


Argumentos de autoridad y falacias *ad verecundiam*: perspectivas en la construcción y socialización de la ciencia

Arguments from authority and fallacy *ad verecundiam*: perspectives on the construction and socialization of science

Argumentos de autoridade e falácias *ad verecundiam*: perspectivas sobre a construção e socialização da ciência

Luis Ernesto Paz-Enrique 

Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Para la correspondencia: luisernestopazenrique@gmail.com

Recibido: 20-04-2023 Aprobado: 10-06-2023 Publicado: 21-06-2023

Cómo citar este artículo:

Paz-Enrique LE. Argumentos de autoridad y falacias *ad verecundiam*: perspectivas en la construcción y socialización de la ciencia. Rev Inf Cient. 2023; 102:4246. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8060856>

La lógica como disciplina filosófica tuvo un cambio radical a partir de la perspectiva argumentativa de la nueva retórica. Este enfoque, aunque ya había sido abordado de forma teórica y epistemológica, no toma auge hasta la publicación del texto *The New Rhetoric* de Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca.⁽¹⁾

Lo anterior propició la parcelación de la lógica en dos áreas: la lógica formal y la lógica informal. La primera, con mayor tradición, se dirigía a la demostración desde el lenguaje controlado con relación a la lógica matemática y a la teoría de conjuntos, reglas de inferencias, clasificación y agrupamiento. La segunda con orientación a la argumentación y la construcción del discurso desde el lenguaje natural o común. Esta división disciplinar no implicó un diverso entre las dos áreas, sino que se complementan: un argumento en lenguaje natural puede ser interpretado y analizado por la lógica formal y un texto lógico puede presentarse en lenguaje común.

The New Rhetoric se enfoca en cómo persuadir a una audiencia para que acepte una tesis o una conclusión. Perelman⁽¹⁾ argumenta que la persuasión no solo depende de la lógica y la evidencia sino que, también, depende de la audiencia y de cómo se presentan los argumentos que pueden ser de enlace o asociación o de disociación. Los argumentos de enlace o asociación se clasifican en cuatro: cuasilógicos, basados sobre la estructura de lo real, que fundan la estructura de lo real y de autoridad.

Los argumentos cuasilógicos son aquellos que no se basan en la lógica formal o en la evidencia empírica, sino que se apoyan en la persuasión emocional y en la retórica. Se utilizan para convencer a una audiencia a través de la emoción, la experiencia y las creencias personales.⁽¹⁾ Aunque no siguen las reglas de la lógica formal pueden ser muy efectivos para persuadir. Son comunes en el discurso y en la publicidad comercial, por lo que pueden ser engañosos y manipulativos. Las tipologías de este tipo de argumento son: 1) De analogía (compara situaciones diferentes bajo las mismas reglas), 2) *Ad hominem* (ataca a la persona más que el argumento o la posición que se defiende) y 3) Emocional (no se enfoca en la razón sino en generar empatía con la audiencia desde las emociones).

Los argumentos basados en la estructura de lo real suelen apelar a la observación empírica y a la lógica para establecer conclusiones acerca de la naturaleza de la realidad. Prevalecen tres tipologías: 1) De analogía (toma como principio que dos cosas diferentes tienen una estructura similar, por lo que se puede utilizar la información que se tiene sobre una de ellas para inferir conclusiones acerca de la otra), 2) De causa (se basa en la idea de que todo efecto tiene una causa, por lo que se puede inferir la causa de un fenómeno a partir de la observación de sus efectos) y 3) De ejemplo (se utiliza para ilustrar y clarificar ideas complejas a través de la presentación de casos concretos. A través de ejemplos específicos, se puede inferir una conclusión más general acerca de la estructura de lo real).

