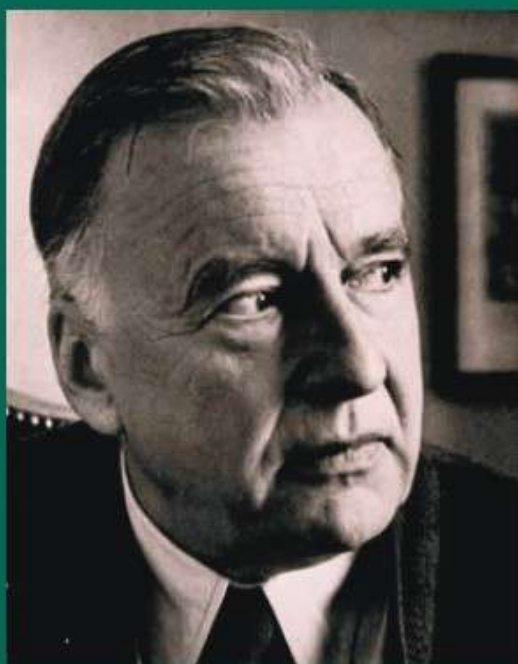


JAVIER ARIAS TORO

**INTERPRETAR,
ARGUMENTAR
Y PERSUADIR**
HERMENÉUTICA APLICADA



Tercera edición

EDITORIAL
TEMIS
OBRAS JURÍDICAS

INTERPRETAR, ARGUMENTAR
Y PERSUADIR

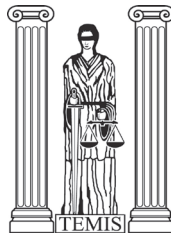
JAVIER ARIAS TORO

Abogado y filósofo. Magíster en Estudios Latinoamericanos de la Unam.
Director del Instituto de Estudios Interdisciplinarios
de la Universidad Externado de Colombia.

INTERPRETAR, ARGUMENTAR Y PERSUADIR

HERMENÉUTICA APLICADA

*Reimpresión
de la tercera edición*



EDITORIAL TEMIS S. A.
Bogotá - Colombia
2026



ANTES QUE EL LIBRO CIENTÍFICO MUERA

El libro científico es un organismo que se basa en un delicado equilibrio. Los elevados costos iniciales (las horas de trabajo que requieren el autor, los redactores, los correctores, los ilustradores) solo se recuperan si las ventas alcanzan determinado número de ejemplares.

La fotocopia, en un primer momento, reduce las ventas y por este motivo contribuye al aumento del precio. En un segundo momento, elimina de raíz la posibilidad económica de producir nuevos libros, sobre todo científicos.

De conformidad con la ley colombiana, la fotocopia de un libro (o de parte de este) protegido por derecho de autor (copyright) es ilícita. Por consiguiente, toda fotocopia que burle la compra de un libro, es delito.

La fotocopia no solo es ilícita, sino que amenaza la supervivencia de un modo de transmitir la ciencia.

Quien fotocopia un libro, quien pone a disposición los medios para fotocopiar, quien de cualquier modo fomenta esta práctica, no solo se alza contra la ley, sino que particularmente se encuentra en la situación de quien recoge una flor de una especie protegida, y tal vez se dispone a coger la última flor de esa especie.

© Javier Arias Toro, 2026.

© Editorial Temis S. A., 2026.

Calle 17, núm. 68D-46, Bogotá.

www.editorialtemis.com

correo elec. gerencia@editorialtemis.com

Hecho el depósito que exige la ley.

Impreso en Editorial Nomos S. A.

Diagonal 18 Bis núm. 41-17, Bogotá.

978-958-35-2059-4 (impreso)

3292 2026003710

978-958-35-2060-0 (e-book)

978-958-35-2061-7 (epub)

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, por medio de cualquier proceso, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático.

Esta edición y sus características gráficas son propiedad de Editorial Temis S. A.

ÍNDICE GENERAL

PÁG.

Introducción	1
--------------------	---

PARTE PRIMERA

INTERPRETAR

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DEL LENGUAJE

1. La función mítica del lenguaje.....	13
2. La función metafísica del lenguaje	13
3. La función expresiva del lenguaje.....	16
4. Cuidado con las palabras.....	17

CAPÍTULO II

INTERPRETAR

1. Interpretación lógico-lingüística	24
2. Interpretación bíblica	26
3. Interpretación o hermenéutica filosófica	28
A) Federico Nietzsche: “No hay hechos, solo interpretaciones”.....	28
B) Martin Heidegger: “La interpretación del Ser”	29
C) Michel Foucault: “Ocúpate de ti mismo”	30
D) Paul Ricoeur: “El exceso de sentido”.....	32
E) Hans-Georg Gadamer: El arte de preguntar	34

CAPÍTULO III

NIVELES DE INTERPRETACIÓN	37
---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

