

Las funciones retóricas del discurso jurídico

Rhetorical functions of the legal discourse

*Gerardo Ribeiro**

RESUMEN. El discurso jurídico tiene como objetivo fundamental que los actores de la disputa judicial se adhieran a las propuestas del hablante, en particular busca que el juez se adhiera a sus peticiones y exprese esa adhesión en la sentencia que pronuncie. El discurso jurídico que busca la adhesión del juez se construye desde tres funciones retóricas por excelencia: el convencer, el persuadir y el seducir. El presente trabajo propone y reflexiona sobre estas funciones retóricas del discurso jurídico en el juicio legal.

PALABRAS CLAVE: Retórica. Argumentación. Discursos. Leyes.

* Abogado por la Universidad Iberoamericana (Ciudad de México) y doctor en Filosofía por la Universidad de Guanajuato. Actualmente es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México.

ABSTRACT. The main objective of the legal discourse is the adherence of the parties in a judicial dispute to the speaker's proposals; it seeks particularly the adherence of the judge to its requests and that he may express that adherence in the sentence that he may pronounce. Legal discourse that seeks judge's adherence is constructed from three quintessential rhetorical functions: to convince, to persuade and seduce. This paper proposes and reflects on these rhetorical functions of legal discourse in the trial proceedings.

KEYWORDS: Rhetoric. Argument. Discourse. Law.

1.

DEMOSTRACIÓN Y ARGUMENTACIÓN

En términos generales y de manera muy extendida se reivindica la lógica —los principios y las técnicas de la lógica— como la función racional por excelencia del discurso jurídico. La eficacia del discurso jurídico de la triada procesal se legitima con base en la premisa de que los argumentos propuestos por las partes —incluidos los argumentos del juez— son lógicos y por ello, fundamentalmente por ello, son verdaderos y convincentes. Los operadores jurídicos de la triada procesal —abogados litigantes y jueces— generalmente afirman que la lógica formal y sus características sostienen la legitimidad de la racionalidad del discurso jurídico porque demuestran la verdad.

Sin embargo, desde mi punto de vista, el discurso jurídico procesal no tiene como objetivo demostrar la verdad desde la lógica y sus técnicas, sino que tiene como objetivo fundamental que los actores de la disputa judicial se adhieran a las propuestas del hablante jurídico y, en particular, busca que el juez se adhiera a sus peticiones y exprese esa adhesión en la sentencia que pronuncie. El discurso jurídico que busca la adhesión del juez se construye desde tres funciones retóricas por excelencia: el convencer, el persuadir y el seducir. El presente trabajo propone y reflexiona sobre estas funciones retóricas del discurso jurídico en el juicio procesal.

Chaim PERELMAN caracterizó la argumentación jurídica en oposición a la demostración desde el punto de vista de la lógica formal. En una revisión crítica a sus ideas y desde mi punto de vista retórico de los criterios de PERELMAN¹ al establecer la oposición entre lógica formal clásica (ya que él se refiere al estado teórico de la cuestión en los años cincuenta) y argumentación jurídica, señalo las siguientes características diferenciadoras entre la lógica formal y el concepto de argumentación jurídica retórica que propongo, a saber:

¹ PERELMAN, Chaim, y OLBRECHTS-TYTECA, L., *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Gredos, Madrid, 1989.

1. *El lenguaje.* En la lógica formal el hablante construye su propio sistema de signos y los adjudica a los referentes de manera discrecional. Ese acto de discrecionalidad (discrecionalidad en el sentido de que no hay una relación necesaria entre el signo y el referente, dado que puede ser ese signo, pero podría haber sido cualquier otro) tiene como paradigma la búsqueda de univocidad y denotación del lenguaje alejando toda posibilidad de ambigüedad y connotación y, por lo tanto, de confusión. La argumentación jurídica retórica, por su parte, no crea un sistema de signos, sino que utiliza el lenguaje natural —entendiendo por lenguaje natural el sistema de signos sociabilizado y la construcción paradigmática y sintagmática que se utiliza en el sistema de la lengua y habla—, y su pretensión de influir sobre el auditorio la logra por medio de la construcción retórica del discurso jurídico que desarrolla y propone una fuerte carga emocional.

2. *La verdad.* La lógica formal pretende demostrar sus afirmaciones y esa demostración constituye la verdad. La argumentación jurídica retórica no pretende demostrar la verdad porque sus argumentos tienden a lograr la adhesión del auditorio a sus premisas, sean estas verdaderas o probables, por medio de un discurso jurídico que convenza —cuando es posible—, que persuada —cuando se tienen los elementos necesarios— o que seduzca —cuando ya no se tienen ni los elementos necesarios ni los elementos posibles—.

3. *La realidad.* La lógica formal sustrae el contexto social en sus demostraciones y lo suplanta por sistemas aislados de valores permanentes que son indiferentes a lo contingente. La argumentación jurídica retórica, muy por el contrario, depende muchas veces del contexto social y psíquico del auditorio y sus valores; por lo tanto, no solo son valores contingentes sino también cambiantes. La realidad es una realidad construida de manera contingente en el juicio por medio de una trama discursiva —entretejido donde los hilos son discursos denominados confesionales, periciales, testimoniales, que se entretejen unos *sobre* otros— desde la cual se va extrayendo un hilo conductor que hace las veces de historia lineal que se va probando acción por acción con otros discursos llamados confesionales, periciales y testimoniales. El discurso de la verdad es una historia coherente de entre muchas historias presentes en el expediente judicial.

4. *La información.* La información presentada, correlacionada y concluida en la lógica formal es clara y distinta en términos cartesianos. La información presentada en la argumentación jurídica retórica es una interpretación que se utiliza para interpretar. De esta relación

entre interpretaciones se construye la significación del discurso argumentativo. La información es siempre información retórica, entendiendo por *retórica* las acciones del lenguaje sobre el lenguaje: el lenguaje informativo no es más que una interpretación de un conjunto de informaciones preinterpretadas.

5. *Certeza y lugar común.* En la lógica formal los datos, la información y las relaciones entre premisas se configuran desde la idea de certeza. En la argumentación jurídica retórica la interrelación entre datos y argumentos se configuran, muchas veces, desde valores sobreentendidos, denominados, entre otras formas, como *moral comunitaria*. Así mismo, desde la argumentación jurídica retórica se afirma que la certeza que la ciencia reivindica como objetiva siempre está mediada por la instrumentalización tecnológica; por ello es insostenible la certeza y solo es posible reivindicar el concepto de incertidumbre acordada, es decir, certeza —aquí y ahora— construida por acuerdo.

