

# EL RETORNO DE LA RETÓRICA

Por el Académico de Número  
Excmo. Sr. D. Gregorio Robles Morchón\*

## 1. EL RETORNO DE LA RETÓRICA

Desde la Antigüedad clásica hasta prácticamente el siglo XIX la Retórica formó parte de los planes o programas de formación de los jóvenes. La admiración por el discurso bien hecho hizo de ella una exigencia siempre vigente en una buena educación académica. Se consideraba que una persona culta debía dominar las técnicas de la exposición oral y de la escritura; sobre todo, si su intención era intervenir en la política o en cualquier otra actividad de carácter público, como era el caso de los juristas.

Con el término “Retórica” nos podemos referir a dos aspectos básicos: al acto de hablar y escribir bien; y, en segundo lugar, a la teorización de las técnicas adecuadas para conseguir hablar y escribir bien. En el primer sentido la Retórica designa una actividad. En el segundo, una teoría de dicha actividad. Esto, por lo demás no es privativo de la Retórica. Así, una cosa es el Derecho como actividad de los hombres en diversas facetas de su vida, y otra, la Teoría del Derecho. Una cosa es la economía, y otra, la Teoría económica.

De la retórica como actividad tenemos amplios testimonios en la literatura clásica. Baste ahora con recordar las obras de Homero, en las que la actividad retórica brilla con gran resplandor. La Teoría de la Retórica, o Retórica entendida como reflexión teórica, tiene su origen en Sicilia, en la Magna Grecia. Concretamente, de la mano de Córax y Tisias, personajes legendarios, de los

---

\* Sesión del día 1 de octubre de 2019.

cuales se discute si realmente existieron o incluso si era uno solo que polemizaba consigo mismo. Realidad o leyenda, lo que parece cierto es que, de manos de estos o de otros maestros, surgió en la Magna Grecia la afición no solo por hablar bien, sino también por teorizar sobre ello. La incidencia histórica daría pie a ello. Se cuenta que uno o varios tiranos conquistaron por la fuerza el sur de Sicilia y que, para contentar a sus huestes, privaron de sus tierras a sus legítimos propietarios y las repartieron entre sus esbirros. Al cabo de algunos años, los tiranos cayeron, y entonces se planteó el problema de devolver las tierras robadas a sus antiguos dueños, para lo cual se constituyeron tribunales *ad hoc* (formados por muchos miembros) ante los cuales los supuestos antiguos propietarios debían acreditar su justo título. Las condiciones para participar en estos juicios eran rigurosas: los demandantes debían defender personalmente sus demandas, sin intervención de representante ni abogado. Esto les planteó la cuestión, algo zozobante para todos ellos, de cómo dirigirse y hablar con soltura ante el tribunal. Fue entonces cuando aparecieron Corax y Tisias, maestros de Retórica, gracias a cuyas enseñanzas los legítimos propietarios, o al menos algunos de ellos, pudieron defender sus títulos ante el tribunal con la soltura y el convencimiento necesarios.

Se cuenta también que estos dos personajes gustaban de entretenerse con juegos de lenguaje, como una manera de diversión propia de quien enseña a hablar y a persuadir. Ha llegado hasta nosotros la siguiente anécdota. Córax era el maestro de Tisias, y este, como muestra de agradecimiento por las enseñanzas de su maestro, le hizo una promesa: los dineros que obtuviese con el primer pleito que ganara se los daría íntegramente a Córax, como pago por sus enseñanzas. Este último aceptó la promesa, complacido por la buena voluntad de su discípulo. Pasó el tiempo, y cuando Tisias se encontró que había llegado la hora de emanciparse, cambió de idea respecto de su promesa, y sin pensarlo dos veces, acudió a los jueces con la petición de que declarasen que él no debía nada a Córax. Argumentó así ante su maestro: si los jueces me dan la razón, no te deberé nada; y si no me la dan, tampoco, puesto que habré perdido el juicio. A esto, Córax, que debía tener más experiencia con las trampas del lenguaje, contestó: No es así, Tisias; si ganas el pleito porque los jueces te dan la razón, entonces me deberás pagar por haber ganado el pleito; y si lo pierdes, igualmente deberás pagarme lo que los jueces estipulen por ello.

Será, sin embargo, en Atenas donde la Retórica adquirirá un desarrollo extraordinario. Primero, gracias a las enseñanzas de los sofistas, y después, tras las polémicas entre los sofistas y Platón, sobre todo por la obra de Aristóteles.

Los sofistas aparecen en Atenas provenientes de otras regiones, el Asia Menor y la Magna Grecia. Forman un grupo heterogéneo de “intelectuales” (diríamos hoy), cuyo fondo ideológico común es el relativismo, tanto epistemológico como ético, y cuya actividad consiste precisamente en enseñar a los jóvenes a hablar en público. El contexto histórico, en el que este heterogéneo grupo de

pensadores florece y triunfa, es el propio de la democracia ateniense. Los ciudadanos, además de tener que hablar en la asamblea (*ecclesia*), que era la institución competente para adoptar decisiones políticas, debían defenderse personalmente ante los tribunales, si llegaba el caso de que, o bien eran acusados de algún acto ilícito, o bien eran ellos los acusadores. Tanto los discursos ante la *ecclesia*, como ante los tribunales, exigían una preparación retórica adecuada. En la *ecclesia* o asamblea de ciudadanos se debatían las cuestiones políticas de todo género, y aquel que deseaba hacer carrera política no tenía otro remedio que saber enfrentarse ante un nutrido y a veces poco amistoso auditorio, al cual se habría de dirigir para tratar de convencerle a favor de una u otra tesis. Por otra parte, los tribunales estaban formados asimismo por un número considerable de ciudadanos, entre 200 y 1500 miembros. Ante tan imponente audiencia, no era nada fácil hablar con seguridad y propiedad, al acusar a alguien o al defenderse de las acusaciones, y hacerlo con tal fuerza de persuasión que los miembros del tribunal dieran la razón al orador; las dificultades eran evidentes, mucho más si se tiene en cuenta que cada individuo debía defenderse por sí mismo, con sus propias palabras, sin posibilidad de recurrir a la representación de un abogado. Estas circunstancias especiales de la política y de la administración de justicia atenienses explican muy bien el éxito que tuvieron los sofistas, algunos de los cuales se denominaban a sí mismos “maestros de retórica”.