REGLAS PARA INTERPRETAR LA LEY.
HERMENÉUTICA JURÍDICA

	PÁG.
1. Método literal o exegético.....	42
2. Método lógico. La intención o espíritu del legislador.....	48
3. Método científico o del fin social.....	52
4. Método sistemático. El contexto.....	53
5. Investigación por contexto en asuntos penales.....	56
6. Interpretación por equidad.....	58

CAPÍTULO V

REGLAS PARA APLICAR LA LEY

1. Prevalencia de la Constitución.....	61
2. Prevalencia de los derechos humanos.....	62
3. Debido proceso.....	63
4. Irretroactividad de la ley. Teoría de los derechos adquiridos.....	64
5. Favorabilidad.....	65
6. Primacía de lo sustancial sobre lo formal.....	65
7. El principio de realidad.....	66
8. Territorialidad de la ley.....	66
9. La ley de mayor jerarquía prevalece sobre la de menor jerarquía.....	67
10. La ley posterior prevalece sobre la ley anterior.....	68
11. La ley especial prevalece sobre la ley general.....	69
12. Analogía.....	70
13. Principios generales del derecho.....	73
A) Buena fe.....	74
B) Error común hace derecho. “Error communis facit ius”.....	75
C) Enriquecimiento sin causa.....	76
D) Fraude a la ley.....	77
E) Teoría de la imprevisión. “Pacta sunt servanda rebus sic stantibus”.....	77
F) Abuso del derecho.....	79
14. Máximas, adagios, aforismos jurídicos (brocardos).....	80
15. Costumbre.....	82

CAPÍTULO VI

REGLAS PARA INTERPRETAR LOS CONTRATOS

1. Prevalencia de la intención.....	85
-------------------------------------	----

	PÁG.
2. Interpretación por la naturaleza y por la materia	86
3. No existe cláusula sin sentido	87
4. Interpretación sistemática, por comparación y por aplicación práctica	87
5. Interpretación de casos dentro del contrato.....	88
6. Interpretación de cláusulas ambiguas a favor del deudor	88
7. Interpretación a favor del consumidor. Abuso de posición dominante	89
8. Priman las leyes vigentes en el momento de la celebración del contrato	90

CAPÍTULO VII

HERMENÉUTICA PÚBLICA O CONSTITUCIONAL

1. Diferencia entre la interpretación de la ley y la interpretación de la Constitución	93
2. La función integradora y la función interpretativa.....	96
3. Bloque de constitucionalidad.....	98
4. Principios y reglas	101
5. Ponderación. Proporcionalidad	105
6. Razonabilidad	110

PARTE SEGUNDA

ARGUMENTAR

CAPÍTULO VIII

ARGUMENTAR

1. Enfoques sobre la argumentación	116
A) El razonamiento demostrativo.....	116
B) El razonamiento argumentativo.....	117
C) La tópica	120
D) La acción comunicativa.....	122
E) Pragmatismo.....	123

CAPÍTULO IX

EL PODER DE LA LÓGICA EN LA ARGUMENTACIÓN

1. Los principios de la lógica	128
A) El principio de no contradicción.....	128

	PÁG.
B) Principio del tercero excluido.....	132
C) Principio de razón suficiente	133
2. Tipos de razonamiento	137
A) Deducción.....	137
B) Inducción	139
C) Analogía	141

CAPÍTULO X

HERRAMIENTAS PARA ARGUMENTAR

1. ¿Cómo identificar un argumento?	142
A) Premisas y conclusiones.....	142
B) Indicadores de premisas y de conclusión	144
2. ¿Cómo organizar un argumento?	148
3. ¿Cómo no organizar un argumento?	150
4. ¿Cómo estructurar un buen argumento?.....	152
A) Haga corresponder la conclusión con una simple declaración formal	152
B) Haga que las premisas correspondan al respaldo o apoyo	154
C) Fortalezca las premisas con topos o lugares.....	156
D) Maneje los conceptos centrales del argumento	159
E) Muestre que la conclusión está implicada en las premisas.....	161
F) Conclusión.....	162
5. ¿Cómo estructurar un argumento jurídico?.....	162
A) Aseveración o reclamo	163
B) Fundamentos.....	163
C) Garantías.....	164
D) Respaldos.....	164
E) Refutaciones o contraargumentos.....	164
6. La prueba y la verdad en el argumento jurídico.....	166
7. Argumentos jurídicos poderosos	170
A) Argumento a contrario.....	171
B) Argumento analógico	171
C) Argumento “a fortiori”	172
D) El argumento sistemático.....	173
E) El argumento del espíritu del legislador o psicológico.....	174
F) El argumento apagógico o reducción al absurdo.....	174
G) El argumento teleológico.....	175