6. *El orador.* En la lógica formal el orador es inexistente dado que el discurso demostrativo es, al mismo tiempo, discurso y emisor; no importa quién lo emite sino que su validez se encuentra en su desarrollo demostrativo. En la argumentación jurídica retórica, la presencia del orador y sus características, a veces, son más importantes que el discurso mismo. Lo importante no es lo que se dice sino quién lo dice, porque ello permite que el auditorio se adhiera a *él* y lo que *él* significa y no a una idea abstracta. La seducción apela al orador, a sus valores, a su historia y a su presente para buscar la adhesión del auditorio. La seducción no ofrece certeza, objetividad o consecuencias racionales para validar sus afirmaciones, sino que la seducción ofrece al orador mismo y sus características personales como legitimador del saber, como legitimador de lo que se dice.

7. *El método.* La lógica formal ha creado su propio método de trabajo y la legitimación de sus verdades deriva de la aplicación del método. La aplicación rigurosa del método es lo que valida sus conclusiones. En la argumentación jurídica retórica no hay un método del que se puedan derivar verdades, sino que hay una infinidad de acciones del lenguaje sobre el lenguaje (metáforas, comparaciones, aliteraciones y otras acciones a nivel semántico, sintáctico y fónico) que se pueden utilizar para lograr la adhesión del auditorio.

8. *Las premisas.* Las premisas de la lógica formal son enunciados verdaderos. Los enunciados de la argumentación jurídica retórica son interpretaciones que se interrelacionan con otras interpretaciones para proponer una interpretación al auditorio con la clara

intención de que este se adhiera a ellas, ya sea por convencimiento, por persuasión o por seducción.

9. El resultado. En la lógica formal, una vez establecidos el lenguaje, el método y la veracidad de las premisas, el resultado siempre es el mismo. Esta infinita repetición del resultado es el argumento sustancial de la validez del razonamiento lógico. En la argumentación jurídica retórica (dadas las acciones del lenguaje sobre el lenguaje, las interpretaciones de las premisas construidas y acordadas y el método retórico) el resultado nunca será el mismo, no solo para diversos auditorios sino aun para el mismo auditorio en diversas situaciones. Las conclusiones del razonamiento argumentativo y la adhesión a las interpretaciones nunca serán iguales.

10. Corrección y validez. En la lógica formal el razonamiento puede y debe ser correcto y, por lo tanto, válido. Corrección y validez son dos procesos asociados a la demostración que le permiten autocorregir el razonamiento y, por ende, reforzar su justificación. La argumentación jurídica retórica, como se ha demostrado, no puede ser objeto de este proceso por su carácter contingente, que se decide por un camino determinado cuando se conoce el carácter del auditorio. A la argumentación jurídica retórica solo se le aplicaría, al decir de PERELMAN,² el concepto de *fuerza de los argumentos*, que no define pero caracteriza como:

La intensidad de adhesión del oyente a las premisas, los enlaces utilizados inclusive; por otra, a la relevancia de los argumentos dentro del debate. Pero, la intensidad de la adhesión y, también, la relevancia se hallan a merced de una argumentación que vendría a enfrentarse a ellas.

Concluye PERELMAN afirmando:

El poder de un argumento también se manifiesta tanto en la dificultad que supondría rechazarlo como en sus propias cualidades. La fuerza de los argumentos, pues, variará de acuerdo con los auditorios y el objetivo de la argumentación.

Para PERELMAN lo racional es lo característico de la demostración y lo razonable lo característico de la argumentación, en el entendido de que lo racional tiene como fin la demostración de la verdad y lo razonable tiene como fin la justificación de lo preferible. Sin embargo, esta afirmación es una generalización insostenible, dado que la demostración solo es posible en las matemáticas y la geometría que tienen, históricamente, gran aceptación en

² Ibídem, p. 700.

la comunidad. Sin embargo, la idea de racionalidad que reivindico nada tiene que ver con la idea estándar de ella, sino que esta racionalidad reivindica el convencimiento, la persuasión y la seducción como métodos para acordar la certeza con validez aquí y ahora. Es decir, la idea de PERELMAN de justificar lo preferible es el concepto de racionalidad que aquí se reivindica. Por lo tanto, lo valioso de la crítica de PERELMAN a la lógica formal clásica radica, y es válido hoy en día, en que establece con claridad que no se debe confundir la validez de un razonamiento con la idea de verdad de ese razonamiento. La validez puede ser reconocida por la lógica, pero la verdad del razonamiento depende absolutamente de la intensidad de la adhesión del auditorio a las premisas ofrecidas.

TOULMIN, en este sentido, agrega un nuevo elemento al reconocer que la argumentación tiene características que son propias de cada campo del saber y que, por lo tanto, la demostración solo es válida para las matemáticas y la geometría y es irrelevante para otros campos.

Dice TOULMIN:³

En Descartes, como en Platón, las conexiones geométricas del ideal analítico están suficientemente claras. La idea de que los argumentos sustanciales contienen “lagunas lógicas”, con su sospecha implícita de todos los saltos de tipo, es una consecuencia natural del hecho de medir dichos argumentos con varas diseñadas para las matemáticas puras.

Luego concluye:

Sin embargo, los saltos de tipo y las diferencias de campo son nuestro punto de partida y nunca podemos alejarnos del todo de ellos: las transiciones de tipo entre nuestras conclusiones y su información de apoyo no son lagunas ni deficiencias, sino rasgos característicos de nuestros propios campos de argumentación.

Por lo tanto, en la lógica formal el fin es la demostración de la validez del razonamiento y esta validez “depende exclusivamente de su forma, independientemente de su contenido y del valor de verdad de sus proposiciones”.⁴ Mientras tanto, en la argumentación y en la argumentación jurídica retórica, el fin es la búsqueda de la adhesión del auditorio a las premisas. En el caso de la lógica, la acción se acaba en el acto mismo: una vez demostrada la conclusión se agota el fin. En la argumentación jurídica retórica, una vez demostrada la premisa sigue lo más importante, que es la adhesión del auditorio a esa premisa. La argumentación

³ TOULMIN, Stephen E., *Los usos de la argumentación*, Península, Barcelona, 2003, p. 315.