El hecho de que la retórica propia de los sofistas estuviera enlazada con el relativismo e incluso con el escepticismo, como era el caso de Gorgias, motivaría pronto la reacción. Tanto Sócrates, como Platón y Aristóteles, se posicionarían frente al relativismo y al escepticismo de la retórica sofística, reclamando la necesidad de vincularla a la ética. La retórica, desvinculada de la búsqueda de la verdad y de la ética, era, para estos grandes pensadores, absolutamente rechazable, un juego u ornato de palabras nada más, sin una sustancia objetiva que mereciese la atención. La gran obra de Aristóteles, titulada *Retórica*, marcaría en el futuro ese camino.

Los grandes teóricos de la Retórica en la antigüedad greco-romana son: Aristóteles, Cicerón y Quintiliano. Los tres defendieron la necesidad de vincular Retórica y Ética. El retórico debía ser un *vir bonus bene dicendi*, un hombre bueno que hablara bien. El paradigma de la Retórica vinculada con la Ética, y partir de San Agustín con la Religión y con la Teología, pasó a ser parte esencial de la *formación* de los alumnos en las Escuelas y en las Universidades. Así lo ilustran la distribución de las materias en el *ars trivium* (Gramática, Retórica y Lógica) y el *ars quadrivium* (Aritmética, Geometría, Astronomía y Música).

La Escolástica supo ser heredera de los clásicos greco-romanos, a la par que concilió sus esquemas de pensamiento con las exigencias propias de la Teología cristiana. La Retórica se incorporó de forma natural a los estudios universitarios y amplió sus campos de interés en diversos aspectos con el desarrollo de la Retórica sagrada, por una parte, y asimismo de la Retórica literaria,

centrada en el estudio de los tropos y figuras retóricas, embellecedoras del discurso, ya sea en prosa, ya en verso.

La Retórica clásica sufrió un retroceso con el triunfo del racionalismo a partir de Descartes, y fue arrinconada en cierto modo por el discurso matematizante. No obstante, siguió manteniendo vida propia, aunque sin el brillo de épocas anteriores. En líneas generales, puede afirmarse que a lo largo de la Edad Media y de la Moderna se acentuaron los aspectos ornamentales de la Retórica al vincularla con la Poética y, en general, con la Literatura.

Fue con la revolución generada por el positivismo a partir de finales del XVIII, cuando la Retórica entró en grave decadencia. Su prestigio se hundió al considerarla una actividad absolutamente alejada del paradigma positivista, y hasta llegar a considerarla como sinónimo de palabrería hueca, verbosidad que nada dice, floritura de la palabra con escaso contenido y menor fundamento. Este fenómeno de desgaste progresivo de la Retórica clásica se explica muy bien si se tienen en cuenta las exigencias epistemológicas propias del positivismo.

Los juristas, por lo general, suelen reducir el positivismo a una de sus manifestaciones: la del legalismo. Se desconoce de esta manera el amplio significado del positivismo como corriente científica y filosófica.

El positivismo, en este último sentido que es el que expresa mejor su significado, constituye un fenómeno intelectual de carácter general que va imponiéndose y de hecho se impone en gran medida a lo largo de todo el siglo XIX y buena parte del XX, en todas las esferas del saber, y cuyo núcleo esencial lo constituyen las Ciencias Naturales y las Matemáticas. El modelo de Ciencia, propio del positivismo, es la Física Matemática. Por eso al positivismo se le suele denominar también "fiscalismo". Sus postulados tienen el aspecto negativo de considerar que todas aquellas formas de conocimiento, o sea, de aproximación intelectual a cualquier realidad que no adopten los métodos de la Física, o no se le parezcan en los aspectos relevantes, carecerían del rigor científico exigible; en suma, aquellas formas cognoscitivas que estuvieran alejadas del modelo epistemológicamente triunfante del positivismo o fiscalismo no podrían ser calificadas como Ciencias.

El imperio del positivismo ha dominado de manera casi absoluta hasta bien mediado el siglo XX. Con su formulación clásica u otras similares, se ha impuesto durante más de siglo y medio como modelo o paradigma para el conocimiento en general, para cualquier forma de conocimiento. Esto ha sucedido hasta que el propio positivismo ha entrado en lo que podemos denominar su "crisis epistemológica". Esta crisis se genera gracias a dos tipos básicos de crítica: por una parte, la crítica al descriptivismo propio de la mentalidad positivista; y por otra, la crítica al concepto estrecho de razón

que defiende. En realidad, se trata de las dos caras de una misma moneda. La razón positivista se manifiesta como descriptiva de la realidad, renunciando a toda otra función, lo que implica obviamente la reducción de las tareas de la razón.

En el primer aspecto, de crítica al descriptivismo, aspecto ha incidido de modo muy eficaz y convincente la Filosofía hermenéutica. En el segundo, de crítica a la estrechez de la razón positivista, lo ha hecho el movimiento intelectual llamado Rehabilitación de la razón práctica.

Hay que señalar, no obstante, que el positivismo no pudo prescindir de toda Retórica, sino que abrazó la Retórica propia de las Ciencias exactas y naturales. De lo que prescindió, en efecto, fue de la Retórica clásica. Sustituyó la Retórica humanística por la Retórica científica, y pronunció sobre la primera el anatema condenatorio. No podía ser de otra forma, pues el aspecto retórico es un aspecto constitutivo del lenguaje, del que, por consiguiente, no es posible prescindir. Al igual que aquel personaje que no sabía que hablaba en prosa, puede decirse que siempre que nos comunicamos con los demás, sepámoslo o no, utilizamos la Retórica. Que esta sea de un signo u otro, es asunto distinto. Lo que parece indudable es que todo acto comunicacional implica, consciente o inconscientemente por quien lo emite, un ejercicio retórico, y esto por la sencilla razón de que todo acto de comunicación persigue convencer de algo a su destinatario, sea individual o colectivo.

A la crisis del positivismo hay que añadir además las condiciones de la comunicación actual. A la sociedad de nuestro tiempo se la denomina, y no sin motivo, la sociedad de la comunicación. esta se extiende a todas las facetas de la actividad humana: a la vida diaria, a la actividad de los negocios, a la política, al derecho, a la enseñanza, a la ciencia, al deporte, a la moda, etc. Por otra parte, hoy más que nunca se apela al diálogo, al debate, al consenso, a la negociación.

Así, pues, es en este contexto en el que hay que entender el resurgir contemporáneo de la Retórica clásica. A ello han contribuido, además de la rehabilitación de la filosofía práctica, el éxito de la filosofía del lenguaje, la universalización de la democracia como el único sistema político legítimo, así como la enorme capacidad comunicacional de las nuevas tecnologías.

Esta necesidad de atender a los requerimientos retóricos de la comunicación se verá reflejada en el terreno bibliográfico desde mediados del siglo xx.