CAPÍTULO XI

ARGUMENTOS ENGAÑOSOS,
FALACIAS, SESGOS Y MANIPULACIÓN

	PÁG.
1. Falacias materiales o relevantes	179
A) El argumento por la ignorancia (argumento “ad ignorantiam”).....	179
B) La apelación inapropiada a la autoridad (argumento “ad verecundiam”).....	181
C) Pregunta compleja	182
D) Argumento “ad hominem”.....	183
E) Accidente y accidente inverso	184
F) Causa falsa.....	184
G) Petición de principio. Círculo vicioso	185
H) Las apelaciones a la emoción, la piedad y la fuerza.....	186
I) Conclusión inatinente (“ignoratio elenchi”).....	187
2. Falacias de ambigüedad	188
A) Anfibología.....	188
B) De acento	189
C) De composición y división	190
3. Sesgos y manipulación.....	191

CAPÍTULO XII

EL AUDITORIO

1. Definir el tipo de auditorio	195
2. Reglas frente al auditorio	196
3. Las reglas prácticas de la discusión	196
A) Regla de la libertad.....	197
B) Regla de la carga de la prueba.....	197
C) Regla del punto de vista	197
D) Regla de la relevancia.....	197
E) Regla de la premisa implícita	198
F) Regla del punto de partida.....	198
G) Regla del esquema argumentativo.....	198
H) Regla de validez	198
I) Regla de cierre.....	198
J) Reglas de uso.....	198

CAPÍTULO XIII

NEGOCIAR Y CONCILIAR

	PÁG.
1. Modelos de negociación.....	200
2. Diferencias o conflictos.....	201

PARTE TERCERA

CONVENCER Y PERSUADIR

CAPÍTULO XIV

CONVENCER

1.El poder de la retórica	207
A) La pasión	210
B) La lógica trata de lo verdadero, la retórica de lo probable	211
C) Se convence con la razón y se persuade con el corazón.....	212
2. Las formas de persuadir	214
A) Ethos: el comportamiento del argumentador.....	214
a) ¿Qué me motiva a argumentar de determinada manera?.....	216
b) Determine qué valores están en juego	218
c) Un ejemplo: ¿qué piensas de la libertad y de la propiedad?.....	220
d) ¿Qué me preocupa?	221
B) Pathos: la conexión emocional con el oyente.....	222
a) La empatía	224
C) Logos: la verdad del mensaje	229

CAPÍTULO XV

PERSUADIR

1. Niveles de persuasión.....	230
A) La persuasión engañosa.....	230
B) La persuasión veraz	231
C) La persuasión creadora de verdad	231

CAPÍTULO XVI

HERRAMIENTAS PARA PERSUADIR

	PÁG.
1. ¿Cómo organizar una presentación?	234
A) Inicio o comienzo	235
a) La empatía asegura una entrada triunfal.....	237
b) Entrada metódica o rigurosa	239
B) La narración de los hechos: el relato	240
a) Definir conceptos	242
b) Dividir conceptos.....	243
c) Relacionar conceptos.....	244
C) ¿Cómo aumentar la persuasión?	244
a) La imagen positiva del expositor.....	244
b) El respeto por la imagen del adversario.....	248
c) La mirada.....	250
d) La voz: el tono, el ritmo y el volumen.....	250
e) Amplifique o aminore el efecto: énfasis.....	252
f) Haga pausas y aproveche el silencio	253
g) Reitere y repita el argumento: reformule.....	254
h) Use expresiones para maximizar el efecto	255
i) Use expresiones para atenuar el efecto.....	256
j) La carga emocional de las palabras	257
k) Evite las palabras que bloquean.....	259
l) Grafique con las palabras.....	260

CAPÍTULO XVII

LAS LEYES DE LA PERSUASIÓN

1. Ley de la disonancia.....	262
2. Ley de la reciprocidad.....	262
3. Ley de conectividad	262
4. Ley de la validación social.....	262
5. Ley de escasez.....	263
6. Ley del envoltorio verbal	263
7. Ley del contraste	263
8. Ley de las expectativas.....	263
9. Ley de la implicación	263

	PÁG.
10. Ley de la valoración.....	263
11. Ley de asociación	263
12. Ley del equilibrio	263
Bibliografía	265
Índice de materias	273

INTRODUCCIÓN

Siempre se nos ha dicho que los empresarios desprecian las especulaciones académicas y, al mismo tiempo, que los académicos desdeñan a los empresarios; pero sucede que, cuando los ejecutivos se especializan en Alta Gerencia, leen autores que son muy especulativos, y cuando los académicos defienden sus teorías, terminan por ocuparse de temas técnicos de la economía, las finanzas o la política. La situación de los abogados, por ejemplo, es más curiosa aún, pues a los abogados se los entrena en un pensamiento práctico, pero deben fundamentar sus casos en conceptos complejos; entonces leen pensadores tan difíciles como HEGEL, WITTGENSTEIN o HABERMAS, y hoy es común que estos filósofos aparezcan citados en cualquier sentencia. Por su parte, quienes estudian filosofía han decidido no quedarse atrás; ahora estudian temas jurídicos y conquistan fácilmente la filosofía del derecho.