⁴ CAMPAGNA, María Cristina, y LAZZERETTI, Adriana, *Lógica, argumentación y retórica*, Biblos, Buenos Aires, 1998, p. 36.

jurídica retórica se caracteriza, sustancialmente, por que busca una respuesta del auditorio al que se dirige, y generalmente la respuesta que busca es mover a la acción a ese auditorio, mientras que la demostración no busca respuesta, se agota en sí misma. La acción que busca la argumentación jurídica retórica ante el auditorio judicial es que el juez se adhiera a sus premisas, pero, fundamentalmente, que exprese de manera manifiesta esa adhesión al dictar una sentencia favorable al hablante.

Por ello, la validez de un argumento se mide solo y exclusivamente por su capacidad de movilización: si moviliza al auditorio es válido, si no lo hace es un argumento débil. Las características por medio de las cuales el orador logra la movilización del auditorio dependen de muchas circunstancias, tanto del auditorio mismo como de sus características personales y del uso adecuado del discurso. Pero, independientemente de ello, lo importante del argumento radica en la capacidad del orador de explotar conscientemente lo que TOULMIN denomina los *rasgos característicos de nuestros propios campos de argumentación*.

Ahora bien, aunque coincido con PERELMAN en que el objetivo del discurso jurídico es argumentar en el sentido de buscar la adhesión del auditorio a sus ideas, en oposición a demostrar, no menos verdad es que ese discurso jurídico retórico solo será eficaz si construye y utiliza funciones retóricas —u objetivos retóricos—, como también se las puede denominar. Las funciones retóricas del discurso jurídico, para mí, son las acciones del lenguaje sobre el lenguaje que hacen posible que un auditorio jurisdiccional se adhiera a nuestros argumentos. Es decir —y esta es la diferencia con PERELMAN—, la fuerza de un argumento no radica en lo que dice (demuestra), sino que la fuerza de un argumento ante un auditorio jurisdiccional determinado radica en cómo dice lo que dice. Para PERELMAN el poder de un argumento se manifiesta tanto en la dificultad que supondría rechazarlo como en sus propias cualidades, mientras que para mí la fuerza de un argumento jurídico retórico radica en cómo se construyen las acciones del lenguaje sobre el lenguaje para presentarlas a auditorios judiciales, en función de la calidad de la información (prueba) de que se disponga y en función de los objetivos procesales que se persigan.

En conclusión, desde la argumentación jurídica retórica, no se trata entonces de buscar la adhesión del auditorio, como lo plantea PERELMAN, sino de construir un argumento jurídico que retóricamente convenza, persuada o seduzca, porque estas acciones retóricas llevan a la acción —en este caso de auditorio jurisdiccional—, a manifestar el acuerdo en una sentencia judicial. Mientras que la adhesión se puede ofrecer tácitamente, el convencer, persuadir o seducir siempre lleva consigo el mover a la acción al oyente.

Por lo tanto, la fuerza de un argumento jurídico en juicio radica en cómo se construye retóricamente el discurso jurídico para convencer, persuadir o seducir al auditorio judicial y que este actúe en consecuencia validando en la sentencia las premisas del abogado.

Para mí las funciones retóricas del discurso jurídico argumentativo son tres: convencer, persuadir y seducir.

2.

LAS FUNCIONES RETÓRICAS DEL DISCURSO JURÍDICO

Para el *Diccionario* de la Real Academia Española, *convencer* es: “1. Incitar, mover con razones a alguien a hacer algo o mudar de dictamen o comportamiento. | 2. Probar una cosa de manera que racionalmente no se pueda negar”.

Para MOLINER,⁵ *convencer* proviene del latín *convincere*, compuesto por *vincere* (‘vencer’): “conseguir con razones que alguien se decida a hacer cierta cosa”. Sin embargo, establece como primera palabra afín *persuadir*.

El concepto *convencer* aparece asociado a los conceptos de razón y racionalidad para modificar una conducta o una opinión.

El concepto *persuadir* se define como “Inducir, mover, obligar a uno con razones a creer o hacer una cosa”.

MOLINER, por su parte, define *persuadir* como “hacer con razones que alguien acabe por creer cierta cosa”.

Las dos definiciones de *persuasión* hacen referencia a ofrecer razones y las dos hacen referencia a que lo que se espera de estas razones es que el sujeto crea. Mientras que en *convencer* las razones ofrecidas tienen como fin que el sujeto haga algo, en la *persuasión* las razones son para que el sujeto crea algo. Ambos conceptos ofrecen razones, pero, al parecer, el objetivo perseguido por ambos es distinto: en un caso es hacer y en el otro es creer.

COROMINAS,⁶ por su parte, define el concepto *persuadir* como ‘dar a entender’.

ABAGNANO⁷ afirma que *persuasión* es una creencia cuya certeza se apoya sobre todo en bases subjetivas —o sea, privadas— e incommunicables. La convicción es comunicable y la persuasión no; por ello su carácter emotivo, dado que apela a motivos no racionales. La

⁵ MOLINER, María, *Diccionario de uso del español*, Gredos, Madrid, 1990.

⁶ COROMINAS, Joan, *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*, Gredos, Madrid, 1985.

⁷ ABAGNANO, Nicola, *Diccionario de filosofía*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.

persuasión es una argumentación que pretende ser válida solo para un auditorio particular, mientras que convincente es la argumentación que puede obtener la adhesión de todo ser racional. La deuda mayúscula con PERELMAN en esta definición de *persuasión* es evidente y expresada por el autor.

Para PERELMAN,⁸ “persuasiva es la argumentación que solo pretende servir para un auditorio particular y convincente es la argumentación que se supone que obtiene la adhesión de todo ente de razón”. La validez de esta caracterización radica en que el autor asocia el persuadir con la búsqueda de un resultado específico del orador ante un auditorio determinado.

La persuasión tiene como fin el mover a la acción a un auditorio: si se logra el propósito (la acción) se habrá persuadido. En cambio, el convencer tiene como fin manifiesto la demostración de las premisas. El orador que pretende convencer no busca la acción del auditorio sino que su objetivo es asegurar el carácter racional de la adhesión a sus premisas por parte del auditorio universal entendiendo por auditorio universal el formado por todos los hombres racionales, educados formalmente y con sentido común. Así, la persuasión persigue la acción del auditorio particular como resultado de la argumentación. El convencer, por el contrario, tiene como objetivo ofrecer razones que demuestren la validez del argumento y que valgan para todo ser de razón, que son los integrantes del auditorio universal.