Ya nuestro Recaséns Siches, en el terreno de la Filosofía del Derecho, había intuido el panorama que se avecinaba cuando publicó en 1956 la primera edición de su libro *Nueva Filosofía de la interpretación jurídica* (en edición

ampliada aparecería en 1973, precisamente el año de la muerte de su autor).<sup>1</sup> Aunque la obra está centrada en la interpretación jurídica, su idea básica va en la línea de lo que después se desarrolló como “nueva Retórica”, que de nueva no tiene otra cosa sino un desarrollo más amplio y un peso más contundente de la parte tradicional de la Retórica dedicada a la argumentación.

Dos años más tarde, en 1958, aparecería la obra que daría lugar al definitivo “giro retórico”. Me refiero al libro de Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca que lleva por título *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*.<sup>2</sup> Perelman, procedente del empirismo lógico, dio un cambio sustancial a sus investigaciones a partir de mediados del siglo y concentró el resto de su producción intelectual en la Retórica, en torno al problema argumentativo. Sus escritos son numerosos, aquí recordaré uno de los más fructíferos, al menos para los juristas: *Logique juridique. Nouvelle rhétorique*, publicado en 1976.<sup>3</sup>

En el mismo año del gran libro de Perelman y Olbrechts-Tyteca apareció el libro de Stephen Toulmin, *The Uses of Argument*, 1958, obra centrada en la argumentación que durante años pasó prácticamente inadvertida y que, sin embargo, ha tenido gran éxito después; ha sido puesta al día en 2003.<sup>4</sup>

Por su vinculación con la Retórica jurídica ha sido también muy relevante el libro sobre la tópica de Theodor Viehweg, *Topik und Jurisprudenz*, publicado en Alemania en 1963.<sup>5</sup>

Mortara Garavelli en su *Manual de Retórica* trata en el último capítulo del libro de “las nuevas retóricas”<sup>6</sup>, en las que incluye la retórica formalista del grupo de Lieja, la retórica de la cotidianidad, y la retórica del silencio; pero, en mi opinión, estas escuelas se centran en determinados aspectos parciales de la Retórica. El paso decisivo de las autodenominadas “nuevas retóricas” lo ha dado la obra de Perelman, pero se le puede achacar que se limita también al aspecto argumentativo; aspecto que es, sin duda, muy relevante en el conjunto del panorama de la Retórica como disciplina, pero que no la agota. Como bien seña-

---

<sup>1</sup> Luíís Recaséns Siches, *Nueva Filosofía de la interpretación jurídica* (1956); edición ampliada: Editorial Porrúa, México, 1973.

<sup>2</sup> Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca, *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*. Éditions de l'Université de Bruxelles. Bruxelles, 1958. Traducción española de Julia Sevilla Muñoz, Editorial Gredos, Madrid, 1989.

<sup>3</sup> Chaïm Perelman, *Logique juridique. Nouvelle rhétorique*. Dalloz, Paris, 1976. Traducción española de Luíís Díez-Picazo. Editorial Civitas, Madrid, 1979.

<sup>4</sup> Stephen Toulmin, *The Uses of Argument*. Cambridge University Press. Cambridge (Mss), 2003. Traducción Española de María Morrás y Victoria Pineda. Ediciones Península. Barcelona, 2007.

<sup>5</sup> Theodor Viehweg, *Topik und Jurisprudenz*. Beck. München, 1963. Traducción española de Luíís Díez-Picazo. Prólogo de Eduardo García de Enterría. Editorial Taurus. Madrid, 1964.

<sup>6</sup> Bice Mortara Garavelli, *Manual de Retórica*. Traducción de M.<sup>a</sup> José Vega. Cátedra. Madrid, 1991; 5.<sup>a</sup> ed., 2015. La versión original (*Manuale di retorica*) es de 1988; pp. 327 y ss.

Ian Antonio García Berrio<sup>7</sup> y Tomás Albaladejo Mayordomo<sup>8</sup>, es necesaria la recuperación del *corpus rethoricum* clásico, como un conjunto de aspectos de los que no se puede prescindir. De ahí su petición de volver a la Retórica general, aunque incorporando los avances y matices que se hayan introducido en los escritos posteriores a la antigüedad clásica.

En este aspecto, me parece decisiva la vinculación de la Retórica con la teoría de los procesos comunicacionales y la teoría de textos (entendiendo la palabra “texto” en el sentido amplio, como la entiende la filosofía hermenéutica). Para la Teoría comunicacional del Derecho es, evidentemente, una Retórica general la idónea para prestar el conjunto de su bagaje intelectual con la mayor eficacia, habida cuenta de que dicha Teoría se hace cargo de todos los procesos de comunicación que tienen lugar en los ámbitos jurídicos, así como de las diferentes modalidades de textos que se producen en su seno.

Hay que recordar aquí que la Teoría comunicacional del Derecho “textualiza” todas las realidades jurídicas: no solo considera textos a los escritos de diversa índole que aparecen en los ámbitos jurídicos, sino asimismo los procesos comunicacionales orales; y también todos los aspectos o elementos cuyo sentido jurídico procede de considerarlos desde la perspectiva de la dualidad hermenéutica básica de todo ámbito jurídico: la dualidad ordenamiento/sistema. Los sujetos, los actos, las situaciones y las relaciones son asimismo textualizables como realidades jurídicas. Todo lo que se da en el seno de un ámbito jurídico tiene sentido jurídico dentro del ámbito correspondiente. Por tener sentido, es textualizable. Por esta razón, la TCD se la suele definir también como teoría de los textos jurídicos.

## **2. LA IMPORTANCIA PRÁCTICA DE LA RETÓRICA**

Los últimos decenios se caracterizan por la proliferación de libros y estudios sobre los más diversos aspectos de la Retórica. Además de este florecimiento bibliográfico de la Retórica en el seno de la Filosofía, de la Lingüística y de la Teoría del Derecho, la Retórica ha alcanzado un gran interés práctico. Políticos, profesores, hombres de negocios, publicitarios, periodistas, asesores de imagen, y, en general, todo tipo de personas cuyo trabajo tiene que ver con el público, se interesan hoy por las técnicas de presentación de sus ofertas y por el arte de persuadir. Por esta razón abundan los libros y librillos con títulos como éstos: “Cómo hablar en público”; “cómo perder el miedo a hablar ante un

---

<sup>7</sup> Antonio García Berrio, “Retórica como ciencia de la expresividad (presupuestos de una retórica general)”, en *Estudios de Lingüística*, 2, 1984, pp. 7-59.

