

Anthony Weston

Las claves de la argumentación

Edición actualizada



Ariel
LETRAS

Anthony Weston

Las claves de la argumentación

Traducción de Mar Vidal

Ariel

Título original: *A Rulebook for Arguments*

Edición actualizada: mayo de 2021
Ediciones anteriores: 1994, 2002, 2005 y 2011

© 2017, Hackett Publishing Company, Inc.
© 2011 y 2021, Mar Vidal, por la traducción

Esta edición se ha publicado mediante el acuerdo con Eulama Literary Agency

Derechos exclusivos de edición en español:
© Editorial Planeta, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona
Editorial Ariel es un sello editorial de Planeta, S. A.
www.ariel.es

ISBN: 978-84-344-3354-0
Depósito legal: B. 5.320-2021

Impreso en España

El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como papel ecológico y procede de bosques gestionados de manera sostenible.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual

(Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Sumario

Prefacio	11
Nota a la quinta edición	13
Introducción.....	17

I

Argumentos cortos: algunas reglas generales

1. Determine las premisas y la conclusión.....	23
2. Desarrolle sus ideas en el orden natural.....	25
3. Parta de premisas fidedignas	27
4. Sea concreto y conciso	28
5. Céntrese en lo sustantivo, no en las connotaciones	29
6. Sea coherente en el uso de los términos.....	31

II

Argumentos a través de ejemplos

7. Dé varios ejemplos.....	36
8. Elija ejemplos representativos.....	38
9. Conocer los porcentajes totales suele ser esencial.....	40
10. Las estadísticas necesitan una mirada crítica.....	42
11. Tenga en cuenta los contraejemplos	44

III

Argumentos por analogía

12. Las analogías requieren similitudes relevantes.....	48
---	----

IV
Fuentes

13. Cite sus fuentes	54
14. Busque fuentes informadas	55
15. Busque fuentes imparciales	58
16. Verifique sus fuentes	60
17. Conviértase en un usuario perspicaz de internet	62

V
Argumentos sobre causas

18. Los argumentos causales empiezan con correlaciones	65
19. Las correlaciones pueden tener explicaciones alternativas	67
20. Asuma la explicación más probable	69
21. Espere encontrar complejidad	72

VI
Argumentos deductivos

22. <i>Modus ponens</i>	76
23. <i>Modus tollens</i>	77
24. Silogismo hipotético	79
25. Silogismo disyuntivo	80
26. Dilema	81
27. Reducción al absurdo	82
28. Argumentos deductivos en varios pasos	84

VII
Argumentos largos

29. Explore la cuestión	90
30. Explique detalladamente ideas básicas en forma de argumento	91
31. Defienda cada premisa básica con un argumento propio.	94
32. Tenga en cuenta las objeciones	96
33. Explore las alternativas	98

VIII

Ensayos argumentativos

34. Láncese.....	102
35. Insista en una afirmación o propuesta en firme	102
36. Su argumento le proporciona el mejor esquema.....	103
37. Exponga detalladamente las objeciones y deles respuesta	106
38. Busque reacciones y utilícelas	108
39. ¡Sea modesto!.....	109

IX

Argumentos orales

40. Pida que le escuchen.....	111
41. Esté plenamente presente.....	113
42. Señalice con vehemencia.....	114
43. Ciña las ayudas visuales a su argumento	115
44. Acabe con estilo.....	116

X

Debates públicos

45. Argumente con orgullo	119
46. Escuche, aprenda, sopesese.....	120
47. Ofrezca algo positivo	123
48. Trabaje desde el consenso	125
49. Lo cortés no quita lo valiente	127
50. Déjelos pensando cuando se marche	130

Apéndice I: Algunas falacias comunes	133
--	-----

Apéndice II: Definiciones.....	143
--------------------------------	-----

D1. Cuando los términos no están claros, sea más específico	144
---	-----

D2. Cuando los términos son discutidos, parta de casos más claros	146
--	-----

D3. Las definiciones no pueden reemplazar a los argumentos	147
--	-----

Fuentes.....	149
--------------	-----

I

Argumentos cortos: algunas reglas generales

Para dar un argumento se empieza reuniendo razones a favor y organizándolas clara y coherentemente. El capítulo I ofrece reglas generales para construir argumentos cortos. Los capítulos II-VI analizan *tipos* concretos de argumento corto.