Los argumentos que fundamentan la estructura de lo real son aquellos que buscan establecer la existencia de patrones y regularidades en los fenómenos observables. Estos argumentos se basan en la idea de que la estructura de lo real es coherente y consistente y que esta coherencia puede ser inferida a través de la observación empírica y la lógica. Los tipos de argumentos que fundamentan la estructura de lo real son: 1) De hecho (se respaldan en los métodos científicos con aplicabilidad empírica y que pueden ser contrastables como la experiencia, observación, análisis de datos y pruebas comprobables), 2) De valor (busca establecer la existencia de patrones y regularidades en los valores y principios que rigen la conducta humana, a partir de los cuales se pueden inferir conclusiones más generales acerca de la estructura de lo real) y 3) De política (busca establecer la existencia de patrones y regularidades en las relaciones de poder y en las decisiones políticas, a partir de los cuales se pueden inferir conclusiones más generales acerca de la estructura de lo real).

Finalmente, los argumentos de autoridad se basan en la idea de que una fuente de autoridad tiene un conocimiento especializado y confiable sobre un tema en particular. Este tipo de argumento busca establecer la validez de una afirmación o conclusión a través de la citación de una fuente de autoridad reconocida. Por ejemplo, en la ciencia, se utilizan argumentos de autoridad al citar las publicaciones y trabajos de científicos reconocidos en una determinada disciplina para respaldar una afirmación o conclusión⁽²⁾. Se distinguen tres tipos de argumentos de autoridad:

- a) Argumento de autoridad por conocimiento especializado: se basan en la idea de que una persona o grupo de personas poseen un conocimiento profundo y especializado en un tema específico, lo que les permite tener una perspectiva más completa y precisa sobre el tema en cuestión. Busca respaldar una afirmación o conclusión a través de la citación de expertos o profesionales en una disciplina determinada.

- b) Argumento de autoridad por carácter o integridad moral: toma como principio que una persona o grupo de personas son confiables y dignos de confianza debido a su carácter o integridad moral. Este tipo de argumento busca respaldar una afirmación o conclusión a través de la citación de expertos o líderes reconocidos por su carácter y ética.
- c) Argumento de autoridad por consenso: se basan en que la opinión o posición mayoritaria de un grupo de expertos o líderes en una disciplina determinada es la más precisa o correcta. Este tipo de argumento busca respaldar una afirmación o conclusión a través de la citación de expertos o líderes que comparten una opinión común sobre un tema determinado.

Por otro lado, se encuentran los argumentos de disociación, que son una forma de razonamiento que consiste en separar una idea o evento de sus consecuencias o implicaciones. Se argumenta que una acción o situación no debería ser juzgada en función de las consecuencias que se derivan de ella sino en función de su propia naturaleza o intención. Se trata de desmentir o plantear criterios diferentes acorde a tres aspectos: 1) Disociación de hecho (se refiere a la separación entre un hecho y su interpretación), 2) Disociación de valor (se trata de separar un valor de una acción concreta) y 3) Disociación de lugar (se refiere a la separación de un lugar y sus características inherentes).

Los argumentos mencionados son efectivos en la persuasión de la audiencia, pero pueden ser instrumentos falaces para manipular. Las falacias son errores en el razonamiento que pueden ser utilizados de forma intencional o involuntaria para persuadir a otros de una posición o argumento, sin importar si ese argumento es válido o no. Son comunes en el discurso público y pueden ser difíciles de detectar. Dentro de los tipos de argumentos destacan dos que coinciden con denominaciones de falacias: *ad hominem* y *ad verecundiam*.

El orador con capacidad de dominio retórico y con intención de manipular a la audiencia puede direccionar el discurso a ideas erróneas en torno a un dominio particular del conocimiento.⁽³⁾ Sin embargo, la audiencia tiene un rol principal con su comprensión hermenéutica: a mayor capacidad interpretativa menor probabilidad existe de que esta sea manipulada o engañada. Lo anterior refuerza la necesidad de evaluar con cuidado los argumentos que se presentan y la capacidad de conciencia crítica y reflexiva.

En los argumentos de autoridad con igual denominación dentro de las tipologías de falacias, se apela a los criterios o imagen de una persona con capital de autoridad. Esto puede ser desde una figura pública hasta un mandatario, docente, investigador u otra característica que contribuya a apoyar determinadas ideas o criterios.