<sup>8</sup> Tomás Albaladejo Mayordomo, *Retórica*. Editorial Síntesis. Madrid, 2010.

auditorio”; “claves para el éxito profesional”, “técnicas argumentativas”, y similares. Puede decirse que asistimos, como siempre que triunfa una moda, a una cierta trivialización de la Retórica. Frente a dicha trivialización se impone el estudio serio e investigador de todos aquellos que se interesan por el lenguaje y la comunicación. Tal sucede con la Teoría comunicacional del Derecho, que hace de la comunicación su enfoque metódico y, por consiguiente, del lenguaje, en que el Derecho o, mejor dicho, los diversos procesos de comunicación jurídica se manifiestan.

La Retórica comprende varias disciplinas, íntimamente relacionadas, tales como: la dialéctica o arte del debate, la discusión o la controversia, la tópica, la oratoria, la redacción de cartas y de otros tipos de escritos, la simbología, el lenguaje corporal, así como las diversas disciplinas estrictamente lingüísticas (la Gramática, la Fonética), la estilística, y también otras, como, por ejemplo, la negociación y la mediación, y también la locución en los medios de comunicación de masas (radio, televisión). Todas estas materias pueden ser consideradas partes o instrumentos de la Retórica.

La tópica se ocupa de destacar los “lugares” (“*topoi*”) donde hay que ir a buscar los argumentos para componer el discurso. Aristóteles desarrolla en su obra Tópica los que pueden denominarse *topoi* o lugares comunes, que son aquellos que usamos en todo discurso (del accidente, del género, de lo propio, de la definición, de la identidad). Junto a estos *topoi* generales están los especiales, que son aquellos que tienen su explicación en las diversas situaciones comunicacionales. Ejemplos de *topoi* especiales en una cena de amigos para celebrar un acontecimiento son todos aquellos que tienen que ver con la amistad (recuerdos comunes, sentimientos, vínculos compartidos, etc.) y con el acontecimiento en cuestión (si la reunión es para celebrar el fin de los estudios los lugares argumentativos serán diferentes que si se trata de una despedida de soltero).

En el campo del Derecho, y más en concreto en un proceso judicial, los *topoi* especiales habrá que buscarlos en las leyes, en la jurisprudencia de los tribunales, en la doctrina de los autores, en las decisiones que se han adoptado en otros países en casos similares, siempre y cuando de ahí seamos capaces de derivar argumentos que favorezcan las pretensiones de nuestro cliente o defendido.

La tópica se erige así en un instrumento necesario para el trabajo retórico, del cual este no puede prescindir con independencia de qué tipo de situación o de discurso debamos hacer. Nos encontremos en una situación u otra, siempre tendremos que acudir a una especie de depósito de argumentos ya estereotipados en algún aspecto. La tópica supone un pensamiento sobre problemas, y sobre soluciones adaptadas a casos, para poder aplicarlas a casos y problemas similares. Los autores suelen decir que la tópica se construye sobre un pensamiento de tipo aporético o sobre problemas, y no sobre una modalidad

deductivista del pensamiento. Suelen añadir que es incompatible con la idea de sistema, pero en mi opinión esta postura tiene su fundamento en que están pensando en un tipo de sistema de modalidad axiomático-deductiva. La tópica no es incompatible con la sistemática, si se entiende el sistema en términos hermenéutico-analíticos, tal como hace la Teoría comunicacional del Derecho.

La oratoria es el marco natural de la Retórica. El orador es el retórico por excelencia. El centro de la oratoria es el discurso oral, el pronunciado ante un público, el cual conforma el auditorio o audiencia. El discurso oral típico supone simplemente un orador y un público; el orador habla al público, y este escucha las palabras del orador. Concluido el discurso, se acaba el acto comunicacional. Sin embargo es frecuente que al discurso propiamente dicho se le añada un apéndice, bien de debate, bien de preguntas, bien de ambas cosas. Para simplificar pensemos en un acto comunicacional consistente en dos partes: el discurso y el debate. Mientras que la primera parte —la discursiva— es el objeto más directo de la Retórica, el debate es parte también de esta última pero bajo la forma de la Dialéctica. Aunque los clásicos las consideran separadamente, podemos considerar a la Dialéctica como una parte o prolongación de la Retórica, y a esta como una disciplina que abarca todos los procesos comunicacionales en cuanto van dirigidos a persuadir o convencer.

La Dialéctica es el arte de dialogar, o sea, de discutir, de debatir, de polemizar. Mientras que el discurso expresa la opinión o postura del orador, en el debate se pone en entredicho todas o algunas de sus tesis, dando lugar así a la confrontación entre diversas partes. Si el debate es sincero, perseguirá alcanzar la verdad, o una conclusión que le sea equivalente, por ejemplo, una decisión justa, acertada, o conveniente.

Mientras que los sofistas eran maestros de oratoria, pues pensaban más que nada en enseñar a hablar ante la multitud, ya fuese en las calles, ya en los foros de los tribunales y de la *ecclesia*, Sócrates y Platón representan la postura de la Dialéctica. Mientras los primeros trataban de enseñar a convencer, estos dos últimos se proponían hallar la verdad por medio del diálogo. Los sofistas eran fundamentalmente aseverativos, Sócrates no aseveraba nada sino que se limitaba a preguntar y re-preguntar, con el objetivo de llegar a la esencia de las cosas sobre las que preguntaba. Su arte, la mayéutica, es una expresión matizada de la dialéctica.

La Retórica no solo se ocupa del lenguaje oral, sino de todos los fenómenos comunicacionales. De ahí que también sea importante su papel en los actos de comunicación escritos. En la Retórica clásica, y posteriores manifestaciones, sobresale el arte de redactar cartas, el cual supone una diferenciación en cuanto al destinatario y destinatarios, lo que conlleva unas determinadas formalidades, además de la necesidad de guardar ciertas normas respecto al orden de ideas, así como al encabezamiento y la despedida.

En el ámbito jurídico los escritos son tan relevantes como las alocuciones orales, e incluso más que estas, dado que en muchos aspectos los actos de comunicación jurídica se realizan mediante documentos o escritos, algunos de carácter solemne y formal, y otros sin dicho carácter. Dentro de este capítulo encontramos, siguiendo el orden de las decisiones jurídicas, el arte retórico de redactar constituciones, el de la redacción de leyes y textos equivalentes, el de la redacción de textos de la administración pública, y en de la redacción de las sentencias de los Jueces y Tribunales. También es muy relevante el arte de redactar documentos notariales e inscripciones registrales de todo tipo. E igualmente los escritos, pertenecientes a la vida jurídica ordinaria, de los abogados, de los fiscales, de los procuradores, de los representantes legales, etc. No se puede quitar importancia tampoco a los textos jurídicos redactados por simples particulares, como pueden ser los que resultan de la celebración de un contrato.