1

Determine las premisas y la conclusión

El primer paso antes de construir un argumento es preguntarse qué está intentando demostrar. ¿Cuál es su conclusión? Recuerde que la conclusión es la afirmación en favor de la cual usted está dando razones. Las afirmaciones mediante las cuales usted ofrece estas razones son sus *premisas*.

Pongamos que quiere convencer a sus amigos (o hijos, o padres, o...) de que deben comer más legumbres. Probablemente eso no parezca la propuesta más prometedora del mundo, ni tampoco la más importante. Pero es una buena primera ilustración... ¡y la dieta es importante! Veamos cómo puede plantear su argumento:

Usted tiene su conclusión: debemos comer más legumbres. Eso es lo que usted cree. Pero ¿por qué? ¿Cuáles son sus razones? Tal vez necesite afirmarlas para usted mismo, para que ante todo sean claras, y luego comprobar que son razones realmente buenas. Desde luego, si espera que los demás estén de acuerdo con ellas o que modifiquen su manera de comer, deberá exponer las buenas razones con claridad.

Así que, de nuevo, ¿cuáles son sus razones? Una de las premisas principales probablemente es que las legumbres son sanas: tienen un mayor contenido en fibra y proteína, y un menor contenido en grasa y colesterol de lo que la mayoría de la gente come habitualmente. De modo que, complementada adecuadamente, una dieta con más legumbres podría contribuir a una vida más larga y más activa. Puede que usted no quiera suponer que sus amigos o parientes ya han oído, o realmente apreciado, esta idea con anterioridad..., al menos resulta útil recordársela.

Para motivar a las personas, resultaría útil añadir también otra premisa principal. Puesto que las legumbres suelen considerarse un alimento aburrido, ¿por qué no argumentar que las recetas que las contienen pueden ser variadas y atractivas? Ofrezca algunos ejemplos: tacos mexicanos con relleno de judías rojas con especias, por ejemplo, o el humus, que se elabora con garbanzos. Ahora ya tiene un argumento: razones buenas y sólidas para una conclusión clara.

Incluso las bromas pueden constituir argumentos, aunque sus razones puedan sonar banales:

Vivir en la Tierra puede ser duro, pero incluye una vuelta anual gratuita alrededor del Sol.

Obtener una vuelta anual gratuita alrededor del Sol no es el tipo de razón que normalmente esperarías para estar dispuesto a resistir cuando la vida se pone difícil. Éste es el elemento cómico de la broma, pero sigue siendo una razón: un

intento de justificar la afirmación de que la vida no es tan mala como a veces parece. Es un argumento divertido.

En la Regla 1 —«Determine las premisas y la conclusión»—, la palabra «determine» tiene dos significados relacionados. Uno es diferenciarlas. Sus razones son distintas de sus conclusiones: manténgalas claramente separadas. Obtener una vuelta gratuita alrededor del Sol es una idea distinta de resistir cuando las cosas se ponen feas, y lógicamente viene antes. Es una premisa. Ser más capaz de resistir puede ser algo que le sigue. Es una conclusión.

Una vez que ha diferenciado sus premisas y su conclusión, asegúrese de que ambas son afirmaciones con las que es capaz de comprometerse. Éste es el segundo significado de «determinar». En este caso, adelante. En el caso contrario, ¡cámbielas! En cualquier caso, necesitará ser claro con usted mismo antes de poder serlo con los demás.

