

RETÓRICA Y EMOCIONES

Reconstrucción teórica de la relación retórica/emociones, desde una perspectiva filosófica

Vladimir Augusto Cáceres Benavides

Trabajo para optar al título de Magister en Filosofía

Director

Alonso Silva Rojas

Phd en Filosofía

Codirector

Dairon Alfonso Rodríguez Ramírez

Phd en Ciencias Humanas

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Humanidades

Escuela de Filosofía

Maestría en Filosofía

Bucaramanga

2022

Agradecimientos

Agradezco a mi padre César Augusto y a mi madre María Asunción, a quienes amo con todo mi corazón.

Tabla de Contenido

Introducción.....	7
Capítulo I	10
1.1 Sofistas, retórica y emociones.....	10
1.2 Platón y los sofistas, las pasiones no guían el alma en su elevación	20
1.3 Aristóteles, las pasiones sustrato de la persuasión.....	25
1.4 Cicerón y el orador ideal.....	31
1.5 Retórica en la Edad Media: San Agustín y el apologista cristiano.....	37
Capítulo II.....	44
2.1 Perelman, la nueva retórica y la subordinación al auditorio	44
2.2 El intuicionismo y los fundamentos morales en Haidt.....	51
Conclusiones	71
4. Referencias Bibliográficas.....	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.

64

Resumen

Título: Reconstrucción teórica de la relación retórica/emociones, desde una perspectiva Filosófica^{1*}

Autor: Vladimir Augusto Cáceres Benavides ^{**}

La relación retórica-emociones permite comprender diferentes fenómenos comunicativos contemporáneos de interés social y político. Entre ellos, la instrumentalización de las emociones en el discurso como una práctica abordada desde la Grecia Antigua hasta hoy. Esta tesis tiene por objeto hacer una reconstrucción teórica de cómo algunos de los más importantes filósofos del discurso han interpretado la importancia de incluir las emociones en la oratoria con fines persuasivos, y desarrolla la idea de que la efectividad discursiva depende del análisis detallado del auditorio, de sus bases culturales, así como de todo su engranaje psicológico y emocional.

Palabras clave: retórica, emoción, persuasión, verdad, discurso, parecer ser.

* Proyecto de grado para optar al título de magister en Filosofía

** Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Filosofía, Director Alonso Silva Rojas, Codirector Dairon Rodríguez

Abstract

Title: Reconstruction theory of rhetoric and emotions, in a philosophical perspective⁺

Author: Vladimir Augusto Caceres Benavides⁺⁺

The relation rhetoric- emotions addresses the different contemporary communicative phenomena and their relevance to social and political fields such as the use of emotions in discourse, a practice performed by Greeks but still in force in the present. This thesis first of all aims to make a theoretical reconstruction to analyze how some of the most renowned discourse philosophers have interpreted the relevance of including emotions in oratory to persuade. Secondly, it develops the idea that discourse effectiveness depends on the detailed analysis of the audience, its cultural, psychological, emotional and cultural backgrounds.

⁺ Proyecto de grado para optar al título de magister en Filosofía

⁺⁺ Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Filosofía, Director Alonso Silva Rojas, Codirector Dairon Rodríguez

Introducción

La presente investigación está inmersa en la diversa gama de estudios relacionados con la influencia de las emociones en las decisiones humanas. Tiene por objeto señalar cómo algunos de los principales filósofos que han escrito acerca de los discursos consideran que despertar emociones en el auditorio es una práctica indispensable para la persuasión. Este trabajo es una reconstrucción que, de manera descriptiva y con enfoque filosófico, reconocela importancia de la relación retórica/emociones, y pretende acercar al lector a la teoría del discurso, así como dar bases a posteriores estudios en los que podrían abordarse problemas específicos de la comunicación con fines prácticos.

En el primer capítulo se refieren obras como *Sofistas*, de Antonio Melero; *Los grandes sofistas en la Atenas de Pericles*, de Jaqueline de Romilly, y *Las buenas razones de las emociones*, de Christian Plantin. Con ellas se pretende señalar cómo los sofistas de la Antigua Grecia instrumentalizaron las emociones para fines persuasivos en la primera etapa de la comunicación discursiva. De Platón, se abordan los diálogos *Protágoras*, *Gorgias*, *Hippias menor*, *Sofista*, *Fedro* y *Timeo*, para exponer que las emociones en el discurso no corresponden a los principios éticos y epistemológicos de la cosmovisión platónica. De Aristóteles, se tiene en cuenta la *Retórica*, considerada por la crítica como la más importante obra de retórica escrita en todos los tiempos, y en la que el estagirita señala las pasiones como fundamento de la persuasión. De Cicerón, se describen las características que tiene el orador ideal en su obra *De Oratore*. Y para señalar cómo la retórica se adapta a cada periodo histórico y cómo las emociones son útiles para la formación del apologista cristiano, se refiere *La retórica en la Edad Media*, de James

Murphy.