Lo que en realidad está en juego en las definiciones de *convencer*, *persuadir* y *seducir* es el problema de la verdad como verificación. El positivismo lógico nos heredó la pretensión de que el significado de un enunciado radica en su método de verificación. De la pretendida verificación del enunciado se deriva la concepción semántica de la verdad de TARSKI, que afirma que la proposición “la nieve es blanca” es verdadera si y solo si la nieve es blanca. El principio de verificación como criterio empirista para reconocer el significado está asociado a la idea de que el lenguaje es un instrumento para describir la realidad. Esta concepción del lenguaje legitima la definición del concepto *convencer* como demostración. Pero hay que hacer una precisión: mientras que el método de la comprobación de la verdad del significado está contenido en el enunciado mismo, el método de la comprobación en el *convencer* es externo porque su objetivo es hacer patente el método de la demostración, pero ahora como un argumento convincente.

⁸ PERELMAN y OLBRECHTS-TYTECA, o. cit., p. 67.

Con respecto a la relación entre verdad y lenguaje Victoria CAMPS⁹ afirma, refiriéndose a WITTGENSTEIN:

Nuestra forma de hablar es correcta, no porque representa mejor o peor la realidad (esa es la confusión que según él provocó la controversia entre realistas e idealistas) sino porque “cumple su oficio”, funciona. No hay una visión verdadera, real, del mundo, sino distintas interpretaciones con fines también distintos. [...] No diremos, pues, que un acto lingüístico es verdadero o falso, sino que está bien o mal realizado, que el lenguaje se usa bien o mal en su contexto.

La estructura discursiva que respalda estas afirmaciones de CAMPS son las oraciones performativas, que en lugar de valores de verdad tienen diversas condiciones que se refieren al hecho de ser apropiadas para un uso determinado. Así, la oración “te condeno a 30 días de cárcel” solo puede ser empleada por quien tiene la facultad legal para emitir eficazmente esa oración. Las condiciones estructurales de las oraciones performativas son: tener el sujeto en primera persona, los complementos directos e indirectos en segunda persona, ser afirmativas, estar en tiempo presente y que su verbo principal sea verdadero (y es verdadero porque es ofrecido por quien debe cumplirlo): *te condeno* (el juez penal), *te prometo* (el amante), *doy a este barco el nombre de Jasón* (el padrino), *yo los declaro* (el juez civil).

Y el enunciado es adecuado a nuestra discusión dado que el lenguaje no tiene como objeto la lógica (la demostración) sino que su objeto manifiesto, en primera instancia, es la intencionalidad comunicativa; por ello su análisis debe ser desde la retórica. No se trata, entonces, de entender al lenguaje como un instrumento de la demostración, sino como una estrategia de expresión de la intencionalidad del hablante en el juicio legal. Esta intencionalidad se perfecciona por medio de los recursos retóricos que tienen como objeto la búsqueda de la adhesión a sus intencionalidades, ya sea convenciendo, persuadiendo o, simplemente, seduciendo.

De lo anterior se deriva que el *convencer* pretende demostrar estableciendo una firme relación entre la palabra y el objeto y desarrollando el nivel denotativo del signo lingüístico. Sin embargo, la *persuasión*, que es el verdadero acto retórico, construye su afirmación desde la pertinencia del lenguaje (desarrollando firmemente el nivel connotativo del lenguaje) con el contexto en el que se encuentra porque, como afirma PERELMAN,¹⁰ son los “medios discursivos los que sirven para obtener la adhesión del auditorio”. Un discurso persuasivo es pertinente a su contexto porque utiliza el léxico temporal de su auditorio: la identidad no radica

⁹ CAMPS, Victoria, *Pragmática del lenguaje y filosofía analítica*, Península, Barcelona, 1976, p. 127.

¹⁰ PERELMAN y OLBRECHTS-TYTECA, o. cit., p. 39.

en lo que se dice sino en cómo se dice, en el vocabulario común entre orador y auditorio. El convencer está asociado a la demostración misma, y si esta convence a otro le es indiferente porque su función se agota en la demostración de la verdad de las premisas, mientras que la persuasión solo está asociada a la adhesión del auditorio al que está dirigida.

3.

LA SEDUCCIÓN: LA RACIONALIDAD RETÓRICA

El *logos* ofrece buenas razones para convencer; es decir, estas buenas razones son la verdad de las premisas; por lo tanto, de premisas verdaderas se pueden deducir consecuencias verdaderas. Sin embargo, al decir de WITTGENSTEIN,¹¹ “al final de las razones viene la persuasión”, pero debemos reconocer que al final de la persuasión viene la seducción, la seducción como una de las maneras que tiene la argumentación de presentarse en la retórica.

Seducir es definido por el *Diccionario* de la Real Academia Española como:

1. engañar con arte y maña; persuadir suavemente al mal. [...] 3. Embargar o cautivar el ánimo.

Seducir para MOLINER es:

[...] persuadir a alguien con promesas o engaños a que haga cierta cosa, generalmente mala o perjudicial.

El concepto de engaño y de mal está asociado indisolublemente al vocablo *seducción*. Un ejemplo claro de esta concepción de la seducción como instrumento para el engaño y el mal es, en *El paraíso perdido* de MILTON,¹² la referencia a Belial:

Del lado opuesto se levantó Belial, con su continente más gracioso y más humano. Los cielos no han perdido criatura más hermosa: parecía haber sido creado para las dignidades y los más grandes hechos; pero en él todo era ficción y vanidad, por más que su lengua destilase maná y por más que hiciera pasar el peor dictamen por el mejor, embrollando y desconcertando los planes mejor concebidos, porque sus pensamientos eran bajos; ingenioso para el vicio, pero temeroso y lento para las acciones más nobles; sin embargo de esto, halagaba los oídos y con un acento persuasivo,

¹¹ Citado por CAMPS, o. cit., p. 127.

¹² MILTON, John, *El paraíso perdido*, Porrúa, México, 1978.

empezó de esta suerte: [...] De este modo aconseja Belial, con palabras disfrazadas bajo el manto de la razón, un innoble reposo, una bajeza indigna, pero no la paz.

Luego, agrega MILTON esta descripción de la elocuencia como elemento inherente del discurso retórico:

Con discursos más suaves todavía (porque la elocuencia encanta al alma, así como la música a los sentidos), otros, sentados aparte en una montaña, emitían pensamientos más elevados acerca de la Providencia, la presencia, la voluntad y el destino; [...].