Esta movilidad es más que natural, pues todo ser humano busca ampliar sus herramientas argumentativas en la medida en que desea influir sobre los demás. Sin embargo, al cabo de los años, entre más experiencia acumulamos, una pregunta paradójica llega tarde o temprano. *¡O no me entienden, o no sé comunicar mis ideas!*

Con frecuencia deseamos comunicar una idea con algún propósito y, por lo general, ese propósito apunta a que se comparta nuestro punto de vista. Pero si queremos convencer a alguien, el proceso de comunicación no es tan sencillo, pues requiere argumentar, y argumentar implica partir de la interpretación de un hecho. La posición que se adopte en la interpretación determina la tesis que se ha de defender. De este modo, la tesis que se defiende al final de la argumentación siempre se encuentra al comienzo de la interpretación. En la práctica, el anhelo de que nuestra interpretación sea correcta corresponde al anhelo de convencer argumentativamente a los demás. El primer propósito de la argumentación es convencer; de lo contrario, ¿para qué se argumenta? Pero el fin último, el objetivo completo, que va más allá de lo racional, no es solo convencer, sino persuadir al adversario y lograr que se identifique emocionalmente con nosotros.

El entrelazamiento de los tres componentes (interpretar, argumentar y persuadir) nos obliga a que este libro siga el mismo orden.

La primera parte ofrece las rutas comunes para justificar una interpretación, con sus ventajas y desventajas. Allí se ha tomado como muestra las reglas de interpretación y aplicación de la ley, así como las reglas de interpretación de los contratos, por ser un esquema suficientemente decantado en el derecho. No importa la discusión entre la visión positivista y valorativa de las normas legales, sino la realidad práctica del uso de tales reglas. Aunque se trata de mecanismos jurídicos con interminables disputas sobre su fundamento, no se presentan aquí como un material exclusivo para abogados, pues creemos que los problemas de la aplicación de la ley son asunto demasiado importante como para dejárselo solo a ellos.

La segunda parte explica los esquemas argumentativos eficaces, esto es, aquellos que parecen más convincentes, sin dejar de reconocer sus límites. Saber organizar un buen argumento y transmitirlo adecuadamente debería ser una obligación natural de toda persona racional, pero la experiencia nos enseña que existe un gran déficit argumentativo en los profesionales. Esta parte no intenta suplir las falencias cognitivas, lingüísticas o emocionales del hablante, pero sí mostrar los puntos en los que un buen argumentador jamás debería fallar. Resulta importante, por ejemplo, entender que la organización lógica de un argumento determina su fuerza persuasiva. En este orden de ideas, las formas de razonar no solo están relacionadas con la mecánica del juicio deductivo, sino también con el comportamiento empático necesario para persuadir.

En la tercera parte se muestra que, en la práctica, los niveles de persuasión se derivan tanto del componente lógico como del retórico, lo cual implica tomar más en serio la función de los sentidos y las emociones dentro del discurso, pues allí se congrega el verdadero sentido de las palabras. Una realidad inapelable es que, mientras el auditorio no esté persuadido, el proceso argumentativo permanecerá incompleto. Recordemos en este punto que el auditorio nunca acude solamente a contemplar la inteligencia lógica del argumentador; ante todo, acude a descubrir la conveniencia moral de su inteligencia, cosa muy distinta. Por tanto, su conexión emocional con el destinatario, en otras palabras, su empatía, también está determinada por el lenguaje que utiliza para argumentar.

Dado lo anterior, podemos afirmar que el postulado sobre el cual se basa todo nuestro estudio es el siguiente:

Una interpretación es válida solo si, mediante una argumentación convincente, el auditorio ha quedado persuadido; si no es así, la interpretación y la argumentación no han servido para nada.

Interpretar, argumentar y persuadir parecen cuestiones distantes, y de origen muy distinto, pues durante años se ha dicho que el primero es un acto del entendimiento, el segundo un acto discursivo y el tercero un acto psicológico. Nada más equivocado. La realidad es que los tres están encadenados por un mismo medio: el lenguaje. Son las mismas palabras las que se usan al interpretar, al argumentar y al persuadir, pero algo sucede con las palabras en cada uno de esos momentos, y es el fenómeno del lenguaje el que permite entender qué ocurre. No existe razón alguna para negar que es en las palabras donde se dan todos los acuerdos y desacuerdos del hombre.

El éxito de sacar adelante todo el proceso está, sin lugar a duda, en el manejo del lenguaje, porque en este es donde se lucen las habilidades para interpretar, argumentar o persuadir. En el lenguaje confluyen las más altas construcciones de la lógica y los bajos pasadizos de la pasión, allí tropiezan el frío de la razón y el ardor de la emoción. Encontramos en el lenguaje el llamado a la generosidad, pero a la vez el rostro del egoísmo. Quien tenga conciencia de la profunda importancia del lenguaje tendrá una enorme ventaja argumentativa sobre los demás.