En el segundo capítulo se abordan el *Tratado de la argumentación* y *El imperio retórico* de Chain Perelman, en las que se muestra la revitalización de la nueva retórica en el siglo XX. Y se describe la *Teoría de los fundamentos morales*, de Jonathan Haidt, quien en su obra *Lamento de los justos*, detalla que teorizar lo adecuado consiste en que el orador responda acertadamente a las intuiciones morales y a las emociones específicas de cada cultura.

Considerando que el análisis de la relación retórica/emociones ha evolucionado de modo que se ha hecho más fundamentado y acabado, en especial por el avance de las investigaciones sobre el cerebro, se verá que, desde los sofistas hasta Haidt, esta relación se proyectó inicialmente como una práctica no teorizada y pasó a ser una relación ordenada y sistematizada que se incorporó a los avances más cuidadosos de la neurociencia.

Debido a que en la oratoria política la priorización de las emociones es predominante, pues suele reemplazar el debate serio y argumentado por un parecer ser, en el que la verdad de los temas importantes se debate con poca o ninguna atención, podrá verse cómo el sujeto político común, en términos generales, limita su juicio a percepciones de origen emocional que no tienen en cuenta criterios racionales. En este sentido, se va a señalar que *parecer* es más importante que *ser* y que los oradores profesionales fundamentan su puesta en escena en ese criterio.

El análisis de las emociones en el discurso representa un problema filosófico claro, que será tratado buscando abrir conjunciones entre filosofía y política. El objeto de la tesis es entonces sustentar la pertinencia de las emociones en la construcción del discurso desde la tradición retórica, la cual coincide en afirmar que las emociones hacen parte del sustrato que posibilita la persuasión y adhesión de los auditorios. Esta investigación conservará una distancia con respecto

a los autores abordados y se restringirá a señalar cómo cada uno de ellos teoriza la relación retórica/emociones.

Este trabajo puede contribuir a que se supere la perspectiva retórica/emoción como una contradicción antagónica, que suele señalarse en términos infravalorativos. Se espera que el lector reconozca que las emociones en el discurso, independientemente de los fines, son necesarias y han sido instrumentalizadas desde la Grecia de Pericles hasta hoy.

Se omitirá presentar método alguno que guíe una estrategia de persuasión específica, pero se señalarán algunos criterios generales que permiten la adhesión de un auditorio. Ciertamente, la persuasión se obtiene con base en unos mínimos, dentro de los cuales están el talante del orador, el contenido del discurso, los entimemas o pruebas por persuasión verosímiles, la extensión del discurso, el análisis previo del auditorio, la teatralidad o lo que Demóstenes llamó la representación del orador, los fundamentos morales, el parecer ser, el saber real, entre otros, que se abordan con un desarrollo somero, pues como puede suponerse, cada uno amerita una investigación específica más extensa.

Finalmente, coincidiendo con Aristóteles, esta investigación considera cierta la tesis de que la retórica es una técnica que puede ser conocida, racionalizada y teorizada; y aunque no puede afirmarse que en un sentido singular alguien pueda llegar a ser persuasivo, sí pueden reconocerse los medios apropiados para ello. Adherir el auditorio al propósito del orador no es pues un asunto ajeno al saber humano, pero para lograrlo es importante reconocer las herramientas y los factores básicos que permitan dicha adhesión. Esta tesis es así un primer paso para reconocer algunos de los principios teóricos del discurso que relacionan retórica/emoción/persuasión, y algunas de las causas que conducen el auditorio a las tesis del orador.

Capítulo I

1.1 Sofistas, retórica y emociones

Los sofistas de la Antigua Grecia demostraron que con los contenidos y las formas discursivas apropiadas es posible cambiar la forma en que piensan los seres humanos. Estos maestros de la oratoria diseñaron métodos e instrucciones para persuadir e influir decididamente en las opiniones y emociones de sus conciudadanos. Su saber, cuyo objeto fue eminentemente práctico, lo aplicaron en las plazas públicas y los estrados judiciales, donde adquirieron reconocimiento y prestigio.