El seducir se ofrece como sinónimo de persuadir: ofrecer razones para hacer creer algo a alguien. Tiene, además, un fin malo, perjudicial. Este fin se consigue porque se ofrecen las razones con *engaño*, *arte*, *maña*, *promesas*, y se ponen en escena *engaños* con el fin de seducir. PASCAL¹³ se refiere a lo anterior de la siguiente manera:

Magistrados han conocido bien este misterio. Sus togas rojas, los armiños en los que se envuelven como gatos, los palacios donde juzgan, las flores de lis, todo este aparato augusto era muy necesario, y si los sacerdotes no tuvieran sotanas y mulos, y los doctores no usaran bonetes cuadrados y togas demasiado amplias, de cuatro partes, jamás hubieran engañado al mundo, que no puede resistir esta auténtica ostentación. Si tuvieran la verdadera justicia, y si los médicos tuvieran el verdadero arte de curar, no tendrían que llevar bonetes cuadrados. La majestad de esas ciencias sería lo suficientemente venerable en sí misma, pero, no teniendo más que ciencias imaginarias, es preciso que tomen esos vanos instrumentos que llaman a la imaginación, con la cual tienen relación y por ahí, en efecto se atraen el respeto. Solo los guerreros no se disfrazan de esa guisa, porque su papel es, en efecto, más esencial. Estos se imponen por la fuerza, los otros por el disimulo.

La seducción, al parecer, es una persuasión (ofrecer razones con promesas y engaños) con el fin de que alguien haga cierta cosa mala. El peligro de la seducción por medio del lenguaje queda expresado en la escultura denominada *Piedra de Sol* de los aztecas: al centro se encuentra la cara del dios Sol; su boca está abierta y su lengua colgando; su lengua es un cuchillo de obsidiana, el mismo cuchillo que les servía a los aztecas para arrancar el corazón de la víctima. La seducción es, pues, una lengua de cuchillo de obsidiana que sirve para arrancarle el corazón al seducido y dejarlo descorazonado.

En una descripción general del concepto de seducción se puede constatar que el primer aspecto radica en que se lo asocia con engaño, falsas promesas y buscar el mal del otro.

¹³ PASCAL, Blaise, *Pensamientos*, Alianza, Madrid, 1986, p. 32.

Un ejemplo histórico de esta concepción de la seducción se encuentra en el canto XII de la *Odisea*,¹⁴ cuando Circe le advierte a Ulises que puede gozar la seducción pero no dejarse convencer, persuadir o adherirse a las ideas de las sirenas:

Lo primero que encuentres en ruta será a las Sirenas, que a los hombres hechizan venidos allá. Quien incauto se les llega y escucha su voz, nunca más de regreso el país de sus padres verá ni a la esposa querida ni a los tiernos hijuelos que en torno le alegren el alma. Con su aguda canción las Sirenas lo atraen y lo dejan para siempre en sus prados; la playa está llena de huesos y de cuerpos marchitos con piel agostada. Tú cruzas sin pararte y obturas con masa de cera melosa el oído a los tuyos: no escuche ninguno aquel canto; solo tú lo podrás escuchar si así quieres, mas antes han de atarte de manos y pies en la nave ligera. Que te fijen erguido con cuerdas al palo: en tal guisa gozarás cuando dejen oír su canción las Sirenas. Y si imploras por caso a los tuyos o mandas te suelten, te atarán cada vez con más lazos. Al cabo tus hombres lograrán rebasar con la nave la playa en que viven esas magas.

Pero la advertencia no es suficiente para comprender la seducción: hay que sufrirla en el cuerpo y reprimirse para poder avanzar hacia el destino final. La seducción se aparece como una condición necesaria para arribar al destino final; es una barrera, pero es también una prueba de racionalidad del héroe: no sucumbir a la seducción es la certeza de cumplir con el destino final. El segundo aspecto de la seducción es la experiencia misma de la seducción, como la vivida por Ulises al oír el canto.¹⁵ Así describe HOMERO los preparativos de los marineros para enfrentar la poderosísima seducción de las sirenas:

Entretanto la sólida nave en su curso ligero se enfrentó a las Sirenas: un soplo feliz la impelía, mas de pronto cesó aquella brisa, una calma profunda se sintió alrededor: algún dios alisaba las olas. Levantáronse entonces mis hombres, plegaron la vela, la dejaron caer en el fondo del barco y, sentándose al remo, blanqueaban de espumas el mar con los palos pulidos. Yo entretanto cogí el bronce agudo, corté un pan de cera y, partiéndolo en trozos pequeños, los fui pellizcando con mi mano robusta: ablandáronse pronto, que eran poderosos mis dedos y el fuego del sol en lo alto. Uno a uno a mis hombres con ellos tapé los oídos y, a su vez, a la nave me ataron de piernas y manos en el mástil, derecho, con fuertes maromas y, luego, a azotar con los remos volvieron el mar espumante.

Una vez que los varones se protegieron de la feroz amenaza, aparecieron las suaves sirenas:

Ya distaba la costa no más que el alcance de un grito la nave crucera volaba, mas bien percibieron las Sirenas su paso y alzaron su canto sonoro: “Llega acá, de los dánaos honor, gloriosísimo Ulises, de tu marcha refrena el ardor para oír nuestro canto, porque nadie en su negro bajel pasa aquí

¹⁴ HOMERO, *Odisea*, Gredos, Madrid, 1998, p. 286.

¹⁵ *Ibíd.*, p. 290.

sin que atienda a esa voz que en dulzores de miel de los labios nos fluye. Quien la escucha contento se va conociendo mil cosas: los trabajos sabemos que allá por la Tróade y sus campos de los dioses impuso el poder de los troyanos y argivos y aun aquello que ocurra doquier en la tierra fecunda”.

Las sirenas seducen, mientras el hombre sufre emocionalmente y resiste racionalmente:

Tal decían exhalando dulcísima voz y en mi pecho yo anhelaba escucharlas. Frunciendo mis cejas mandaba a mis hombres soltar mi atadura; bogaban doblados contra el remo y en pie Perímedes y Euríloco, echando sobre mí nuevas cuerdas, forzaban cruelmente sus nudos. Cuando al fin las dejamos atrás y no más se escuchaba voz alguna o canción de Sirenas, mis fieles amigos se sacaron la cera que yo en sus oídos había colocado al venir y libráronme a mí de mis lazos.

El tercer aspecto de la seducción radica en el miedo a ser seducido y, de esta manera, ser llevado al mal en contra de nuestra voluntad. El ser seducido es un eximente de responsabilidad; se dice: “el sujeto no quería cometer el delito, fue seducido a ello, fue llevado al mal por medio de falsas promesas y engaños”; “ella no quería, pero él la sedujo”; “él se negaba, pero fue seducido con dinero”, etcétera. La seducción es el argumento exculpatorio predilecto de los vencidos.