La simbología o Retórica simbólica estudia los aspectos pragmáticos de la comunicación por medio de símbolos. Los hay de muy diversos tipos: políticos, religiosos, sociales, empresariales, deportivos, etc. Por medio del símbolo se transmiten al destinatario ideas y sentimientos. La Retórica simbólica investiga precisamente el efecto persuasivo de los distintos símbolos. Por lo general, aunque no siempre ni necesariamente, los símbolos afectan al *pathos*, esto es, a los sentimientos de los individuos; sentimientos que, cuando son especialmente fuertes, son denominados “pasiones”.

El mundo jurídico también hace uso de los símbolos, de tal modo que incluso se podría estudiar la Historia del Derecho de la mano de los diversos símbolos jurídicos que han existido. Y no solo en la Historia cultural, sino asimismo en la Prehistoria: la mentalidad primitiva está íntimamente vinculada a la fuerza de los símbolos. El uso de símbolos pertenece al patrimonio común de la humanidad, es una práctica que se presenta en todas las culturas. Por eso, es un tema predilecto de la Antropología cultural y, por consiguiente, también de la Antropología jurídica.

El lenguaje corporal, más que una disciplina de la Retórica, constituye un aspecto muy importante de todos los procesos comunicacionales de carácter presencial. Los gestos son signos que transmiten actitudes y maneras de ser de los humanos, y exactamente igual la imagen que proporciona el conjunto de la postura corporal del individuo que habla durante su acto comunicacional. Los gestos a veces pueden ser engañosos, pero otras veces, las más probablemente, constituyen indicios que, además de ser perceptibles, son expresión de la actitud interna de quien habla. Son relevantes, como es natural, únicamente en procesos comunicacionales en los que se da la presencia física del orador o de los interlocutores. En una carta no se percibe gesto alguno (como no sea el hecho de escribirla), pero cuando vemos a un político en un mitin o en la televisión, consciente o inconscientemente nos vemos afectados por sus gestos, por

su lenguaje corporal. Los gestos actúan muchas veces como símbolos, lo que quiere decir que son reducibles a significados.

Se ha dicho que, para la comunicación exitosa, el lenguaje corporal y la actitud que dicho lenguaje transmite son más importante que el contenido del mensaje. Se pone como ejemplo el debate televisivo entre John F. Kennedy y Richard Nixon como candidatos a la presidencia de los EE.UU. Mientras que el primero se presentó como una persona activa y entusiasta, además de sonriente, los telespectadores vieron en Nixon un individuo cansado y sin ganas de debatir demasiado. Probablemente creía que su experiencia política era superior a la de Kennedy, pero el hecho es que perdió el debate, y también la presidencia.

La Retórica es una disciplina lingüística, en el sentido de que tiene que ver con el lenguaje, entendido en sentido amplio. Una modalidad del lenguaje es el lenguaje verbal —tanto oral como escrito—, y es esta modalidad la que constituye el centro de la actividad retórica. Por esta razón, una buena formación retórica va de la mano del estudio de la lengua, y de las disciplinas que la investigan: la Gramática, La Lexicología (que se ocupa del léxico o vocabulario) y la Fonética. Y estas disciplinas, aparte de ser estudiadas por sí mismas, por su enorme importancia para el comunicador, deben ir apoyadas y desarrolladas por la formación literaria. La Retórica se nutre, en efecto, de los textos literarios del más diverso género: la novela, la poesía, el ensayo, el teatro. A ello hay que añadir la formación general, en la que destacan las Humanidades, en especial la Historia en sus diversas modalidades: Historia política, jurídica, social y económica, pero también Historia de la Filosofía y de las Ideas del más diverso género. Solo de esta manera el orador tendrá los recursos necesarios en las diversas situaciones comunicacionales, sabrá muy bien lo que dice, y sobresaldrá no solo por la forma en que habla, sino asimismo por el fondo cultural que manifiesta o deja traslucir. Además, si el orador posee una amplia formación podrá responder con solvencia a las preguntas u objeciones que eventualmente se le planteen.

La negociación también entra en el ámbito de la Retórica. Negocian los partidos políticos, negocian las empresas, negocian los individuos, e incluso negocian los padres con los hijos, y los maridos con sus mujeres (y equivalentes). La negociación supone que, habiendo una base de intereses comunes, las personas que la realizan tienen otros intereses divergentes; si los primeros les unen, los segundos les separan. Parece obvio que, si no existe un interés común, entonces no existe la base mínima para entablar una negociación. Las diferencias son las que separan a los negociadores. La negociación se produce, pues, en un marco de controversia, de tira y afloja, de tensiones y reproches mutuos. Como en todo proceso comunicacional, la estrategia retórica es fundamental.

Por último, la locución en los medios de comunicación de masas (radio y televisión sobre todo) exige un dominio del medio concreto desde el cual se habla. En la radio es fundamental la voz, la fonética y el saber leer adecuadamente.

te. Asimismo, el decir las cosas con una cierta gracia. En la televisión lo fundamental es la imagen, por eso quien se presenta ante las cámaras televisivas ha de entrenarse en hacerlo con naturalidad, expresándose tal como normalmente lo hace, procurando mirar a la cámara, y sin ser excesivo en los gestos.

Todas estas son pinceladas que requieren de una profundización en cada uno de sus aspectos. Aquí solo he intentado pasar revista a algunas de las actividades retóricas más importantes, al objeto de reclamar la atención sobre la relevancia de la Retórica en todos los procesos comunicacionales.

En suma, pues: la Retórica es parte sustancial de una Teoría Comunicacional del Derecho, puesto que esta se centra en todos los procesos y actos comunicacionales que tienen lugar dentro de los ámbitos jurídicos.

A continuación recordaremos algunos de los aspectos más sobresalientes de la Retórica. Esta, como ya se ha recordado en este trabajo, es tanto una actividad como una Ciencia. Como actividad, usamos de la Retórica siempre que estamos en un marco comunicacional, sea el que sea. Como Ciencia o Teoría, teorizamos sobre dicha actividad. En la Teoría Comunicacional del Derecho lo que interesa prioritariamente es este segundo aspecto, aunque es bien notorio que la finalidad última de toda teoría es estar al servicio de la vida y de las acciones de los humanos.