Por su condición intelectual y su peculiar capacidad para persuadir, tuvieron una destacada influencia en el terreno público y político de Grecia. Antonio Melero (1996) señala por ejemplo que Protágoras “debió formar parte del nutrido grupo de filósofos y artistas en torno de Pericles, quien precisamente le encargó la redacción de la constitución de la colonia panhelénica de Turios” (p. 78) y que a Gorgias, “en el año 427, su ciudad Leontinos, lo envió como embajador a Atenas, para solicitar el apoyo de esta ciudad en su guerra contra Siracusa” (Melero, 1996, p. 143), lo cual indica la utilidad práctica de la técnica que ejercían y el respeto que les profesaba el alto gobierno.

Adicionalmente, tuvieron un papel significativo en la formación y educación de hombres de Estado, quienes acudieron a conocer y apropiar sus enseñanzas. En el *Protágoras* está presente Critias, pariente de Platón, que “tras la Guerra del Peloponeso, en el año 404, fue miembro de la comisión de notables, conocida como los Treinta Tiranos” (Melero, 1996, p. 395) y cuyo acercamiento a los sofistas fue “la de un intelectual, interesado políticamente por cuestiones de

filosofía y ciencia” (Melero, 1996, p. 396). Este Diálogo se desarrolla en casa de Calias, “hombre poderoso, de familia nobilísima, cuya madre estuvo casada con Pericles” (Melero, 1996, p. 396), y cuyo interés por los sofistas fue evidente, pues los acogió en su casa, no solo a ellos sino también a quienes se interesaron en su pensamiento.

Esta aprobación de la que gozaron los sofistas en los círculos intelectuales y de poder griego se da porque crearon un gran movimiento del pensamiento humano, caracterizado sobre todo por su intento de aplicar la razón a la comprensión de los procesos racionales e irracionales de la conducta humana (Melero, 1996), por tener en cuenta sus aspiraciones, emociones, debilidades y limitaciones cognitivas de los auditorios, y así orientar con efectividad las opiniones de la multitud, moldear las intenciones de los jueces y ejercer como embajadores.

Los sofistas sabían que sus resultados discursivos dependían “de que sometieran a análisis racional el conglomerado heredado, es decir, todo el cúmulo de creencias, normas de conducta y sistemas de vida, sobre los que se basaba la vida de la ciudad” (Melero, 1996, p. 43). La teorización de lo pertinente en cada caso debía entonces tener previamente este análisis, con el cual iban al epicentro de la conciencia social, a los lugares comunes del espíritu griego y a sus criterios más sentidos y arraigados.

Los sofistas y, en general, el conjunto de la retórica clásica, basaron su efectividad discursiva en la priorización del *pathos* y el *ethos* sobre el *logos*. El *pathos* fue entendido como “aquello que llega del exterior, bueno o malo, especialmente aquello malo que sobreviene. La palabra tiene un sentido muy general de experiencia sufrida, desgracia, emoción del alma” (Plantín, 2014, p. 21); y el *ethos* fue considerado como la imagen y proyección del orador:

la retórica clásica utiliza el término *ethos* para dar cuenta del tratamiento de la persona como recurso argumentativo: la persona se construye, en el marco de una cuestión controvertida, en

oposición al otro que sostiene otras conclusiones y que, con no menos convicción, se pone igualmente en la balanza. (Plantín, 2014, p. 41).

El *logos*, como conocimiento racional y verdadero de los objetos o situaciones, les fue marginal para la eficacia persuasiva, aunque la presentación del saber real, como contenido y en sus justas proporciones, también es una prueba de persuasión para la tradición posterior.

Los sofistas llevan el lenguaje como instrumento a una nueva perspectiva y amplían sus posibilidades. Con su técnica, el lenguaje podía ahora moldearse estéticamente, conducir almas, servir como ardid de guerra, manipular espíritus si se quiere, deleitar oyentes, definirla libertad o condena de un individuo y perfilar el destino de una nación. Esta nueva condición trajo consigo el conflicto, vigente hasta hoy, entre el *pathos-ethos/logos*, que Plantín (2014) describe señalando que

la cuestión del impacto de la emoción sobre el juicio no era otra que la de las relaciones entre pruebas objetivas y presiones del *pathos* y el *ethos*. Mientras que los argumentos lógicos tratan de la representación, el *pathos* arrastra la voluntad, eso es lo que lo hace, en el fondo, algo sagrado, un poco sobre humano, un poco demoníaco (p. 33).