Dice BAUDRILLARD¹⁶ al respecto:

El miedo de ser seducido. Si bien la seducción es una pasión o un destino, es la pasión inversa la que triunfa más a menudo: la de no ser seducido. Luchamos por fortalecernos en nuestra verdad, luchamos contra el que quiere seducirnos. Renunciamos a seducir por miedo a ser seducidos. Todos los medios son buenos para escapar de ello. Van desde seducir al otro sin tregua para no ser seducidos hasta hacer como si uno estuviera seducido para poner término a cualquier seducción.

El cuarto aspecto de la seducción es el discurso mismo de la seducción. La defensa de Otelo¹⁷ ante el delito de seducción del que lo acusa Brabancio pone en evidencia la estructura analógica de la seducción.

Brabancio.— ¡Mi hija! ¡Oh, mi hija!

Dux y senadores.— ¿Muerta?

Brabancio.— ¡Sí, para mí! Ha sido seducida, me la han robado y pervertido con sortilegios y medicinas compradas a charlatanes, pues la naturaleza, no siendo ella imbecil, ciega o coja de sentido, no podría haberse engañado tan descabelladamente sin el auxilio de la brujería.

¹⁶ BAUDRILLARD, Jean, *De la seducción*, Cátedra, Madrid, 2001, p. 113.

¹⁷ SHAKESPEARE, William, *Obras completas*, Aguilar, Madrid, 1991, p. 368.

Ante esta denuncia Otelo se dispone a convencer, persuadir y seducir al dux y a los senadores de que no es culpable de tal delito. El discurso de Otelo tiene como objetivo jurídico lograr la exculpación del delito del que se lo acusa y que esa exculpación quede claramente reconocida por el jurado que los juzga, conformado por el dux y los senadores. La argumentación jurídica retórica de Otelo es la construcción de un discurso que está constituido por las funciones retóricas del convencer, el persuadir y el seducir. Otelo construye su discurso de defensa —su verdad— sobre la trama discursiva de los diálogos de Otelo con Brabancio y Otelo-Desdémona. El contexto lingüístico no es referencial (objetual), sino que es un contexto dialógico y narrativo. Es decir, el discurso de Otelo se sostiene y desarrolla en palabras que se refieren a palabras. Las palabras *entre* las palabras (los discursos de Brabancio y los discursos de Desdémona) son el mundo referencial del discurso retórico de Otelo, dado que el acusado realiza acciones del lenguaje —su discurso exculpatorio— sobre el lenguaje que narra las discursividades de los otros hablantes.

Así comienza el discurso retórico de defensa jurídica de Otelo:

Otelo.— [...] es por demás cierto que me he llevado la hija de este anciano; es cierto que me casé con ella; la verdadera cabeza y frente de mi crimen tiene esta extensión, no más. Soy rudo en mis palabras y poco bendecido con el dulce lenguaje de la paz, pues desde que estos brazos tuvieron el desarrollo de los siete años, salvo durante las nueve postreras lunas, han hallado siempre sus más caros ejercicios en los campos cubiertos de tiendas. Y fuera de lo que concierne a las acciones guerreras y a los combates, apenas puedo hablar de este vasto Universo. Por consiguiente, poco embelleceré mi causa hablando de mí mismo.

Una vez aceptados los hechos, que no el delito, Otelo ofrece al jurado sus motivaciones por medio de la narración. En este caso, la narración de los hechos no tiene la función de informar de lo acaecido, sino de ser el contexto a partir del cual Otelo actuó de tal manera. No sedujo, no engañó con arte y maña, sino que actuó en consecuencia. Así presenta la exculpación:

No obstante, con vuestra graciosa autorización, os haré llanamente y sin ambages el relato de la historia entera de mi amor. Os diré qué drogas, qué encantos, qué conjuros, qué mágico poder, pues de tales procedimientos se me acusa, he empleado para seducir a su hija. [...].

Esta es la narración de lo sucedido, significa que esta es la interpretación de los hechos desde la interpretación de los discursos por los hablantes: Otelo interpreta el discurso de Brabancio y de Desdémona, Desdémona interpreta el discurso de Otelo y Brabancio interpreta el discurso de Otelo. Cada uno escucha las mismas palabras, pero cada uno interpreta de manera diferente las mismas palabras.

Su padre me quería; me invitaba a menudo; interrogábame siempre sobre la historia de mi vida, detallada año por año; acerca de las batallas, los asedios, las diversas suertes que he conocido. Yo le contaba mi historia entera, desde los días de mi infancia hasta el momento mismo en que me mandaba hablar. Le hacía relación de muchos azares desastrosos, de accidentes patéticos por mar y tierra; de cómo había escapado por el espesor de un cabello de una muerte inminente; de cómo fui hecho prisionero por el insolente enemigo y vendido como esclavo; de cómo me rescaté y de mi manera de proceder en mi historia de viajero. Entonces necesitaba hacer mención de vastos antros y de desiertos estériles, de canteras salvajes, de peñascos y de montañas cuyas cimas tocaban el cielo, y hacía de ellos la descripción.

La secuencia narrativa de lo acaecido por Otelo también es una interpretación que se ofrece como lo único que puede ser un relato: como verdad.

Luego hablaba de los caníbales, que se comen los unos a los otros, los antropófagos, y de los hombres que llevan su cabeza debajo del hombro.

Quien enuncia el discurso tiene uno o dos auditorios, el orador elige o el auditorio manifiesto y el auditorio latente o solo el auditorio presente. El orador sabe que al hablar a uno está hablando a otros y dice cosas para que el otro entienda, aunque lo escuche este. El orador elige su auditorio, como Otelo eligió —sorpresivamente— al auditorio de Desdémona cuando en realidad se dirigía a Brabancio originalmente. Elegir los auditorios significa elegir qué se persigue con uno u otro. El discurso que convence, persuade y seduce de Otelo dirigido al auditorio de Brabancio le asegura la contratación como militar, es decir, logra mover a la acción —contratación militar—, pero el discurso que convence, persuade y seduce dirigido al auditorio de Desdémona le asegura la adhesión del amor.

Desdémona parecía singularmente interesada por estas historias, pero las ocupaciones de la casa la obligaban sin cesar a levantarse; las despachaba siempre con la mayor diligencia posible, luego volvía y devoraba mis discursos con un oído ávido. Habiéndolo yo observado, elegí un día una hora oportuna y hallé fácilmente el medio de arrancarle del fondo de su corazón la súplica de hacerle por entero el relato de mis viajes, de que había oído algunos fragmentos, pero sin la debida atención. Accedí a ello y frecuentemente le robé lágrimas, cuando hablaba de algunos de los dolorosos golpes que habían herido mi juventud.