Suele decirse que la Retórica no tiene un objeto concreto, al revés de lo que sucede con las diversas Ciencias. La Química estudia la composición de los cuerpos y las posibles mezclas entre ellos. La Sociología investiga los hechos sociales en un determinado contexto histórico-social. La Ciencia del Derecho estudia los ordenamientos jurídicos y el Derecho en general. La Retórica vierte sus esfuerzos sobre todas las Ciencias en el sentido de que investiga los fenómenos comunicacionales de cualesquiera de ellas y también de la vida normal de las personas. Es, por tanto, aplicable a todas las disciplinas y situaciones en cuanto se producen fenómenos de comunicación.

### **3. CONVENCER, PERSUADIR, ACORDAR**

La Retórica comprende muchas manifestaciones, aunque todas ellas tienen una cosa en común. Se trata siempre de convencer a alguien de algo. Ahora bien, los autores suelen distinguir en este aspecto diversos grados o matices, y así hablan de convencer, persuadir, y acordar. Estas tres palabras denotan diversas intensidades, que la Retórica tiene en cuenta.

Llegar a convencer a alguien implica transformar su espíritu, sus ideas, su interior como ser pensante y sentiente. Al convencido de antemano no hace

falta convencerle y, por tanto, con él sobra la Retórica. Es al no convencido, al opositor, al recalcitrante, al que hay que dirigir las armas de la Retórica para cambiar su pensamiento y, quizás también, sus sentimientos y sus actos. La conversión religiosa a través de la prédica sería el mejor ejemplo de transformación de una persona por medio de la palabra. El converso cambia sus convicciones anteriores, si es que las tenía, por otras nuevas, descubre un nuevo mundo, y si eso sucede por medio de las palabras emitidas por otros, estamos ante un típico modelo de convicción por medio de la Retórica. Algo parecido sucede cuando una persona se convence de lo correcto o justo de una determinada concepción moral o política. La convicción, cuando es verdadera convicción, supone normalmente un conjunto coherente de actitudes y de estilo de vida.

Un escalón menor en intensidad lo constituye la persuasión. El persuadido piensa y actúa de determinada manera aunque no esté convencido plenamente de que dicha manera se la mejor posible. Una persona ha decidido no ir a votar en unas elecciones al parlamento, pero alguien le persuade de que es mejor votar al partido político que crea menos malo. Las razones que le da para que actúe de esa manera son muy sólidas, y aunque el persuadido se quedaría muy a gusto en su casa, accede por último a votar al partido que considera más aceptable, menos malo, y lo hace para evitar males mayores si ganan las elecciones cualquiera de los partidos a los que más teme.

El escalón inferior de la finalidad retórica es llegar a un acuerdo con la otra parte del diálogo. Se produce así el consenso. Las partes que participan en el diálogo ceden algo de sus posiciones con el fin de encontrar un punto intermedio, que no satisface a ninguna de las dos plenamente, pero que permite salir de una situación de bloqueo o inactividad.

La finalidad de la Retórica en cualquiera de las tres modalidades descritas es llegar a un entendimiento, bien sea por convicción, bien por persuasión, bien por consenso. Así lo expresa Wolfgang Gast en su obra *Juristische Rhetorik*, del año 2006, quien afirma: „Rhetorik ist die Technik, Einverständnis herzustellen“, literalmente: “La Retórica es la técnica de generar acuerdo”<sup>9</sup>.

#### **4. TIPOS DE DISCURSOS: EPIDÍCTICO, DELIBERATIVO Y FORENSE; OTROS TIPOS**

Desde Aristóteles se distinguen tres tipos básicos de discurso, cada uno de los cuales es objeto de tratamiento específico en el seno de la Retórica. Estos tres géneros de discurso son: el epidíctico o demostrativo, el deliberativo, y el forense.

---

<sup>9</sup> Wolfgang Gast, *Juristische Rhetorik*. C. F. Müller Verlag. 4. Aufl. Hiedelberg, 2006, p. 2.

El género epidíctico o demostrativo comprende todos aquellos discursos cuya finalidad es ensalzar o vituperar, por lo general a una persona o grupo de personas, pero también un acto o un acontecimiento. Son los discursos que tienen lugar cuando un individuo ha muerto y sus amigos y admiradores toman la palabra para glosar sus virtudes, o cuando tras una guerra se condecora a los héroes en la batalla y se ensalzan el arrojo con que acometieron sus acciones de guerra, haciendo posible la derrota del enemigo. Al género epidíctico también pertenecen discursos dotados de menor carga emotiva, tales como los que tienen lugar con ocasión de una despedida, de una jubilación, o de un acontecimiento deportivo como ganar la *champions league*. Los ejemplos mencionados tienen por fin alabar o ensalzar. Por último, forman también parte del género epidíctico aquellos discursos que tienen la finalidad contraria: la de vituperar, censurar o criticar.

El género deliberativo comprende todos aquellos discursos que tienen lugar en el seno de una asamblea con la finalidad de adoptar una decisión. Si en el discurso epidíctico no hay propósito de decidir nada, en el deliberativo la decisión que hay que tomar preside todos los actos de lenguaje que se producen en la reunión asamblearia. Los discursos en la asamblea van dirigidos a aconsejar o desaconsejar esto o aquello, en función de la finalidad última que es la adopción de una decisión por la asamblea. Es esta característica de los debates políticos, tanto de los que tienen lugar en el interior de un partido político o de un sindicato, o de una agrupación de empresarios, como de los debates que se producen en una cámara parlamentaria.

Por último, tenemos el género forense, que comprende todos aquellos discursos que tienen lugar en el marco de los procesos judiciales, sean civiles, penales, o de cualquier otro tipo. También en ellos es central la decisión que los jueces han de adoptar. Todo el conjunto de actos comunicacionales que se generan en un proceso judicial van dirigidos a concluir en una decisión, la decisión judicial o sentencia.

La clasificación clásica de los discursos en los tres géneros señalados no significa, en modo alguno, que sean excluyentes entre sí. Antes al contrario, forman como aspectos o habilidades diferentes, en virtud de la situación comunicacional, pero cuyo trono es común, que no es otro que saber hablar bien para, eventualmente, convencer al auditorio.

Además de estas tres especies de discursos, hay que señalar otras: el género sagrado (representado por el sermón), el género docente (la clase magistral), el género epistolar, el género periodístico (y dentro de este, sus diversas modalidades: artículo de opinión, reportaje, editorial, etc.), el género de los medios audiovisuales, el género publicitario o propagandístico, etc.