Esta revaloración de la palabra no pretendía explicar las causas de las expresiones políticas, pero sí demostraba que su uso correcto podía defender los más caros intereses. Según Romilly (1997), “estos practicantes del nuevo arte jugaban, pues, con las pasiones. Sabían suscitarlas o calmarlas a su capricho. Aprovechaban para lograrlo la fragilidad de las opiniones de los hombres, y todo su arte consistía, justamente, en aprovecharse de ella” (p. 78).

Los sofistas señalaron así cómo es posible una comunicación efectiva, “capaz de influir indirectamente en los espíritus y las emociones” (Romilly, 1997, p. 76). Romilly (1997) destaca, particularmente, la capacidad de Gorgias para despertar emociones refiriendo el *Encomio de Helena*, donde el leontino plantea que “la palabra es un gran poder, es lo que a partir del ser

físico más pequeño y menos perceptible ejerce la acción más divina. Puede hacer cesar el temor, quitar la aflicción, suscitar la alegría, desarrollar la piedad” (Romilly, 1997, p. 77). Los sofistas agitaron los espíritus en las plazas públicas y en los estrados judiciales, aunque ellos mismos no organizaran teóricamente la importancia del *pathos* para la persuasión, no lo definieron, no lo conceptualizaron.

Platón señala que Trasímaco tenía la habilidad especial para provocar la ira de muchos, y una vez encolerizados, calmarlos, de nuevo, con sus encantamientos según decía (...) Trasímaco enseñó el modo en que se debe mover al juez a compasión, así como la manera de provocar piedad, con lamentos por vejez, la pobreza, los hijos, y otros recursos semejantes. (Melero, 1996, p. 287-288).

Por lo que era experto en suscitar emociones para persuadir en su beneficio. Hipias demuestra cómo los sofistas abordaron simultáneamente una gran variedad de temas, de modo que pudieran responder y ser efectivos discursivamente en todos los escenarios, “ofrecía cursos de astronomía, matemáticas, geometría, genealogía, mitología, historia, pintura, escultura, prosodia, versificación y música. Además compuso ditirambos, tragedias, poesía épica así como textos en prosa de todo género” (Melero, 1996, p. 292). Este conocimiento enciclopédico, presente de diferente manera en todos ellos, estaba orientado al debate, a la persuasión privada o de plaza pública, “lo que guiaba a Hipias, en estos trabajos, no era un interés cultural o arqueológico, sino fundamentalmente práctico, encaminado a la formación del orador” (Melero, 1996, p. 293). El interés de Hipias en presentarse como un conocedor de todas las cosas estaba sustentado en la proyección de su *ethos* como orador hábil, entendiendo este como “manera de ser o hábito de una persona, carácter” (Plantín, 2014, p. 41). Hipias construía así “la impresión moral producida por un orador” (Plantín, 2014, p. 41) para quien mostrarse como conocedor de todas las cosas era importante debido al contexto erudito en el que se desenvolvía. En el contexto de los sofistas, *ethos* y *pathos* predominaron por encima del

logos como mecanismos principales de persuasión.

Los sofistas fueron efectivos con sus discursos y los presentaron de manera oral o escrita. Así, a estos y otros oradores se les atribuye la composición de cientos de discursos jurídicos y políticos, y como su trabajo fue eminentemente práctico asumieron una posición política en la agitada vida política griega. No adoptaron una actitud contemplativa en su trabajo, atraieron a decenas de interesados en su técnica y cobraron por enseñarla. Es importante tener presente que desconocían el trasfondo filosófico que les hacía tener esos resultados favorables, sobre lo cual Aristóteles en su *Retórica* planteará que los que han compuesto artes acerca de los discursos, ni siquiera –por así decirlo– han proporcionado una parte de tal arte pues solo las pruebas por persuasión son propias del arte y todo lo demás sobra y, por otro lado, nada dicen de los entimemas, que son el cuerpo de la persuasión” (Aristóteles, 1999, p. 163).

Los sofistas, así como no sistematizaron el papel de las emociones, tampoco lo hicieron con otros aspectos determinantes que hacen posible la persuasión. Debe entenderse entonces la sofística como una primera etapa de la historia de la aplicación premeditada de la comunicación, por lo cual sus representantes más destacados afrontaron los retos y exigencias de su tiempo con las limitaciones propias de ese comienzo.