Es prudente advertir que, al tomar el lenguaje como el enlace inalterable de la interpretación, la argumentación y la persuasión, no se plantea el lenguaje a la manera de los filósofos de la escuela analítica, ni como objeto de estudio lingüístico o gramatical; por el contrario, se presenta como algo libre de tales arbitrariedades. Por supuesto, algunos aportes de dichas escuelas son innegables, y en lo pertinente se han tenido en cuenta, como en la útil distinción entre un enunciado y el hecho al que se refiere el enunciado. Algunos todavía creen que la verdad es la correspondencia entre el hecho y el enunciado que se hace sobre el hecho; al decir, por ejemplo, “la casa es blanca”, asumen que basta con mirar el color de la casa y comprobar si es blanca o no. En realidad, lo verdadero recae sobre el enunciado mediante el cual se expresa el hecho, lo que equivale a decir que el color blanco, en sí mismo, ni es verdadero ni falso. Si esto pasa con un simple juicio descriptivo, imagínese el lector qué sucede con los juicios valorativos, que son la mayoría. Un enunciado como “esa casa parece una cárcel”, nada tiene que ver con la correspondencia empírica de la casa y una cárcel, sino con los acuerdos a que lleguen las partes después de un arduo trabajo persuasivo para ponerse de acuerdo en el enunciado.

La verdad, conforme a esta perspectiva, es una construcción del lenguaje, y el lenguaje moviliza y habla de los atributos del intérprete, más que de la realidad. Al sentir de los filósofos del siglo xx, hace mucho se acabaron las verdades; vivimos ahora en el mundo de las interpretaciones. Ahora no se busca la verdad, sino el consenso sobre lo que habremos de aceptar como verdadero, y dicho acuerdo se pacta en el proceso argumentativo. Resulta más conveniente la validez del acuerdo que la verdad como juicio del pensamiento. Hasta hace poco, se creía que las palabras eran elementos adicionales en la comunicación, como un conjunto de vehículos encargados de transportar ideas, de un lado para otro; sin embargo, hoy sabemos que son mucho más que eso: las palabras crean o destruyen una realidad.

Como la hermenéutica fue la primera en comprender que no disponemos de un lenguaje neutro para postular todas las hipótesis y todos los argumentos, ni lo conseguiremos nunca, es necesario actualizar los descubrimientos de la hermenéutica. La idea de una cultura *como conversación*, más que una estructura de fundamentos, corresponde al ideal hermenéutico. En palabras de RICHARD RORTY, la hermenéutica ve la relación entre varios discursos, sin que haya en ellos ninguna matriz, siempre con la esperanza de llegar a un acuerdo *mientras dure la conversación*¹. La hermenéutica no cree que todo sea medible, ni que todo posea una fundamentación absolutamente racional, suposición que ha hecho fracasar a la epistemología. Lo etéreo del lenguaje mismo es la mejor evidencia.

El lector encontrará, entonces, en este libro, los conceptos básicos de la hermenéutica, pero siempre relacionados con su uso concreto. Lo anterior implica tomar, a modo de ejercicio, algunos de los métodos de interpretación más comunes y trabajarlos dentro de un plano argumentativo, para determinar qué tan efectivos resultan. Esta es la razón por la cual el libro lleva por subtítulo *hermenéutica aplicada*, pues la interpretación aquí no es la explicación teórica de un descubrimiento solitario que sucede frente a un texto o un hecho; aquí la interpretación se refiere a una toma de posición argumentativa, totalmente intencional, pues nadie interpreta sin voluntad.

La manera como se toma posición frente a un texto, o frente a un discurso oral, esto es, el modo como se construye la justificación de una interpretación, solo es posible mediante la argumentación. No obstante, hemos

¹ RICHARD RORTY, *La filosofía y el espejo de la naturaleza*, 8ª ed., Madrid, Cátedra, 2016, pág. 289.

descubierto con sorpresa que son pocos quienes saben diferenciar una argumentación de una opinión. La sola invitación a identificar un argumento ya pone en aprietos a más de uno, ni qué decir cuando se le solicita a alguien estructurar técnicamente un buen argumento. Por esta razón, la segunda y tercera parte del libro resultan novedosas, pues en ellas hemos tomado la decisión de descender a las habilidades y destrezas prácticas que debe manejar un argumentador, comenzado por su capacidad de estructurar y organizar argumentos. Hay abundantes estudios teóricos de la argumentación que sirven como marco de referencia, pero nuestro propósito no es la discusión teórica de los modelos, sino la práctica de las técnicas argumentativas del hablante. No obstante, las recomendaciones puntuales que se exponen en la tercera parte, por ejemplo, no denigrar del adversario, o atender los atributos de la voz, así como cuidar el manejo de las pausas, entre otras, van siempre acompañadas de un contexto teórico que explica su pertinencia, pues de lo contrario podrían parecer simples trucos de mercadotecnia. Desde tiempos remotos se ha estudiado la persuasión como un conjunto de habilidades del argumentador, y por ello tratamos de ilustrar con ejemplos por qué esas habilidades siguen siendo tan efectivas en todos los campos del conocimiento.