## **5. EL DISCURSO COMO ACTO COMUNICACIONAL. SUS COMPONENTES**

Todo discurso es un acto comunicacional, esto es, un acto lingüístico, cuyos elementos o componentes básicos son los siguientes: 1) el hablante (retórico, orador, escribiente); 2) el destinatario (auditorio, audiencia, público); 3) la situación comunicacional (contexto socio-pragmático); 4) el contenido semántico (el mensaje); 5) los gestos que acompañan al mensaje (lenguaje corporal); 6) el apoyo al mensaje (las razones o argumentos); 7) la finalidad (resultado que persigue el hablante: convencer, persuadir, acordar); y 8) el canal o medio usado para la transmisión del mensaje (la oralidad presencial, la lectura del discurso, la prédica en la iglesia, la alocución radiofónica o televisiva).

Los dos primeros, el hablante y el destinatario, conforman el componente personal del discurso. Hablante y destinatario son los sujetos del discurso. Su expresión más simple es la conversación entre dos personas. El hablante es el retórico, el sujeto que hace uso de los instrumentos de la retórica para convencer a su auditorio, formado por la otra persona o por un conjunto de personas. Todo lo que diga el hablante debe estar en función del auditorio. El auditorio condiciona absolutamente el proceso comunicacional.

La comunicación será un fracaso si el auditorio, o parte relevante del mismo, no entiende lo que dice el retórico, o si se muestra radicalmente adverso a las tesis que plantea este último, sin querer entrar en razones de ningún tipo. Hablar a un auditorio que se niega a escuchar y a razonar, es igual que hablar a la pared. Un ejemplo de esto lo tenemos en el diálogo con los secesionistas en España. Solicitar el diálogo a quien no tiene la más mínima intención de atenerse a razones, salvo las suyas propias, es un gesto ridículo, además de inútil. No toda apelación al diálogo es inteligente. Muchas veces solo implica una apariencia de "buenismo" dirigido a convencer a los tontos (claro que suele tener éxito, pues según se dice hay muchos tontos, aunque yo no participo de esta opinión; creo más bien que lo que hay, es buen número de personas mal informadas, que para los efectos, sin embargo, es equivalente).

El auditorio puede estar formado por un individuo, por varios o por muchos; incluso por la humanidad entera. Depende del tipo de discurso.

Una alocución televisiva por quien pide el voto para unas elecciones generales puede tener como auditorio a millones de personas. Quien escribe un tratado científico sabe que su auditorio son los especialistas en la materia, o los que, como estudiantes, se aproximan a ella. El autor de un libro de filosofía puede dirigirse a la humanidad entera, y lo mismo sucede con los discursos de líderes de algunas religiones. El sermón de la montaña o de las bienaventuranzas lo dirige Jesucristo a todos los hombres sin excepción.

Orador (o escribiente) y destinatario comparten una situación comunicacional, definida por un conjunto de factores de muy diverso tipo. La relevancia de estos factores depende del tipo de discurso. Así, en una situación de crisis económica y política, la estrategia retórica no puede ser la misma que en tiempos de tranquilidad y de bonanza, y, por consiguiente, tampoco el contenido del discurso. La situación comunicacional está formada por todos aquellos aspectos que forman el contexto del acto de comunicación, aspectos que son tanto objetivos como subjetivos. Muy especial consideración merecen aquellos que se relacionan directamente con la psicología social, pues la mentalidad de los grupos condiciona de manera decisiva el tipo de discurso que pueden entender y asimilar.

El contenido semántico del acto comunicacional es el mensaje, lo que el retórico quiere transmitir a su auditorio. El mensaje puede ser oral o escrito, y también puede expresarse por un medio simbólico. Todo contenido semántico, expresado de una manera u otra, es susceptible de plasmarse en un texto. Por esta razón la semántica de los mensajes propios de los actos comunicacionales conecta directamente con la Teoría de textos.

La presentación del mensaje también condiciona el contenido, ya que el acto lingüístico no está formado solo por palabras sino asimismo por gestos y actitudes. Los tratadistas de la Retórica subrayan la importancia del lenguaje corporal, esto es, de los gestos y también de la actitud del orador, la cual suele reflejarse en los textos. Si el mensaje es escrito, la presentación también adquiere relevancia, aunque obviamente no los gestos corporales; habrá que tener en cuenta el formato, el tipo de papel o de otro soporte, por ejemplo electrónico, el modo de comunicar el envío, etc.

En sexto lugar sobresale el apoyo dado al mensaje por medio de argumentos o razones. El orador defiende normalmente una tesis —que se expresa en el contenido semántico—, en el mensaje. Es necesario que declare con concisión y claridad lo que defiende; y, acto seguido, es necesario que exprese los porqués, las razones que le llevan a defender la tesis que defiende. Esas razones son los argumentos. También los denominamos pruebas. En los últimos decenios la Teoría de la argumentación ha tenido un desarrollo extraordinario, tanto en el campo moral o jurídico como en otros campos. A mi juicio, la argumentación solo alcanza su plena madurez teórica y práctica en contacto con, o, mejor dicho, como parte de la Retórica. Constituye un aspecto de la Retórica, cuyo objeto es el análisis de los tipos de argumentos susceptibles de invocarse en los diversos procesos de comunicación.

La argumentación también ha de ejercerse en el marco de la situación comunicacional o situación retórica, ya que las modalidades argumentativas variarán a tenor del marco de expresión lingüística en que nos movamos. Por ejemplo, no podremos hacer uso de los mismos argumentos en el terreno de la Ética que

en el del Derecho, en la Economía o en la Política. Aunque muchas estrategias argumentativas puedan coincidir, total o parcialmente, en estos distintos campos de acción, no cabe duda de que habrá aspectos en que no coincidan, o incluso aspectos que para un ámbito sean relevantes y para el otro, irrelevantes.

Por último, hay que tener en cuenta la finalidad última del proceso comunicacional, que no es otra que conseguir el acuerdo, la persuasión o la convicción del destinatario; del conjunto del auditorio o, al menos, de parte de él. Cuando se consigue el resultado propuesto como finalidad del proceso de comunicación retórica, se dice que el hablante ha tenido éxito con su estrategia retórica. El éxito no depende solo del orador, sino de múltiples factores que se resumen en la situación comunicacional y en los caracteres del auditorio.

## 6. LA ESTRUCTURA COMUNICACIONAL DEL DISCURSO

Pertenece al patrimonio común de la Retórica la idea de que todo buen discurso ha de respetar una estructura básica, una disposición de sus partes de acuerdo a un hilo conductor dotado de cierta lógica interna. A tal estructura interna se la designa con el nombre de *dispositio*, disposición u orden del discurso.