Quien organiza la retórica con un enfoque de causalidad y va a destacar las pasiones como detonantes de la persuasión es, precisamente, Aristóteles. Sin embargo, los sofistas dieron los primeros pasos en el diseño de métodos discursivos y en el estudio de la naturaleza humana con la finalidad de persuadir. Para Melero (1996), fueron los primeros en constatar cómo el comportamiento humano varía según las circunstancias: en la guerra y en la paz, en el ámbito de lo privado o de lo público. Ello llevó, en la práctica, al estudio y descubrimiento de la psicología general y colectiva”. (p. 31).

Aristóteles detallará las pasiones como detonantes de la persuasión, pero realzará el *ethos* o carácter del orador como lo principal, “como una estrategia de presentación del yo, como una forma de autoridad difusa que viene a apoyar el discurso, en las grandes circunstancias oratorias” (Plantín, 2014, p. 43).

Durante cuarenta años, Protágoras ejerció como sofista y fue el primero en “cobrar a sus discípulos una suma de cien minas” (Hesiquio, *Onomatol*, como se citó en Melero) (Melero, 1996, p.92), práctica que fue recreada por sus posteriores colegas. Como Hipias y Gorgias, abordó diferentes temas e incluso creó sus propios principios epistemológicos. Sostenía que “sobre cualquier asunto es posible defender, con la misma validez, una tesis como su contraria” (Séneca, *Cartas*, como se citó en Melero) (Melero, 1996, p. 104), tesis que motivó una refutación por parte de Aristóteles, quien señala que debido al uso falaz de la probabilidad, “con justicia se sintiesen los hombres tan indignados ante la profesión de Protágoras; pues es engaño, y probabilidad no verdadera, sino aparente, y no se da en ningún otro arte, sino en la retórica y en la erística” (Aristóteles, *Retórica*, como se citó en Melero) (Melero, 1996, p. 104).

Protágoras también planteó que “el hombre es medida de todas las cosas, de las que son en cuanto son y de las que no son, en cuanto no son” (Sexto Empírico, *Esbozos Pirrónicos*, como se citó en Melero) (Melero, 1996, p. 100), y aunque se hayan planteado diferentes interpretaciones sobre esta perspectiva, desde el punto de vista de la intención retórica, es una tesis relativista que da sustento a las posibilidades de la práctica oratoria, en la que se busca vencer y persuadir al adversario a través del *pathos* y *el ethos*, más que describir con rigor científico hechos objetivos a través del *logos*.

Sexto Empírico refiere que Gorgias propuso en su obra *Sobre el no ser o Sobre la naturaleza*, “tres argumentos sucesivos. El primero es que nada existe; el segundo, que, aún en el caso de que

algo exista, es inaprehensible para el hombre; y el tercero, que, aun cuando fuera aprehensible, no puede ser comunicado ni explicado a otros” (Sexto Empírico, 1996, p. 175). Describe el análisis detallado que Gorgias hace a cada una de estas tesis, y así muestra cómo el leontino aportó un nuevo sistema al conjunto de posturas ontológicas de la filosofía antigua. El respeto que los griegos profesaron a Gorgias es expuesto por Pausanias, quien dice que “le fue tributado tan gran honor por los griegos, que a él solo, entre todos, le fue erigida, en Delfos, no una estatua dorada, sino de oro” (Pausanias, VI 17, como se citó en Melero) (Melero, 1996, p. 158).

La estructura de sus discursos ficticios, el *Encomio de Helena* y *Defensa de Palámedes*, que demuestra su capacidad argumentativa, lleva intrínsecamente la intención de despertar emociones como la compasión y la piedad. Así en el *Encomio* busca redimir a Helena de culpa por partir a Troya con los bárbaros, y argumenta que su huida con Alejandro es una decisión de los dioses ante la cual no pudo luchar; plantea que pudo ser raptada por violencia o persuadida por la palabra, y que en ambos casos también quedaría redimida. Por último, que pudo ser presa del amor, y que por ser este un dios, también quedaría eximida de responsabilidad (Melero, 1996, p. 200). En *La defensa de Palámedes*, pretende redimir a éste de la acusación que le hace Ulises por traición a la patria. Aquí Gorgias argumenta la imposibilidad de que esa traición pudiera llegar a realizarse, ya porque Palámedes no podría aunque quisiera, ya porque, aunque pudiera no lo querría (Melero, 1996, p. 211). El diseño de estos discursos exquisitos enmarcados en lo verosímil denota coherencia y pericia, pero también, según Romilly (1997), un hecho preocupante: “Las pasiones son peligrosas y el juego con las opiniones supone un desprecio de lo verdadero y lo justo” (p. 79). Para Romilly (1997), en el *Encomio de Helena* “el propio Gorgias reconoce esta posibilidad ya que, según él, si Helena ha cedido a los influjos de la palabra, ha sido en este caso una palabra pérfida, que conducía a una conducta culpable” (p. 79).

