¿¿¿Sobre qué estamos discutiendo???



Hechos

- las acciones sobre el asunto



Interpretación

- qué indican o implican los hechos del asunto



Definición

- cómo definimos o categorizamos el asunto



Evaluación

- cómo juzgamos moral, estética o pragmáticamente (qué tan útil o conveniente es) un asunto



Recomendación

- qué se debería de hacer respecto al asunto



**Distinguir entre datos
y opiniones**

Datos vs. opiniones

 Una proposición puede clasificarse como dato o como opinión

Dato

- es sobre el mundo como es
- es (por lo menos en teoría) verificable mediante observaciones empíricas y objetivas

TECNOLOGÍA

El iPhone llegará a España de la mano de Telefónica y con tecnología 3G

La operadora nacional esperará a los nuevos terminales

Madrid. El Grupo Telefónica dispondrá de la exclusiva de iPhone en España. La operadora española, que ya distribuye el dispositivo en Reino Unido desde finales del pasado año, esperará a que Apple comience a fabricar la nueva versión del dispositivo, con tecnología 3G, antes de lanzar el que fuera invento del año de la revista *Time*. La multinacional española realizará un gran despliegue publicitario para sacar partido a la exclusiva, por la que tendrá que entregar en torno al 10% de sus ingresos a Apple. Aunque aún no se han hecho públicos datos oficiales al respecto, todo apunta a que el dispositivo tendrá un precio de 399 euros y que se venderá con un plan de precios similar al que se ha introducido en Estados Unidos, Francia, Alemania y Reino Unido. Al mismo tiempo, el resto de fabricantes se encuentran con el reto de mejorar su cartera de productos y buscar una alternativa al iPhone.

IPHONEROS.COM

Datos vs. opiniones

Ejemplo de dato:

- Existían 355 estaciones de televisión concesionadas en México en 2005.
- Tal hecho sucedió el 24 de octubre.

TECNOLOGÍA

El iPhone llegará a España de la mano de Telefónica y con tecnología 3G

La operadora nacional esperará a los nuevos terminales

Madrid. El Grupo Telefónica dispondrá de la exclusiva de iPhone en España. La operadora española, que ya distribuye el dispositivo en Reino Unido desde finales del pasado año, esperará a que Apple comience a fabricar la nueva versión del dispositivo, con tecnología 3G, antes de lanzar el que fuera invento del

año de la revista *Time*. La multinacional española realizará un gran despliegue publicitario para sacar partido a la exclusiva, por la que tendrá que entregar en torno al 10% de sus ingresos a Apple. Aunque aún no se han hecho públicos datos oficiales al respecto, todo apunta a que el dispositivo tendrá un pre-

cio de 399 euros y que se venderá con un plan de precios similar al que se ha introducido en Estados Unidos, Francia, Alemania y Reino Unido. Al mismo tiempo, el resto de fabricantes se encuentran con el reto de mejorar su cartera de productos y buscar una alternativa al iPhone.

IPHONEROS.COM

Datos vs. opiniones

Opinión

- es sobre el mundo como uno lo ve, o sobre cómo debería o podría ser el mundo
- no es verificable
- puede ser aceptable/no aceptable o buena/mala.

La explosión de los 'blog'

EL SECTOR SE VUELCA EN LA RED. La apuesta de las empresas turísticas por las plataformas en Internet tiene en los *blog* el paralelismo *online* de los hombres y mujeres del Sector. El movimiento *blogger* crece y madura, buscando un lugar entre los colectivos que tienen mucho que decir y aportar al Turismo.

Algunos *blogs* españoles de Turismo —como el de Albert Barra— destacan ya entre los de mayor tráfico del mundo. Y redes como Turismo 2.0 alcanzan ya el millar de miembros. Dos muestras de la madurez alcanzada por las bitácoras profesionales españolas en la Red.

Conviene establecer una clara diferenciación entre estos *blogs*, caracterizados por la transparencia, y lo que en la opinión editorial de este periódico se denominó "el lado oscuro" de Internet: *newslatters* en los que la difuminación se disfrazó de periodismo de investigación y foros *online* donde experiencias subjetivas o ventanillas *online* de reclamaciones se hacen pasar por vehículos de información rigurosa e independiente.

La *blogosfera* turística aúna profesionales y empresarios, profesores y alumnos, expertos y profanos. Teoría y práctica. Un heterogéneo colectivo donde las categorías sociales, profesionales y académicas tienen un valor relativo. Un ahora donde el tecnólogo de parte con el humanista, en pie de igualdad. Un medio donde la transferencia de conocimiento se mezcla con la opinión y un rico tejido de relaciones personales y afectos.

El 'movimiento *blogger*' mantiene su independencia a sangre y fuego, aunque crece y se reproduce, extendiéndose a los ámbitos académico, empresarial y, sobre todo, entre los medios de comunicación. Sus valedores más vehementes pronostican incluso el declive de los medios tradicionales, como este periódico, en favor de esta nueva comunidad de comunicación y opinión virtual.

Los *bloggers* anuncian la llegada de una nueva revolución, que transfiere el poder al cliente y hace de la Red su vehículo de expresión y conexión globalizados. Sea como fuere, se trata de un colectivo emergente al que ha de prestarse especial atención por parte de las Organizaciones y Administraciones que forman el Sector.