En este orden de ideas, resulta fácil entender que, si alguien interpreta sin tener en cuenta las reglas de la argumentación, no debe extrañarse de su bajo poder de convicción y, por el contrario, quien intenta persuadir sin tener en cuenta la estructura lógica de una interpretación, no debe extrañarse de pasar por un charlatán.

Lo anterior consolida la idea de que la argumentación no depende solo del argumento, sino que también depende de la validación que del argumento hagan los demás. Si es así, se puede concluir sin temor que el argumento contiene un elemento que apunta a su interior, el cual exige un alto nivel de racionalidad, y un elemento que apunta hacia el exterior, que exige un alto nivel de empatía. Los dos elementos corresponden, el uno, al aspecto lógico y, el otro, al aspecto retórico del argumento. El primero lleva a hablar de la *racionalidad* del argumento que, para efectos prácticos, hace referencia al razonamiento basado en procedimientos que cumplen con los principios de la lógica. El componente retórico hace referencia a la *persuasión*. Esta nueva dimensión debe estudiarse con la misma seriedad que la dimensión lógica, porque lo cierto es que hoy se impone en los juicios, en los negocios, en la publicidad, en las ventas, en la empresa. La combinación de lo racional y lo emocional explica triunfos y derrotas pasmosas. Por ejemplo, aunque la lógica es inviolable,

hallamos argumentos contrarios a la lógica que han sido tolerados durante siglos, como el racismo, o hallamos argumentos perfectamente lógicos, pero de muy lento efecto persuasivo, como la renuncia a fumar ante los estragos del tabaquismo.

Con este telón de fondo, parece totalmente válido lo que sostiene NIKLAS LUHMANN cuando indica que la clásica división entre hermenéutica, dialéctica, dialógica y retórica es engañosa. “No se interpreta para autoiluminarse, sino para utilizar lo interpretado en un contexto de comunicación”². Cuando alguien interpreta, se dispone a argumentar, y argumentar es desplegar herramientas lógicas, pero es, ante todo, conquistar la voluntad emocional del auditorio. Creemos por ello que la expresión *hermenéutica aplicada* representa adecuadamente todo el proceso de interpretar, argumentar y persuadir.

Brevemente vale la pena recordar que la persuasión, tema que corresponde a la última parte del libro, más que ninguna otra herramienta, explota la imagen, los movimientos y los gestos del hablante, y los explota de tal manera que los especialistas denuncian ya el descontrol de una cultura peligrosamente aparente. No obstante, es un error darle la espalda a tal fenómeno, entre otras razones, porque es tan viejo como el hombre. Recordemos que, precisamente, la filosofía en Occidente se inicia con una de las clases magistrales de PLATÓN: la división entre el *ser* y el *parecer*. Lo recomendable es descubrir el sorprendente mundo de la persuasión, y tomar de él la contribución que hace al discurso ético, no al discurso engañoso.

Un educador honesto reconocerá que la persuasión constructiva está ausente de la formación universitaria; por qué negar que la academia conservadora mantiene un prejuicio paradójico contra la retórica, y en buena parte tal ceguera explica el fracaso de muchos a la hora de transmitir sus argumentos. Nadie duda de los contenidos especializados que maneja un profesional calificado, pero, a pesar de sus conocimientos, en la vida real son muy pocos quienes, en circunstancias determinantes, logran persuadir a los demás. La oralidad, por ejemplo, es motivo de reflexión en las disciplinas culturales, sobre todo en las nuevas corrientes jurídicas. Desde la Antigüedad, el modelo judicial sigue siendo la estructura básica de todo debate y, por esto mismo, resulta tan útil para un buen argumentador. Pero debemos reconocer que el sistema judicial se lamenta precisamente

² NIKLAS LUHMANN, *El derecho de la sociedad*, 2ª ed., México, Editorial Herder, 2005, pág. 427.

de la ignorancia de sus operadores en el manejo del discurso oral; algunos ven cómo los debates se están convirtiendo en una aburridora lectura de textos que dejan en evidencia la ausencia de destrezas retóricas. ¿Tienen los jueces, fiscales y abogados la creatividad necesaria para generar un escenario argumentativo que confronte ideas, pruebas y conclusiones? ¿Cuentan los abogados con elementos suficientes para estructurar argumentos convincentes y realmente persuasivos?