Al contrario de Gorgias, quien decía poder teorizar e improvisar sobre cualquier asunto, Demóstenes se tomaba muy en serio el trabajo de componer discursos, pues decía: Plutarco en: *Vida de los diez oradores* “Me avergonzaría en verdad si improvisara al aconsejar a tan gran pueblo”. De este orador se refiere también que con suma disciplina superó diferentes obstáculos que impedían la excelencia de su puesta en escena como orador. Mejoró su dicción, superó un tic en el hombro y practicó la declamación, lo que refleja la determinación con la que asumía este arte. Daba un gran valor a la teatralidad del orador, sobre lo cual Plutarco agrega en el mismo libro que “cuando se le preguntó qué es primero en la oratoria, respondió: la representación; y que lo segundo: la representación; y que lo tercero: la representación, entendida esta como aquello que designa igualmente la declamación o ejecución pública del discurso”. En Demóstenes es clara la importancia del *ethos*, pues es la proyección de su imagen la que destaca en la ejecución discursiva, más que la búsqueda de lo verdadero y el rigor argumentativo del *logos*.

Isócrates consideraba que la retórica consistía en hacer grande lo pequeño y pequeño lo grande, muy en consonancia con Protágoras, para quien la retórica consistía en hacer del argumento más débil el más fuerte. Se dice que Isócrates tenía aversión a la declamación pública, y en ese sentido llama la atención que su capacidad consistía en formar nuevos oradores sin él serlo propiamente, por lo cual Plutarco afirma que “ante la pregunta de por qué hacía a otros capaces de hablar sin serlo él mismo, respondió que tampoco las piedras amoladeras pueden cortar por sí mismas, pero hacen al hierro cortante”

Esta perspectiva y el bagaje cultural les permitieron a los sofistas también participar en la educación de la élite griega. Melero (1996) plantea que la educación sofística tenía una doble vertiente: una retórica, tendente a dotar al individuo de la preparación necesaria para salir airoso

en los debates políticos y forenses, y otra que podríamos llamar, en sentido muy amplio, política: un método capaz de asegurar la recta administración de los asuntos propios, así como los de la ciudad. (p. 10).

Aunque parte de la élite tradicional tuviera prevenciones con ellos, pues “para la concepción aristocrática la formación del individuo se efectuaba en el seno mismo de la ciudad, sin necesidad de intermediarios” (Melero, 1996, p. 12), esta educación se abrió paso especialmente porque enseñaban el arte de hablar persuasivamente en público, mediante la práctica de la argumentación y el ejercicio continuado de debates sobre cuestiones éticas o políticas, algo absolutamente indispensable en Atenas, cuyo sistema político y judicial, basado en la participación directa del ciudadano, exigía de éste un dominio del arte de la palabra. (Melero, 1996, p. 11).

Los sofistas, para alimentar a los oradores de lugares comunes, lanzaron reflexiones sobre el hombre, sobre su psicología, sobre las reacciones previsibles en las diversas circunstancias, sobre la estrategia, sobre la política. También captaron y desarrollaron los recursos ofrecidos por el estudio comparado de las sociedades. (Romilly, 1997, p. 237).

Algunos de sus contenidos y métodos de aprendizaje riñeron con principios éticos y morales que incomodaron a sectores que pensaban que “la virtud es algo natural, fruto de la herencia, al igual que los rasgos físicos” (Melero, 1996, p. 13). No era de la misma opinión Protágoras, para quien la virtud podía ser enseñada. Sin embargo, a los jóvenes, seducidos por el *ethos* sofístico, les atraía la idea de teorizar y cuestionar como estos mentores y también la de ser aplaudidos en la vida pública de la *polis*. Esta educación para la formación de oradores capaces de persuadir asambleas y audiencias judiciales permitía también que los alumnos destacados se abrieran camino en el terreno político.