Un ejemplo de falacia *ad verecundiam* o de autoridad pudiera constituirlo la aceptación de afirmaciones o hechos dentro de la comunicación científica que no son realmente comprobables. Esto tiene lugar en afirmaciones como: si está publicado debe ser cierto, este autor lo afirma, está dentro de los artículos del número de una x revista.

Los argumentos de autoridad son parte indispensable en la comunicación científica como requisito indispensable en la construcción del conocimiento. Las citas constituyen argumentos de autoridad de otras personas para apoyar las opiniones y criterios propios. En las ciencias a mayor cantidad de citas representa mayor impacto; se toma como supuesto que el investigador tiene mayor autoridad por el reconocimiento implícito concedido por la comunidad científica que cita sus trabajos.

Desde la sociología del conocimiento Pierre Bourdieu aporta a esta explicación desde la Teoría del Campo Científico.^(4,5) Los autores (investigadores) que han alcanzado mayor cantidad de citas son aquellos que mayor capital de autoridad poseen sin que la institucionalización los haya reconocido a través de premios y distinciones. Se trata del reconocimiento de sus pares profesionales que hace su trabajo visible y prestigioso, lo que los coloca en una posición de poder.

La citación como capital científico se relaciona directamente con el capital de autoridad. Las relaciones entre argumentos son identificables a través de las referencias.⁽⁶⁾ Las citas legitiman y reconocen la obra de otros investigadores, considerada incluso como la unidad básica del sistema de recompensas.⁽⁷⁾

En cuanto a la función legitimadora, permite utilizar el prestigio de alguien con autoridad en el campo para amparar las ideas introducidas; una externalidad que se liga al interior de la dinámica del campo. En otro sentido, asumir estas ideas sería falaz, puesto que no es directamente proporcional la cantidad de citas recibidas a impacto o reconocimiento. Hay comportamientos dentro del ámbito de la ciencia que aporta a esta reflexión: las autocitas y el enfoque de estas.

La autocitación es un comportamiento en el que el investigador cita sus propios trabajos ya publicados como forma de generar impacto, este fenómeno es conocido como granjas de citas. Las granjas de citas, también conocidas como granjas de impacto, son una práctica común en la ciencia en la que los investigadores se enfocan en la autocitación y la cocitación entre pares profesionales.⁽⁸⁾ El objetivo radica en aumentar su número de citas y su reputación en la comunidad científica. Si bien esta práctica puede ser beneficiosa en términos de visibilidad y reconocimiento, también ha sido criticada por fomentar una cultura de competencia poco saludable en la academia y por generar una distorsión en la valoración del trabajo científico.

Las granjas de citas pueden ser útiles para los investigadores que buscan promover su carrera y mejorar su perfil académico. Publicar en revistas de alto impacto puede aumentar la visibilidad de un estudio y llevar a un mayor número de citas lo que, a su vez, puede aumentar el prestigio y la financiación para futuras investigaciones. Además, los autores de artículos publicados en revistas de alto impacto pueden recibir más invitaciones para participar en conferencias y colaboraciones internacionales, lo que puede expandir su red de contactos y ofrecer nuevas oportunidades para su carrera.

En este contexto la necesidad de publicar se hace imprescindible desde la perspectiva de *publish or perish* (publicar o perecer). Las instituciones para mantenerse en estos ránquines externos establecen políticas de desarrollo científico que obligan a los investigadores y docentes a publicar o socializar sus estudios en revistas de corriente principal: Web de la Ciencia (WoS, por sus siglas en inglés) y Scopus, en los principales cuartiles y en idioma inglés. Esto normaliza la desvalorización de los saberes locales y regionales, lo que repercute negativamente en el posicionamiento en términos de ránquines externos. Lo anterior se sustenta en que al publicar en revistas de idiomas extranjeros temas de interés local difícilmente serán citadas estas contribuciones por el poco interés que representa para esa comunidad científica.

