



Nombre del Alumno Karla Alejandra Castellanos Hernandez

Nombre del tema unidad 1 y 2

Nombre de la Materia Argumentación Jurídica

Nombre del profesor David Armando Hernandez

Nombre de la Licenciatura En Derecho

7mo. Cuatrimestre

LENGUAJE JURÍDICO Y ARGUMENTACIÓN

Tipos de discurso: argumentativo, informativo

argumentativos son: *Textos científicos: psicológicos, filosóficos, lingüísticos, teológicos, etc. *Textos legales: sentencia, recurso o apelación, etc. *Textos periodísticos: editorial, cartas de los lectores, páginas de opinión. *Debates orales: foros de opinión. informativos: el que explica, el que describe, el que define y el que expone.

Tipos de enunciados

enunciados que expresan normas y enunciados que expresan el uso de poderes normativos.

Usos del lenguaje

lenguaje es la comunicación. Dentro de la comunicación hay que tener en cuenta el propósito y el objetivo que se pretende conseguir al emitir un mensaje. Dependiendo del objetivo la función que se le otorga al lenguaje será diferente.

Uso y mención de expresiones

El lenguaje jurídico es el conjunto de términos y expresiones que denotan principios, preceptos y reglas a que están sometidas las relaciones humanas en toda

Persuasión y fundamentación en el discurso argumentativo

El propósito del discurso argumentativo es convencer o persuadir. Mediante éste, se presentan argumentos a favor de una idea, punto de vista o persona. Para convencer se hace necesario informar, presentar datos y hechos verificables.

Distinción entre argumentos correctos (o válidos) y argumentos meramente persuasivos

Argumento válido: será el que tenga fundamento basado en el ordenamiento y justificará la decisión jurídica. - Argumento persuasivo: aquellos que hayan pretendido por medio ajenos. Deductivos: Sera aquel por virtud del cual se infieren de forma lógica y necesaria las conclusiones a partir de sus premisas.

Argumentos deductivos y no deductivos: validez y corrección

Un argumento deductivo es uno que sólo puede ser derrotado retractando alguna de sus premisas. Por su parte, un argumento no deductivo puede ser derrotado retractando su conclusión sin necesidad de retractar alguna de sus premisas.

Distinción entre forma y contenido: la forma como criterio de validez

La distinción entre "contenido" y "forma" de un argumento lógico (o deductivo), es fundamental para una adecuada comprensión de su naturaleza y para su correcta evaluación, pues a tal distinción se asocian dos diferentes juicios: el de verdad y el de validez.

las funciones de verdad en lenguaje jurídico

La verdad sobre las proposiciones acerca de los hechos es un elemento esencial para materializar los fines que persigue el derecho procesal. Ella constituye una variable trascendente cuando el juez resuelve el asunto jurídico particular y concreto sometido a su jurisdicción.

cuantificadores en lenguaje jurídico

a toda palabra (o locución) que denote o indique cantidad, como, por ejemplo: todo, mucho, demasiado, bastante, bastante poco, poco, nada, etc. Pueden pertenecer a varias categorías gramaticales: Adjetivo: "Escoge un lápiz cualquiera."

ARGUMENTOS INTERPRETATIVOS.

Argumentos dialécticos, argumentos apodícticos o demostrativos.

El argumento apodíctico, es aquellas cuyas premisas son verdaderas, dado que su conocimiento tiene su origen en premisas auténticas y primeras, en pocas palabras, es un argumento demostrativo. El argumento dialéctico es, para Aristóteles, una forma no demostrativa de conocimiento, es decir, probable.

Argumentos erísticos, pseudoconclusiones o paralogismos.

Las pseudoconclusiones se observan en los sofismas y en los paralogismos, la primera —los sofismas— es una refutación falsa, con consciencia de su falsedad y para confundir al contrario y el paralogismo es una refutación falsa sin consciencia de su falsedad, es una falacia. A menudo se refiere a un tipo de argumentación que se centra en terminar con la disputa con éxito de un argumento en lugar de acercarse a una realidad dada. No se debe confundir con la heurística que es en cierto modo lo opuesto a ella.

Argumentos deductivos y no deductivo.

Un argumento deductivo es uno que sólo puede ser derrotado retractando alguna de sus premisas. Por su parte, un argumento no deductivo puede ser derrotado retractando su conclusión sin necesidad de retractar alguna de sus premisas.

Los argumentos jurídicos como argumentos interpretativos.

Un argumento jurídico para ser interpretativo, deberá racionalmente describir y explicar de manera contundente, un caso en función de tales criterios. Un argumento a rubricase da en función del título o rubro que indica un razonamiento determinado en relación a un hecho específico.

Argumento a rúbrica, argumento psicológico.

El argumento a rúbrica es aquel por medio del cual la atribución de significado se realiza a partir del título o rúbrica que encabeza el grupo de artículos en el que se encuentra ubicado el enunciado, ya que se piensa que los títulos proporcionan información sobre el contenido regulado bajo los mismos.

Argumento sedes materiae, argumento ab autoritate.

Es aquél que por la atribución de significado a un enunciado dudoso se realiza a partir del lugar que ocupa en el contexto normativo del que forma parte, ya que se piensa que la localización topográfica de una disposición proporciona información sobre su contenido.

Argumento histórico. Argumento teleológico.

Los argumentos históricos tienen por objeto proporcionar coherencia en la dimensión del tiempo, para lo cual se aducen hechos que se refieren a los antecedentes históricos del problema jurídico discutido, en cuanto a razones a favor o en contra. argumento teleológico: Es el argumento que concierne al espíritu y a la finalidad de la ley, que se reconstruye a partir de consideraciones sobre el texto mismo de la ley.

Argumento económico, argumento a coherencia. Reducción al absurdo.

El argumento de la reducción al absurdo se define en el mundo del Derecho como aquel que permite rechazar un significado de un enunciado normativo de entre las teóricamente posibles, por las consecuencias absurdas a las que conduce. económico debe elaborarse en torno a un discurso que describa la importancia y el valor de la biodiversidad para la sociedad, y debe incluir un mensaje central orientado a capturar los beneficios tangibles de manera firme y decidida.

La tipología de las falacias.

Tipos de falacias: formales y no formales
Sin embargo, antes de ver algunas de las falacias más utilizadas, debemos mencionar los dos grandes tipos de falacias que podemos encontrar: las falacias formales y las falacias no formales. Las falacias no formales son las que “engañan” basándose en el contenido de la premisa.