Este libro le ofrece una conveniente lista de las diferentes formas que los argumentos pueden tomar. Utilice esta lista para desarrollar sus premisas. Para defender una generalización, por ejemplo, consulte el capítulo II: le recordará que debe dar una serie de ejemplos como premisas, y le indicará qué tipo de ejemplos buscar. Si su conclusión requiere un argumento deductivo como los explicados en el capítulo VI, las reglas de ese capítulo le dirán qué tipo de premisas necesita. Es posible que tenga que probar varios argumentos distintos antes de encontrar uno que funcione bien.

2

Desarrolle sus ideas en el orden natural

Los argumentos se mueven. Las razones y las pruebas llevan hasta las conclusiones. Pero, como cualquier otra for-

ma de movimiento, los argumentos pueden ser elegantes o torpes, agudos o confusos, nítidos o embrollados. Queremos optar por la claridad y la eficiencia... y hasta por la elegancia, si es posible.

Volvamos al argumento sobre las legumbres. Si usted tuviera que redactar su argumento, ¿cómo podría hacerlo? Una buena manera sería la siguiente:

Debemos tomar más legumbres. Una razón es que las legumbres son un alimento saludable. Tienen un alto contenido en fibra y proteína, y menos grasa y colesterol que los alimentos que la mayoría de la gente suele consumir. Al mismo tiempo, los platos con legumbres pueden ser bastante variados y también sabrosos. Pensemos en unos tacos mexicanos rellenos de judías rojas, o en el humus.

Cada oración en este pasaje prepara el camino para la siguiente. El argumento empieza por su conclusión. Eso invita a declarar las premisas una tras otra, y la discusión obliga afirmando inmediatamente una premisa principal, y luego ofreciendo a su vez una breve razón de ésta, explicando por qué son saludables las legumbres. Luego ofrece la otra premisa principal y sus ejemplos. El argumento se podría desplegar de maneras distintas —por ejemplo, la segunda premisa principal podría ir en primer lugar, y/o la conclusión se podría colocar al final en vez de al principio—, pero, en cualquier caso, cada parte está en su lugar adecuado.

Conseguir que un argumento se despliegue tan fluidamente es un logro nada desdeñable, en especial a medida que los argumentos se van volviendo más detallados y complejos. No es fácil establecer el lugar perfecto para cada parte del argumento (el lugar equivocado, en cambio, lo encontramos enseguida). Por ejemplo, supongamos que hubiéramos desarrollado nuestro argumento así:

Pensemos en unos tacos mexicanos rellenos de judías rojas, o en el humus. Las legumbres tienen un alto contenido en fibra y proteína, y menos grasa y colesterol del que la mayoría de la gente consume hoy en día. Los platos con legumbres pueden ser bastante variados y sabrosos. Debemos tomar más legumbres. Las legumbres son sanas.

Éstas son las mismas premisas y conclusión, pero están en un orden diferente, y el pasaje obvia los indicadores y las fórmulas de transición que ayudan a los lectores a identificar las premisas y las conclusiones (como «una de las razones es que»). El resultado es que el argumento es totalmente confuso. Los ejemplos de las premisas principales, como lo sabrosos que pueden ser los platos con legumbres, están esparcidos a lo largo del párrafo en vez de aparecer citados a continuación del enunciado de la premisa. Eso nos obliga a leer el párrafo dos veces para asegurarnos de cuál es la conclusión. No cuente con que sus lectores sean tan pacientes.

Es normal tener que reordenar varias veces un argumento hasta encontrar el orden más natural. Las reglas analizadas en este libro le serán de ayuda. Las puede usar no sólo para identificar el tipo de premisas que necesitará, sino también a disponerlas en el orden ideal.

3

Parta de premisas fidedignas

Su conclusión será poco consistente si sus premisas son poco consistentes: poco importará lo bien que argumente partiendo de las premisas.

Hoy en día nadie en este mundo es totalmente feliz. Así pues, parece que los seres humanos no es-

tán hechos para la felicidad. ¿Por qué esperar lo que nunca podremos obtener?