Despertar pasiones y emociones y proyectar un *ethos* creíble y favorable hizo parte fundamental de la práctica de los sofistas. Ya en algunos fragmentos o diálogos de Platón, ya en los estudios de Romilly (1997), Melero (1996) y Plantin (2014), hay suficientes referencias que indican que el *pathos* y *ethos* fueron importantes para el objeto de la persuasión, y aunque no dejaron un registro ordenado y sistematizado del papel de las pasiones y emociones en la construcción discursiva, ello no es óbice para plantear que desconocían lo necesarias y determinantes que estas eran en la plaza pública y los estrados judiciales. Los sofistas contaban con “un conocimiento en profundidad de los caracteres, las reacciones humanas habituales, sus móviles, debilidades y comportamientos” (Romilly, 1997, p. 99).

Como se describió más arriba, teorizaron sobre temas diversos. Hippias, Protágoras y Gorgias muestran lo elevados que fueron en su formación, en su desempeño político y en la formulación de nuevas postulaciones epistemológicas y ontológicas. Al mismo tiempo, Trasímaco y Gorgias señalan con claridad prístina el papel de las emociones y pasiones en su quehacer retórico, abriendo esa tan importante relación contradictoria entre emoción- pasión-opinión/razón-verdad, entre *ethos-pathos/logos*, que va a señalar Platón en su crítica posterior.

Si se quiere, los sofistas fueron revolucionarios en relación con los postulados éticos y morales predominantes de Grecia. También en el sentido de que le dan una nueva perspectiva al uso premeditado de la palabra y al diseño de los discursos. Sin duda, la comunicación da un salto cualitativo con estos maestros de la oratoria. Romilly (1997) dirá en este sentido que “todo se convirtió en *tejne* entre sus manos; y todas estas *tejnai*, o ciencias humanas, que eran nuevas, son las que la época moderna ha tomado y profundizado” (p. 237).

1.2 Platón y los sofistas, las pasiones no guían el alma en su elevación

Como se mencionó en el capítulo anterior, los sofistas fueron acogidos por el gobierno de Pericles y por los círculos intelectuales de Grecia. Sin embargo, aunque tuvieron una excelente acogida en ciertos ambientes ilustrados, como p.ej., en la casa de Calias, y aunque gozaron de fama y notable atracción como maestros de elocuencia, un joven ateniense, de buena familia y posición respetable, no dejaba de ver a estos personajes, sabios itinerantes, bajo una luz ambigua. (Platón, 1982, p. 507).

Platón, en particular, que pertenecía a estas familias, no apropió los principios epistemológicos de los sofistas ni cedió a su efectividad como oradores. Por el contrario, expresó un profundo antagonismo y resistencia a dar por ciertos sus postulados, en especial en lo que respecta al contenido de sus enseñanzas. Con ello, Platón desarrolló los elementos de una crítica contra los sofistas y, por extensión, de la retórica, que tenía por objeto señalar que el *logos* debía predominar frente al *pathos* y el *ethos*.

Los sofistas instrumentalizaron las emociones y pasiones en aras de adherir auditorios a su favor, y como se verá a continuación, ese hecho entró en franca contradicción con el interés de Platón en buscar la verdad y lo justo para la elevación de las almas. Nuevamente surge la contradicción *pathos-ethos/logos*. Platón consideraba que el alma es inmortal e ingénita, movida en un ciclo perenne de acuerdo al alimento y fuerza de sus alas, las cuales la halan hacia donde mora el linaje de los dioses o a la deriva, hasta que se agarra a algo sólido. El plumaje de las almas se alimenta de lo bello, sabio, bueno o de lo “torpe y lo malo, y todo lo que le es contrario” (Platón, 1986, p. 236). Las almas que más se elevan ven el ser, lo verdadero, la justicia, la sensatez y la ciencia; las otras caen a tierra. De éstas, las que menos ven el ser y lo verdadero se ubican entre los sofistas, los demagogos y los tiranos; y las que más se elevan se ubican entre los

filósofos, “por eso es justo que solo la mente del filósofo sea alada, ya que en su memoria y en la medida de lo posible, se encuentra aquello que siempre es” (Platón, 1993, p. 268). Los sofistas ocupan el penúltimo lugar en la escala descendente de las almas, lo cual explica también por qué no están en condiciones de enseñar, pues la conexión de sus almas con lo verdadero ha sido breve.