La autocitación no es un fenómeno necesariamente negativo en tanto se realice de forma justificada y controlada, pero el exceso de citas propias es un reflejo distorsionado de los logros del autor en relación con su comunidad científica. Los argumentos de autoridad no son infalibles ya que la autoridad citada puede estar equivocada o tener un sesgo. Por lo tanto, es necesario evaluar críticamente la fuente de autoridad citada para determinar su relevancia y confiabilidad en relación con la afirmación o conclusión que se desea respaldar.

El hecho de que una afirmación dentro de una contribución o manuscrito pase un dictamen positivo como parte de la revisión por pares, aunque este es el método más efectivo dentro de la evaluación científica, no significa que sea totalmente cierto. En muchos casos un trabajo publicado es citado por los aspectos con los que otro investigador está de acuerdo, pero en otros se cita para refutar esas ideas.

El enfoque en las citas puede ser de aceptación o rechazo, estas últimas son citas negativas y no otorgan prestigio al investigador, pero no hay forma de cuantificarlas como tal. En las disciplinas de Humanidades y en las Ciencias Sociales hay criterios divergentes entre escuelas, teorías y paradigmas. Esto sucede esencialmente entre enfoques dominantes y emergentes donde los investigadores que defienden unas y otras posturas citan a otros de forma negativa debido a que el aporte de sus trabajos radica en mostrar la fortaleza de unos paradigmas sobre otros o la poca efectividad de concepciones, teorías y supuestos epistemológicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Perelman C, Olbrechts L. Tratado de la Argumentación. La nueva Retórica [Internet]. Madrid: Editorial Gredos; 1989. [citado 6 Abr 2022]. Disponible en: [https://eva.fder.udelar.edu.uy/pluginfile.php/122123/mod_resource/content/1/Perelman_Ch -
Tratado de la Argumentacion Retorica o ratoria .pdf](https://eva.fder.udelar.edu.uy/pluginfile.php/122123/mod_resource/content/1/Perelman_Ch_-_Tratado_de_la_Argumentacion_Retorica_o_ratoria.pdf)
2. Paz Enrique LE, Caramés López M. Concepciones para el análisis de campos científicos. Telos [Internet]. 2020 [citado 6 Abr 2022]; 22(1):106-124. DOI: <https://doi.org/10.36390/telos221.08>
3. Orihuela Rosas B. E. El paso de la retórica a la neoretórica de Chaïm Perelman como teoría de la argumentación jurídica. Rev Col San Luis [Internet]. 2021 [citado 6 Abr 2022];



- 11(22):1-24. DOI: <https://doi.org/10.21696/rcsl112220211236>
4. Bourdieu P. Le champ scientifique. Actes de la recherche en sciences sociales [Internet]. 1976 [citado 6 Abr 2022]; 2(2):88-104. Disponible en: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1976_num_2_2_3454
5. Bourdieu P. El campo científico. Redes [Internet]. 1994 [citado 6 Abr 2022]; 1(2):129-160. Disponible en: <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/317/07R1994v1n2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
6. Crisci J. V., Katinas, L. Las citas bibliográficas en la evaluación de la actividad científica: significado, consecuencias y un marco conceptual alternativo. Bol Soc Argent Bot [Internet]. 2020 [citado 6 Abr 2022]; 55(3):1-10. DOI: <https://doi.org/10.31055/1851.2372.v55.n3.28723>
7. Elhassan MM, Monge-Nájera J, Ho YS. Bibliometría de publicaciones científicas sudanesas: temas, instituciones, colaboración, citas y recomendaciones. Rev Biol Trop [Internet]. 2022 [citado 6 Abr 2022]; 70(1):30-40. DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/rev.biol.trop.v70i1.47392>
8. Canova Barrios CJ. Aspectos éticos en la publicación de manuscritos científicos: una revisión de la literatura. Salud Cienc Tecnol [Internet]. 2023 [citado 6 Abr 2022]; 2(1):1-12. Disponible en: <https://revista.saludcyt.ar/ojs/index.php/sct/article/view/81>

Declaración de conflicto de intereses:

El autor declara que no existen conflictos de intereses.

Financiación:

Esta contribución fue realizada con el apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) de México.