Los pasos esenciales de todo discurso son el preámbulo o proemio, la narración o propuesta, la argumentación o prueba, la refutación de los argumentos o pruebas en contrario, y la conclusión o peroración. Cada uno de estos pasos tiene un cometido diferente dentro del conjunto del acto comunicacional discursivo.

El preámbulo o proemio (*prooemium*) tiene una doble función: captar la atención del auditorio y lograr su benevolencia. Ha de ser breve y adecuado a la circunstancia y al auditorio. Al comienzo del discurso es preciso dedicar unos breves minutos a centrar el interés de los oyentes, para lo cual son necesarias dos cosas: primero, conocer los caracteres del auditorio (p. ej., no es lo mismo un público de especialistas que un público heterogéneo donde haya especialistas y personas que no saben apenas nada de lo que se va a tratar); y segundo, incidir en una idea o dos que puedan atraer el interés del oyente. En algunos tipos de discurso es de gran interés para el orador poner de su parte al auditorio desde un principio. Esto no siempre es fácil, obviamente, ya que depende de circunstancias varias, no controlables, pero el orador hará bien es tratar de infundir simpatía en el auditorio, mostrándose cordial, accesible e incluso —si es adecuado— haciendo alguna broma (aunque siempre sin excederse).

La narración o propuesta (*narratio* o *propositio*) tiene por objeto ir al tema o la cuestión propia del discurso, a contar lo que el retórico quiere decir. Debe presentar coherencia con la finalidad última del discurso. Por ejemplo, si

el orador va a pedir dinero para su causa, habrá de exponer en qué consiste esta y cuál es la relevancia para la vida de las personas. Si el hablante es un abogado que defiende a un individuo habrá de presentar los hechos tal como favorezcan a su cliente. Es decisiva la impresión de objetividad que cause en el auditorio. La objetividad va unida a dimensiones tales como: la verosimilitud, la probabilidad, o incluso la certidumbre. La narración o proposición no ha de ser farragosa o confusa, de tal manera que el oyente no acabe de entender muy bien en qué consiste exactamente lo que se transmite. Ha de ser suficiente en extensión y sobre todo concisa y clara en los aspectos esenciales del asunto de que se trate. Y, sobre todo, ha de presentar una o varias tesis, que resuman la propuesta propiamente dicha, lo que en términos jurídicos suele llamarse el *petitum*, lo que se pide al órgano decisor.

A continuación, después de presentar el asunto o tema, el retórico tiene la necesidad de apoyar su narración o su proposición por medio de argumentos convincentes (*argumentatio, probatio*). Los argumentos pueden denominarse también pruebas en un sentido genérico. Dependiendo del tipo de discurso las pruebas serán de uno u otro género. Por ejemplo, no tienen la misma naturaleza las pruebas en un discurso teológico que en un discurso jurídico, o en un discurso científico. La argumentación ha de estar en consonancia con la *narratio* ya propuesta y con la *conclusio* que se pretende, de tal modo que entre una y otra actúe como una cadena de unión. Los argumentos tienden a hacer plausible el conjunto del razonamiento y el resultado, que es consecuencia de dicho razonamiento. El conjunto de argumentos posible en un discurso práctico o decisorial es presentado por la tópica, cuya función es analizar los *topoi* o lugares comunes que o bien son aceptados por todos, o bien por muchos, o bien por los entendidos en la materia.

Después de expuestos los argumentos que soportan las tesis mantenidas en la *narratio* o *propositio*, un buen discurso exige que se desmonten los argumentos contrarios a los expuestos. Dicho en otras palabras: si en la *propositio* el retórico ha defendido una tesis, y en la *probatio* ha dado argumentos a favor de dicha tesis, ahora le ha llegado el momento de desvirtuar los argumentos o pruebas de la parte contraria, de la antítesis; es el momento de la *refutatio*. La finalidad de esta parte del discurso es demostrar, o al menos mostrar, la debilidad de los argumentos contrarios y, en consecuencia, la inverosimilitud, improbabilidad o incertidumbre de las pruebas presentadas por el oponente. Este oponente puede ser real —p. ej., presente en el juicio— o puede ser imaginario —p. ej., cuando se contra-argumenta en un trabajo científico, sin hacer referencias personales a otros autores. A esta parte del discurso se la denomina *refutatio* o *confutatio*. Un capítulo especial de la refutación consiste en desenmascarar los falsos argumentos usados por el contrario, llamados también pseudo-argumentos, argumentos sofisticos, o falacias.

Se cierra el discurso con la peroración (*peroratio*) o conclusión (*conclusio*), en la que es conveniente sintetizar al máximo la tesis defendida en la *narratio*, los argumentos esgrimidos en apoyo de la tesis, y la refutación de los argumentos contrarios.

## 7. LAS TAREAS DEL ORADOR: LA PREPARACIÓN DEL DISCURSO

El canon clásico de la Retórica exige al orador que, para conseguir un discurso correcto retóricamente, ha de llevar a cabo cinco tareas que son las siguientes: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria* y *pronuntiatio*.

La *inventio* (invención o descubrimiento) consiste en agrupar los materiales (ideas, datos, argumentos, pruebas, réplicas a los contrarios, etc.) que se van a manejar en el discurso; se trata, por decirlo así, de tomar nota de los aspectos que constituyen la materia de conjunto sobre la que se va a hablar. No necesita tener un orden especial, sino sencillamente se fijan según vienen a la mente.

La *dispositio* consiste en dar un orden adecuado a dichos materiales, de tal manera que el discurso presente una armonía interna; es el esqueleto básico de ideas del discurso.

La *elocutio* desarrolla los aspectos lingüísticos de manera consciente, evitando las faltas gramaticales y adoptando la correcta fonética de las palabras elegidas para el discurso. Asimismo, se encarga de elegir expresiones adecuadas, cargadas de intención, de ironía, o incluso de belleza literaria, si viene a cuento. Se trata también de evitar lo cursi, lo ridículo, y lo ordinario o malsonante.

La *memoria* consiste en aprenderse el discurso, de tal modo que el orador no se vea en la necesidad de leerlo. Un buen retórico es el que no lee el discurso sino que lo expone basándose en su memoria, para lo cual es imprescindible que retenga el orden de su exposición, o sea, tal como ha sido articulado en la *dispositio*; así como todo lo que ha preparado.

La última tarea que ha de realizar el orador es la *pronuntiatio*, llamada también *actio*, que no es otra cosa que la pronunciación efectiva del discurso ante el auditorio. Es la hora de la verdad, el momento en que el orador pronuncia efectivamente su discurso, y hace uso de sus facultades.