La premisa de este argumento es la afirmación de que hoy en día nadie en este mundo es totalmente feliz. A veces —en una de esas tardes lluviosas o cuando atravesamos ciertos estados de ánimo— casi nos parecería cierto. Pero pregúntese si esta premisa es realmente verosímil. ¿No hay *nadie* en el mundo que sea feliz hoy en día? ¿Nunca? ¿Y qué hay de la vuelta gratuita anual alrededor del Sol? Como mínimo, esta premisa requiere de una seria defensa y es muy probable que, simplemente, no sea cierta. Este argumento no puede demostrar, pues, que los seres humanos no estamos hechos para la felicidad, o que usted o yo no debemos esperar ser felices.

A veces es fácil partir de premisas fidedignas; por ejemplo, cuando se tienen a mano ejemplos conocidos o fuentes fiables que concuerdan claramente. Otras veces es más difícil. Si no está muy seguro de la fiabilidad de una premisa, es posible que tenga que indagar un poco y/o dar un argumento para defender la premisa misma (vea la Regla 31 para más información). Si encuentra que *no puede* argumentar convincentemente a favor de su(s) premisa(s), entonces, por supuesto, tendrá que buscar premisas distintas.

4

Sea concreto y conciso

Evite términos generales, abstractos e imprecisos. «Estuvimos caminando horas bajo el sol» es mucho mejor que «Fue un prolongado período de laborioso esfuerzo». Asimismo, sea conciso: las elucubraciones etéreas acaban haciendo naufragar a cualquiera en un mar de palabras.

NO:

Acostarse con regularidad a una hora anterior al momento en que la mayoría de sus conciudadanos se van a la cama, combinado con la práctica de levantarse a una hora más temprana que aquella en la que la mayoría se levanta, tenderá a hacerle adquirir rasgos personales deseables, tales como una constitución física resistente, una situación económica cómoda y bien afianzada, y el tipo de capacidades y agilidad intelectuales que llevan al discernimiento sagaz y al buen criterio que tienden a ayudarlo a obtener el respeto de los demás.

SÍ:

A quien madruga, Dios lo ayuda.

La versión del «No» tal vez lo exagere un poco (¿cree usted?), pero deja claro su argumento. La frase del «Sí» (que sería el equivalente a la rima inglesa *Early to bed and early to rise, makes a man healthy, wealthy and wise*, de Ben Franklin) también ayuda, pero su gran valor es que dice mucho con pocas palabras agudas y sencillas.

5

Céntrese en lo sustantivo, no en las connotaciones

Ofrezca razones concretas; no se limite a jugar con las connotaciones de las palabras.

NO:

Habiendo permitido vergonzosamente que sus antaño orgullosos ferrocarriles de pasajeros desaparecieran en la oscuridad de los tiempos, Estados Unidos está moralmente obligado a restablecerlos.

Se supone que esto es un argumento para restablecer (más aún) el servicio ferroviario de pasajeros en Estados Unidos. Pero no ofrece ningún tipo de prueba para apoyar la conclusión, sino simplemente unas cuantas palabras con más o menos carga emocional —palabras ya muy manidas, por cierto, como las de un político haciendo declaraciones en piloto automático—. ¿El ferrocarril de pasajeros «desapareció» porque «Estados Unidos» hizo o dejó de hacer algo en concreto? ¿Qué tiene esto de «vergonzoso»? Muchas instituciones «antaoño orgullosas» llegaron a su fin y esto no quiere decir que tengamos que restablecerlas. ¿Qué significa que Estados Unidos está «moralmente obligado» a hacerlo? ¿Acaso ha habido alguna promesa incumplida al respecto? ¿Por parte de quién?

Mucho podríamos hablar sobre el restablecimiento del ferrocarril de pasajeros, especialmente en un tiempo en que los costes ecológicos y económicos de las autopistas se están volviendo enormes. El problema es que este argumento no menciona nada de esto, sino que deja que la carga emocional de las palabras haga todo el trabajo y, por lo tanto, como argumento no funciona en absoluto. Nos deja exactamente donde empezamos. Hay que reconocer que las connotaciones pueden llegar a ser convincentes incluso cuando no deberían, pero recuerde que lo que estamos buscando en este caso son pruebas concretas.