La eficacia retórica del discurso que convence, persuade y seduce se refleja en que el auditorio se adhiere a las premisas del hablante desde la acción, desde un hacer, que en este caso es el montón de suspiros y el amor que desemboca en una acción determinada, como el casamiento de Desdémona y Otelo.

Acabada mi historia, me dio por mis trabajos un mundo de suspiros. Juró que era extraño, que, en verdad, era extraño hasta el exceso, que era lamentable, asombrosamente lamentable; hubiera deseado no oírlo, no obstante anhelar que el Cielo creara para ella semejante hombre. Me dio las gracias y me dijo que, si tenía un amigo que la amara, me invitaba a contarle mi historia y que ello bastaría para que se casase con él. Animado con esta insinuación, hablé. Me amó por los peligros que había corrido, y yo la amé por la piedad que mostró por ellos. Esta es la única brujería que he empleado.

Desdémona pudo haber dicho: “yo quiero ser lo que Otelo representa” o “yo quiero para mí los predicados de aquel sujeto”. Y la prueba irrefutable de esta estructura analógica de la seducción es la frase de Desdémona en la que solicita acompañar a Otelo a la guerra:

Así, caros señores, si se me deja aquí como una falena de paz, mientras él marcha a la guerra, se me priva de participar en los ritos de esta religión de la guerra por la cual le he amado [...].

Otelo no seduce a Desdémona, es Desdémona la que quiere ser seducida porque ella ama *los ritos de esta religión de la guerra* y quien encarna con devoción y éxito esos ritos es Otelo. Desdémona hace posible su amor por *los ritos de la guerra* al realizar los ritos del amor con Otelo. Desdémona declara que ama a Otelo porque es un guerrero, guerrero que ella quiere ser. Poseer a Otelo es poseer su historia de guerrero.

Si el seductor es siempre un fracasado y el triunfador es siempre la víctima, porque le impone al seductor su deseo con apariencia de derrota, entonces puedo intentar comprender la seducción en el discurso jurídico desde una perspectiva diversa a la descripción generalizada. A pesar de la excesiva carga negativa del concepto, intentaré reflexionar sobre la seducción desde la perspectiva de la estructura argumentativa y no desde la perspectiva moral en la que se encuentra generalmente.

La seducción ofrece cautivar, encantar, fascinar, embelesar, es decir, *sus buenas razones* son emociones que apelan a las emociones del auditorio. La seducción se construye desde la dimensión expresiva del lenguaje, mientras que el convencer se construye desde la dimensión denotativa (argumental) del lenguaje. La razón no está indisolublemente asociada a la verdad ni la seducción está asociada irremediabilmente a la idea de engaño. Considero que una y otras están asociadas a funciones del lenguaje diferentes y que la dimensión ética del argumento es un punto de vista del hablante, no una condición de lo retórico. De lo anterior se deduce que asociar la argumentación desde la seducción como algo moralmente reprochable no es sostenible dado que este argumento resalta la dimensión expresiva del

lenguaje y desarrolla el argumento analógico como argumento legitimador. Esto es, establece una analogía entre los sentimientos del hablante y los sentimientos del auditorio.

La eficacia de la seducción radica en ofrecer los propios sentimientos como referentes, mismos referentes que se pretende que el auditorio acepte como propios ya que (y por ello) coinciden con los suyos, coinciden con su experiencia personal. La seducción es exitosa porque los sentimientos del hablante son reconocidos como propios por el auditorio. La seducción no es engaño: el engaño es el engaño; se parte de premisas falsas para ofrecer consecuencias falsas. La seducción no parte de premisas falsas; por el contrario, la seducción parte de premisas emocionalmente verdaderas del hablante y no necesariamente pragmáticamente verdaderas. Emocionalmente verdaderas quiere decir premisas que derivan de sus convicciones personales, de sus deseos, de sus valoraciones subjetivas, de sus experiencias intersubjetivas con unas personas sí y con otras personas no. El sujeto no tiene razones probadas para afirmar algo, pero *sabe, siente, está convencido, intuye, confía* por su relación, por su experiencia, por lo que siente al verlo, etcétera, en que hay otra manera de entender esa cosa que no pasa por la prueba objetiva: “No tengo pruebas sobre la inocencia de X, pero lo conozco y sé que es incapaz de haber cometido ese delito, y lo sé porque sus ojos están llenos de futuro”. Esto y nada es lo mismo, pero esta experiencia subjetiva puede encontrar una recepción cálida en parte del auditorio.

La seducción es adjudicar al enunciado una carga afectiva en la dimensión expresiva del lenguaje como pretensión de verdad. La conclusión seduce porque lo que se ofrece al auditorio es compartir, analógicamente, los mismos sentimientos. Dado que el argumento analógico es la búsqueda de predicados comunes entre dos entes diferentes, los sentimientos del hablante y del auditorio se encuentran, se identifican, porque el hablante por medio del cautivar, encantar, fascinar y embelesar hace evidente la coincidencia entre sus sentimientos y los sentimientos del auditorio. El argumento de la seducción es verdadero porque el paradigma de la verdad está en el auditorio. Si este se reconoce en los sentimientos del hablante, habrá seducción; si no se reconoce en esos sentimientos, no hay seducción. La seducción se da por la aceptación del otro, no solo por las artes del seductor. El argumento del seductor y, por ende, la acción del seductor radican en la búsqueda de predicados comunes entre sus sentimientos y los sentimientos del auditorio. La analogía es su única técnica argumentativa: *yo soy tú, o si no fuera contigo no sería con nadie*; eso puede no ser verdad, pero es lo que el receptor quiere oír y es posible que eso sea lo que el hablante siente en el momento de la enunciación retórica.

De esta manera, el temor a ser seducido quiere decir el temor a reconocer sus propios deseos, el temor a reconocer el mal, el engaño, etcétera. El miedo a ser seducido se debe a que

el sujeto se reconoce en sus deseos reprimidos, o en sus buenos deseos: si lo sedujo es porque quería ser seducido. La seducción no es un argumento exculpatorio; por el contrario, es un argumento inculpatario porque la seducción prueba que el seducido quería ser seducido.