Quizá la parte más importante del lenguaje para los seres humanos es el mundo de las palabras. Pero para entender el comportamiento de las palabras se hace necesario tener en cuenta las funciones del lenguaje. Tomar consciencia de la nobleza de las palabras, pero también de la mezquindad que pueden hacer brotar, y advertir las influencias psicológicas, culturales y económicas que las perturban, es un esfuerzo que vale la pena realizar, pues la interpretación, la argumentación y la persuasión, como todos los debates del ser humano, se dan siempre sobre la espuma de las palabras, no en la profundidad de la verdad.

PARTE PRIMERA

INTERPRETAR

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DEL LENGUAJE

¿Cuál es el medio común para poder interpretar, argumentar o persuadir? La respuesta es el lenguaje. Ser conscientes de que los demás en realidad no perciben lo que pensamos sino los argumentos que utilizamos, y la forma en que los comunicamos, indica la importancia de estar atentos a los factores que influyen en el uso del lenguaje.

Cómo negar que el elemento común que hace posible interpretar los enunciados con que expresamos los hechos, es un sistema de entendimiento que la civilización humana ha llamado *lenguaje*. Si el lenguaje es un impulso eléctrico que recorre las neuronas o una unidad de sentido socialmente establecida por un grupo, si es un fenómeno genético o una construcción dentro de la evolución humana, son cuestiones especializadas que no corresponden a este libro.

La búsqueda del sentido de la expresión oral o escrita, la estructura lógica de un argumento y las técnicas persuasivas utilizadas en los discursos a partir de la retórica, jamás se dan en un sitio distinto al lenguaje, entendido este como el horizonte más amplio de la comunicación humana. El lenguaje, entonces, está presente en todo el proceso.

La hermenéutica tradicional acude a las distintas formas de interpretar los contenidos del lenguaje; la argumentación, por su parte, se ocupa de la estructura lógica que debe respetar el lenguaje para que funcione racionalmente como discurso, y la retórica muestra la parte extralingüística del lenguaje y sus poderosos efectos persuasivos.

Al desconectar los tres componentes de su medio común, este es, el lenguaje, cualquiera que se interese por estos, debe saltar de un componente al otro, como si se tratara de cuestiones inconexas. De hecho, la bibliografía, los textos y los estudios mismos parecen aborrecerse. Quien estudia interpretación aprende métodos o técnicas interpretativas y nunca trabaja la argumentación, mucho menos la retórica. Quien estudia argumentación tiene suficiente con sumergirse en la historia de la lógica;

y quien incursiona en la retórica, otro eslabón perdido, queda confinado a análisis literarios generalmente relacionados con los géneros clásicos. Muy pocos sospechan que estas disciplinas están en el mismo territorio, pero separadas por murallas arbitrarias que, por fortuna, hoy comienzan a derrumbarse. Una manera de entender los tres actos como aspectos del mismo fenómeno, es reconocer que todo el proceso se basa en un único lenguaje, pero utilizado en funciones distintas: a veces se usa con una función informativa o descriptiva, otras con una función directiva o prescriptiva y, la mayor parte de las veces, con una función expresiva o emotiva.

Ver la interpretación dentro de la relación bilateral del lenguaje, en la que existe un hablante y un oyente, y dejar de verla como parte de un acto unilateral, permite reconocer que al acto de interpretar se le antepone desde el inicio la voluntad de compartir argumentativamente el sentido de lo que se interpreta. En otras palabras, hay una intención en el acto de interpretar que anticipa un deseo: que alguien apruebe y valide nuestra interpretación.

Es cierto que la formación de ideas puede responder a una investigación epistemológica, y la estructuración del discurso argumentativo a una investigación lógica y retórica del lenguaje, así como la persuasión a una investigación psicológica del deseo humano; sin embargo, estas tres fases están determinadas por una misma intención original: que el *otro* esté de acuerdo con nuestra posición, y ningún ser humano es capaz de compartir un punto de vista si no es porque este se expresa mediante el lenguaje. Si desde el inicio el argumentador pretende que el *otro* se identifique con sus razones, es necesario tomar consciencia del problema del lenguaje, porque *influir* en la opinión de los otros implica tomar control del lenguaje.

Una palabra con que se encontrará a menudo el lector es la palabra *hermenéutica*, y sobre ella vale la pena una pequeña aclaración. La expresión griega hermenéutica se ha relacionado tradicionalmente con la interpretación de textos, pero, desde hace algún tiempo, aparece también en los estudios filosóficos sobre el pensar; igualmente se usa para analizar el acto de comprender correctamente un mensaje, contribuye a la explicación de cómo se forman los argumentos, y deslumbra cuando descubre las irresistibles herramientas de la persuasión. De cualquier modo, la palabra hermenéutica siempre aparece en los estudios del lenguaje, si es que no constituye en sí misma el estudio más universal del lenguaje.