De la misma manera, no intente hacer brillar más su argumento caricaturizando la posición contraria con palabras cargadas emocionalmente. Las personas suelen defender sus puntos de vista con razones serias y sinceras: trate de entenderlas, incluso cuando no las comparta en absoluto. Por ejemplo, una persona que cuestiona el uso de una nueva tecnología no tiene por qué estar a favor de «volver a las cavernas». (¿De qué está a favor? Quizá deba preguntárselo.) Igualmente, una persona que defiende la teoría de la evolución no está diciendo que sus abuelos fueran monos.

(Pregúntese, entonces, qué está defendiendo.) En general, si usted es incapaz de imaginar cómo alguien puede defender el punto de vista que usted está atacando, probablemente aún no lo haya comprendido.

6

Sea coherente en el uso de los términos

Los argumentos cortos suelen tener un solo tema o hilo. Transportan una idea a través de varios pasos. Por ello es importante expresar esta idea en términos claros, escogidos cuidadosamente, y marcar cada nuevo paso repitiendo esos mismos términos. En su manual de redacción clásico, *The Elements of Style*, William Strunk y E. B. White citan las célebres Beatitudes de Jesucristo como una persuasiva ilustración de lo que ellos llaman «construcción paralela», o la «expresión de ideas coordinadas de manera similar».

Benditos sean los pobres de espíritu porque de ellos será el reino de los cielos.

Benditos sean los que sufren, porque ellos serán consolados.

Benditos los míseros, porque ellos heredarán la Tierra. (Mateo, 5:3-5)

«Benditos los X porque Y» es la fórmula. No se hace una paráfrasis en cada caso, como sería «Además, los que son X serán consagrados porque Y», sino que cada frase conserva exactamente la misma estructura y la misma formulación.

Haga lo mismo con sus argumentos.

NO:

Cuando aprende a cuidar de una mascota, usted está aprendiendo a atender las necesidades de una

criatura dependiente. Observar y responder cuidadosamente cuando un gato o un perro nos necesita, la capacidad de reconocer estas necesidades y de ajustar nuestra conducta de acuerdo con ellas puede ayudar también a tratar con los niños pequeños. Por tanto, lograr ser un cuidador más eficaz de los animales domésticos puede potenciar también nuestras habilidades como cuidadores en casa.

¿Perdón? Cada una de estas frases pueden resultar bastante claras por ellas mismas, pero las relaciones entre ellas quedan totalmente perdidas bajo el sotobosque... Un sotobosque interesante, tal vez, pero demasiado espeso para avanzar efectivamente. (Recuerde, ¡los argumentos tienen que *moverse!*)

SÍ:

Cuando aprende a cuidar de una mascota, aprende a atender a las necesidades de una criatura dependiente. Cuando aprende a atender a las necesidades de una criatura dependiente, aprende a ser mejor padre. Por tanto, cuando aprende a cuidar de una mascota, aprende a ser mejor padre.

Puede que la versión del «Sí» no sea muy elegante, pero lo compensa con creces con su claridad meridiana. La diferencia radica en un rasgo muy simple: el argumento del «No» utiliza una frase nueva para cada idea clave cada vez que la idea se repite. Por ejemplo, «cuando aprende a cuidar de una mascota» vuelve a describirse en la conclusión de la versión del «No» como «convertirse en un cuidador de mascotas más responsable», mientras que el argumento del «Sí» repite con cuidado y precisión sus términos clave.

Si está preocupado por el estilo —y en algunas ocasiones hay que estarlo, por supuesto—, piense que es preferible optar por el argumento mejor formado, no por el más florido.

VERSIÓN MÁS CONCISA:

Cuando aprende a cuidar de una mascota, usted aprende a atender a las necesidades de una criatura dependiente y, por lo tanto, aprende a su vez a ser mejor padre.