Desde PLATÓN hasta nuestros días, todos los teóricos que le tienen miedo a la seducción, y por ende le tienen miedo a la retórica, en realidad les tienen miedo a sus propios deseos. Temen reconocer en el mal del otro el mal propio. La seducción es el detonante de los deseos propios. Las *artes y mañas* del seductor solo alcanzan para detonar el torrente irrefrenable del deseo del seducido. No es la seducción ni la retórica lo que se estigmatiza, sino que se estigmatizan los propios deseos. Los recursos retóricos son catalizadores de los deseos del auditorio ya que los hacen manifiestos en sus acciones, como en la sentencia por parte del juez.

El juez no sentencia al procesado, sino que *se* sentencia, esto es, del valor moral que el juez adjudica a tal o cual delito depende la pena que impone: si la violación le parece personalmente un acto grave, entonces impondrá al otro lo que se impone a sí mismo, es decir, la gravedad o lo contrario. Son sus valores personales los que diariamente está juzgando.

La seducción en el discurso jurídico es la racionalidad retórica por excelencia; ofrece razones, demuestra, convence, persuade, mueve a la acción, refuta, siempre desde la identidad entre el orador y el auditorio. Esa es su razón suficiente: la identidad entre orador y auditorio, no la verdad de las premisas. Esa razón se construye formalmente desarrollando la técnica de la analogía en el discurso retórico.

4.

CONVENCER, PERSUADIR Y SEDUCIR: UNA CARACTERIZACIÓN RETÓRICA

Convencer es aportar buenas razones y esto quiere decir proponer razones verdaderas al auditorio judicial para su convencimiento. Para ello se utiliza el argumento deductivo, que consiste en proponer una verdad y de ella deducir otra verdad. Esto es posible dado que se asegura la conclusión por medio de dos operadores. El primero, la verdad, y la aceptación de dicha verdad por parte del auditorio, en la premisa mayor. En segundo lugar, el proceso de deducción es correcto porque se aplican una serie de condicionamientos formales que dan como resultado lo correcto del razonamiento y se autocorrigen en caso de violación de las reglas. El convencer se construye desde el lenguaje objeto, es decir, el discurso apela a la denotación de

la palabra. La verdad del convencer radica en que describe la cosa y esa descripción la ofrece como verdad. Técnicamente, el discurso jurídico que convence opera la deducción retórica —no lógica— en dos esferas: una, la esfera de la ley, y dos, la esfera fáctica. Deduce de una premisa legal (lo legal se ofrece como verdad cuando en realidad la premisa legal con la que se trabaja es una interpretación de la textualidad de la ley) y una acción fáctica que es el resultado de una interpretación narrativa; de lo anterior se ofrece una conclusión deductiva en la que se establece la responsabilidad u obligación o no de un sujeto de derecho.

Persuadir, por su parte, es ofrecer verdades probables. No hay inicialmente seguridad de la verdad general, pero sí se puede deducir la verdad de la conclusión si se parte de premisas particulares verdaderas o probables, o, dicho de otro modo, si se parte de narraciones probables porque son coherentes con lo sucedido y el sentido común. Se persuade porque se puede generalizar. Se persuade porque se puede demostrar que de una serie de afirmaciones particulares (y por lo tanto probablemente verdaderas) se puede llegar a una constante generalización que permite afirmar que la constante generalización es una verdad. La persuasión se construye desde el lenguaje objeto. La palabra apela al objeto. La verdad del persuadir radica en que generaliza una experiencia por medio de la repetición y a la repetición la ofrece como verdad.

Seducir es construir un discurso que demuestre la identidad entre los sentimientos del hablante y los sentimientos del auditorio. Se seduce cuando se ofrecen los sentimientos personales como referentes de los sentimientos del auditorio. La seducción se construye desde el metalenguaje. El referente del discurso del hablante es el discurso emocional del auditorio. El hablante se refiere a esos discursos emocionales comunes y no a ningún objeto material. La palabra de la seducción apela al sentido (*sentido* entendido como el significado que construye el receptor desde su experiencia personal) y no al significado propio del vocablo, apela a la carga emocional de las palabras del auditorio: *yo soy porque quiero ser tú*. La seducción pone en movimiento los factores irracionales de la conducta humana, los hace visibles y presentes para analógicamente reivindicar los mismos predicados entre el hablante y su auditorio. La seducción es un espejo donde el auditorio ve reflejado lo no expuesto, su mundo privado y oculto. La seducción revela lo velado. El discurso de la seducción estructura el mundo pasional del sujeto y lo vuelve razonable en el ámbito público. Son los modelos retóricos los que organizan los deseos personales para ofrecerlos como razonamientos razonables en el ámbito de lo público. La verdad de la seducción radica en que construye una relación de pertinencia entre sus sentimientos y valores y los sentimientos y valores del auditorio, y a esa relación de pertinencia la ofrece como verdad.

El convencer construye razones derivadas de la verdad de la premisa para demostrar esa verdad. La persuasión construye convicciones derivadas de las premisas particulares para demostrar su verdad. La seducción construye emociones derivadas de las emociones del auditorio y las ofrece como verdad.

En un ejercicio paródico, QUINTILIANO podría haber afirmado que cuando hay pruebas se debe *convencer* al juez, cuando las pruebas son débiles y escasas se debe *persuadir* al juez, y cuando se carece de pruebas se debe *seducir* al juez.

BIBLIOGRAFÍA

- ABAGNANO, Nicola, *Diccionario de filosofía*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.
- BAUDILLARD, Jean, *De la seducción*, Cátedra, Madrid, 2001.
- CAMPAGNA, María Cristina, y LAZZERETTI, Adriana, *Lógica, argumentación y retórica*, Biblos, Buenos Aires, 1998.
- CAMPS, Victoria, *Pragmática del lenguaje y filosofía analítica*, Península, Barcelona, 1976.
- COROMINAS, Joan, *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*, Gredos, Madrid, 1985.
- HOMERO, *Odisea*, Gredos, Madrid, 1998.
- MILTON, John, *El paraíso perdido*, Porrúa, México, 1978.
- MOLINER, María, *Diccionario de uso del español*, Gredos, Madrid, 1990.
- PASCAL, Blaise, *Pensamientos*, Alianza, Madrid, 1986.
- PERELMAN, Chaim, y OLBRECHTS-TYTECA, L., *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Gredos, Madrid, 1989.
- SHAKESPEARE, William, *Obras completas*, Aguilar, Madrid, 1991.
- TOULMIN, Stephen E., *Los usos de la argumentación*, Península, Barcelona, 2003.