Para aprovechar al máximo el proceso hermenéutico, el cual incluye interpretación, argumentación y persuasión, es necesario recordar las formas de ver el lenguaje en la evolución humana. Nos apoyaremos para el efecto en la *Historia de las formas simbólicas*, de ERNST CASSIRER, obra que contiene una historia del lenguaje muy útil, de la cual tomamos las principales etapas de la manera como este se entiende¹.

1. LA FUNCIÓN MÍTICA DEL LENGUAJE

En la etapa del mito, el mundo del lenguaje rodea al hombre desde que comienza a preguntarse por el universo, por su propia existencia en los inicios cosmológicos y empieza a construir sus primeras palabras y sus primeros sentidos. La palabra era una parte real, la cosa misma; la esencia de la palabra contenía la esencia de la cosa, es decir, había un efecto mágico que asociaba la palabra con la posesión de la cosa: quien se apoderaba del nombre había adquirido dominio sobre la cosa nombrada y sobre todos sus poderes. Algo semejante sucede con las fotografías que guardamos de nuestros seres queridos y los pequeños rastros de nuestros vínculos más íntimos con el cosmos que deseamos.

Además de que la palabra tenía fuerza mágica, representaba en la vida diaria de las comunidades una visión de totalidad. El lenguaje era considerado una unidad y tenía carácter sagrado, era empleado por el sabio o por el sacerdote. La palabra era sabiduría y la sabiduría era palabra. Muchas de las formalidades sagradas, así como buena parte de las ceremonias íntimas o públicas que practican las personas dentro de las sociedades actuales, se siguen explicando sociológicamente desde la función mítica del lenguaje.

2. LA FUNCIÓN METAFÍSICA DEL LENGUAJE

Con los griegos, el lenguaje se convirtió en un punto de partida del conocimiento, como lo demuestra PLATÓN en su diálogo *Cratilo*. La tesis de que para cada cosa o para cada ser hay una designación natural exacta que corresponde a la época mítica, es destruida con ironía por PLATÓN y eliminada para siempre.

¹ ERNST CASSIRER, *Historia de las formas simbólicas*, tomo I, Cap. I, 2ª ed., México, Fondo de Cultura Económica, 2003, págs. 63-132.

PLATÓN distingue varios niveles del conocimiento a partir del lenguaje: el nivel inferior está dado por el *nombre*, esto es, la definición lingüística del objeto; al pronunciar la palabra “círculo” por ejemplo. El segundo nivel delimita la palabra mediante una explicación de lo que quiere decir, esto es, al *definir* el círculo como aquella figura cuyos puntos equidistan todos del centro. Finalmente, el tercer nivel pone ante nosotros cualquier forma que tenga *imagen* de círculo. Ninguna de estas tres representaciones, bien sea como palabra, como definición o como imagen, capta la verdadera esencia del círculo, pues ellas no pertenecen al reino del ser, sino al del devenir. En última instancia el lenguaje comienza a mostrar sus limitaciones, pues el círculo no es ni el nombre, ni el significado, ni la imagen de círculo.

En esta etapa la palabra es apenas una *parte* de la comprensión de la cosa. Claro que el lenguaje, continúa aspirando a ser la expresión esencial y total de la cosa, pero nunca la alcanza completamente, porque en el lenguaje la designación de la cosa se ve mezclada con la designación de otras propiedades de la cosa. El lenguaje tendrá así una fuerza constitutiva, pero, a la vez, una debilidad intrínseca, que no le permite exponer el total contenido del conocimiento. Si bien es cierto que el lenguaje hace parte del conocimiento, también lo es que lo restringe y lo contamina. Así que desde los griegos se sabía ya de las insólitas limitaciones del lenguaje.

Con ARISTÓTELES se conoce un avance crucial, pues con su especulación filológica se captan por primera vez las conexiones externas entre lenguaje y verdad como un sistema de reglas lógicas y gramaticales. Esta concepción sistemática del lenguaje se alcanzó recurriendo a la aplicación de principios matemáticos. Fue por la vía lógica como el lenguaje se hizo parte del racionalismo antiguo, pues el lenguaje se concibió así como un medio para alcanzar el conocimiento. De hecho, durante siglos, fue el principal instrumento de análisis lógico del racionalismo. En el racionalismo, la palabra no aparece como una envoltura del sentido, sino como un testigo de la razón: los nombres o las palabras son ahora signos de los *conceptos* y no signos de los objetos. Toda controversia sobre si las palabras designan la materia o la forma de las cosas terminó por considerarse una controversia metafísica.

Si en la etapa mítica la palabra es la totalidad de la cosa, por así decirlo, y en la primera etapa griega la palabra es solo una parte de la cosa, en el racionalismo aristotélico la palabra es el signo de un concepto que se distancia de la cosa. La palabra designa un concepto mental. Podemos afirmar ahora que la humanidad se tomó su tiempo para descubrir que la cosa y la palabra no se identifican.