Lejos de denostar este movimiento —al contrario de lo que expresara (o haya podido interpretarse) en la opinión editorial de este semanario—, el Grupo NEXO va a apostar por los *blog*. Y lo va a hacer en una doble dirección: incorporándose a título personal a las bitácoras más prestigiadas, e incorporando *blogs* a nuestros diarios *online*. Siempre desde el más escrupuloso respeto a la soberanía e in-

dependencia de este colectivo. Reiterando lo expuesto en el controvertido editorial dedicado a este fenómeno: "quien pretenda controlar una comunidad *online*", aparte de pretender un imposible, "está condenándola al fracaso, ya que su éxito radica precisamente de la libertad (casi acracia) que inspira a estas ágoras virtuales".

NEXOTUR compromete su apuesta por la *blogosfera*, que se traducirá en una mayor atención informativa hacia la información y la opinión que emanan de los *blogs*, al tiempo en que reitera su convicción de que "pretender someter a intereses de parte este tipo de comunidades *online* es la garantía de que nacerán muertos".

La necesidad de autorregulación, estableciendo de común acuerdo normas de comportamiento y reglas de estilo que preserven el prestigio y la imagen de las empresas y profesionales, lejos de poner puertas al campo, será la mejor fórmula para evitar desde dentro que los Gobiernos (o los jueces, como ya ocurre en la prensa), las impongan desde fuera. Es la asignatura pendiente. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

Datos vs. opiniones



Ejemplo de opinión:

- La televisión mexicana está secuestrada por unos cuantos competidores
- México debería ser una democracia parlamentaria

La explosión de los 'blog'

EL SECTOR SE VUELCA EN LA RED. La apuesta de las empresas turísticas por las plataformas en Internet tiene en los *blog* el paralelismo *online* de los hombres y mujeres del Sector. El movimiento *blogger* crece y madura, buscando un lugar entre los colectivos que tienen mucho que decir y aportar al Turismo.

Algunos *blogs* españoles de Turismo —como el de Albert Barra— destacan ya entre los de mayor tráfico del mundo. Y redes como Turismo 2.0 alcanzan ya el millar de miembros. Dos muestras de la madurez alcanzada por las bitácoras profesionales españolas en la Red.

Conviene establecer una clara diferenciación entre estos *blogs*, caracterizados por la transparencia, y lo que en la opinión editorial de este periódico se denominó "el lado oscuro" de Internet: *newletters* en los que la difamación se disfrazó de periodismo de investigación y foros *online* donde experiencias subjetivas o ventanillas *online* de reclamaciones se hacen pasar por vehículos de información rigurosa e independiente.

La *blogosfera* turística aúna profesionales y empresarios, profesores y alumnos, expertos y profanos. Teoría y práctica. Un heterogéneo colectivo donde las categorías sociales, profesionales y académicas tienen un valor relativo. Un agora donde el tecnólogo de parte con el humanista, en pie de igualdad. Un medio donde la transferencia de conocimiento se mezcla con la opinión y un rico tejido de relaciones personales y afectos.

El 'movimiento *blogger*' mantiene su independencia a sangre y fuego, aunque crece y se reproduce, extendiéndose a los ámbitos académico, empresarial y, sobre todo, entre los medios de comunicación. Sus valedores más vehementes pronostican incluso el declive de los medios tradicionales, como este periódico, en favor de esta nueva comunidad de comunicación y opinión virtual.

Los *bloggers* anuncian la llegada de una nueva revolución, que transfiere el poder al cliente y hace de la Red su vehículo de expresión y conexión globalizados. Sea como fuere, se trata de un colectivo emergente al que ha de prestarse especial atención por parte de las Organizaciones y Administraciones que forman el Sector.

Lejos de denostar este movimiento —al contrario de lo que expresara (o haya podido interpretarse) en la opinión editorial de este semanario—, el Grupo NEXO va a apostar por los *blog*. Y lo va a hacer en una doble dirección: incorporándose a título personal a las bitácoras más prestigiadas, e incorporando *blogs* a nuestros diarios *online*. Siempre desde el más escrupuloso respeto a la soberanía e in-

dependencia de este colectivo. Reiterando lo expuesto en el controvertido editorial dedicado a este fenómeno: "quien pretenda controlar una comunidad *online*", aparte de pretender un imposible, "está condenándola al fracaso, ya que su éxito radica precisamente de la libertad (casi acracia) que inspira a estas ágoras virtuales".

NEXOTUR compromete su apuesta por la *blogosfera*, que se traducirá en una mayor atención informativa hacia la información y la opinión que emanan de los *blogs*, al tiempo en que reitera su convicción de que "pretender someter a intereses de parte este tipo de comunidades *online* es la garantía de que nacerán muertos".

La necesidad de autorregulación, estableciendo de común acuerdo normas de comportamiento y reglas de estilo que preserven el prestigio y la imagen de las empresas y profesionales, lejos de poner puertas al campo, será la mejor fórmula para evitar desde dentro que los Gobiernos (o los jueces, como ya ocurre en la prensa), las impongan desde fuera. Es la asignatura pendiente. Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.



Contraargumentar

Contraargumento

 Puede ser:

- Una explicación alternativa
- O una negación del argumento original

Ejemplo de contraargumento

- ✍ El comportamiento criminal se debe a la mala educación de los padres puesto que...
- Contraargumento (1): El comportamiento criminal se debe a la pobreza dado que...
 - es decir, se trata de una explicación alternativa
 - Contraargumento (2): El comportamiento criminal *no* se debe a la mala educación de los padres puesto que...
 - es decir, una negación del argumento original; aquí es imposible que las conclusiones del argumento y contraargumento sean ambas verdaderas

Referencias

- ✍ Introduction to Logic. Recuperado de <http://philosophy.lander.edu/logic/nonarg.html>
- ✍ Vaz (1979), “Cuestiones de palabra y cuestiones de hechos” y “Cuestiones explicativas y cuestiones normativas”