Esta perspectiva del ciclo vital de las almas permite comprender el rechazo de Platón a la práctica sofística, pues esta hace caso omiso de la verdad y la considera un instrumento exclusivo para persuadir al margen del contenido. Las emociones no pueden ser guía ni base para dirigir el alma hacia lo verdadero, y por tal razón quedan relegadas. La vida justa y lo verdadero, así como el análisis correcto de los discursos, se obtienen entonces con el dominio de sí mismo y la dialéctica o método de las divisiones. La crítica de Platón, en ese sentido, es constante y, en algunos casos, punzante, como la crítica a Hippias, quien siendo el más universal de los sofistas no logra definir el concepto de lo bello, no logra definiciones conceptuales, como tampoco lo hace Protágoras, quien aun diciendo que podía enseñar la virtud, no logra definirla como concepto. Para Emilio Lledó “este tipo de diálogos en que se busca una definición sin alcanzar un fin, envuelven en el fondo la misma crítica a la incapacidad de la sofística para desvelar y definir un concepto de un tema dado” (Platón, 1993, p. 373). Y aunque Platón exprese respeto y admiración por Protágoras, y aun cuando este se reconoce como educador de los hombres y plantee que hará mejores a los hombres que deseen seguirlo, Platón desvirtúa su papel de maestro.

Platón invalida la retórica, el contenido de las enseñanzas de los sofistas y la aparente verdad que refieren sus discursos. A Gorgias le cuestiona “cuál es el poder de su arte y qué es lo que proclama y enseña” (Platón, 1993, p. 24). Y aunque el leontino señala las posibilidades que se le

abren a quien domine el arte de la oratoria y que puede darse o no un uso ético de ésta, reconoce que, en cuanto al contenido, la retórica se mueve en el terreno de la creencia, no en el de la ciencia y el saber. Gorgias plantea que su arte consiste en “ser capaz de persuadir, por medio de la palabra, a los jueces en el tribunal, a los concejeros en el Consejo, al pueblo en la Asamblea y en toda otra reunión en que se trate de asuntos públicos” (Platón, 1993, p. 32), pero también que es una persuasión dirigida a la multitud ignorante, y la ignorancia es considerada por Platón la peor de las enfermedades. De esta manera, los sofistas no transmiten lo verdadero ni lo justo, sino apariencias que impiden la elevación de las almas, pues estas solo alimentan sus alas con saber real y no con la opinión, entendida como una condición intermedia entre el conocimiento y la ignorancia.

Para Platón “la mayoría de la gente no se ha dado cuenta de lo que son realmente las cosas” (Platón, 1983, p. 244), y es esa condición lo que constituye el terreno fértil de los sofistas. Define la retórica como el arte de conducir las almas por medio de palabras, en el terreno de la opinión, por lo cual plantea que quien pretende ser orador no necesita aprender qué es, de verdad, justo, sino lo que opine la gente que es la que va a juzgar; ni lo que es verdaderamente bueno o hermoso, sino lo que lo parece. Pues es de las apariencias de donde viene la persuasión, y no de la verdad. (Platón, 1983, p. 289).

Platón les cuestiona esa peculiar capacidad, presumida por Gorgias, de teorizarlo todo. Caracteriza al sofista como un sabio aparente y responde negativamente a la pregunta de si es posible que algún hombre conozca todo. Considera que alguien puede teorizar sobre todas las cosas sólo con base en falso conocimiento, devela lo que considera una técnica para elaborar verdades artificiales y ubica al sofista en el terreno de la opinión como antípoda del conocimiento científico (*episteme*). Tal es el rechazo que le genera esta práctica, que disminuye al sofista señalando que “cuando alguien dice que sabe todo y que puede enseñar todo a los demás, por

poco dinero y en poco tiempo, ¿no debemos pensar que se trata de un juego?” (Platón, 1982, p. 376). Y al definir que no es posible conocerlo y cuestionarlo todo, también rechaza que el sofista pueda cobrar por educar a otro.

En correspondencia con esto, y a manera de ejemplo, Platón señala que es inaceptable que quien ignora los principios rectores de una ciudad pueda orientar y definir su quehacer político. En ese sentido, cuestiona que cuando un maestro de retórica, que no sabe lo que es el bien ni el mal, y en una ciudad a la que le pasa lo mismo, la persuade no sobre la sombra de un asno, elogiándola como si fuera un caballo, sino sobre lo malo como si fuera bueno, y habiendo estudiado las opiniones de la gente, la lleva a hacer el mal en lugar del bien, ¿qué clases de frutos piensa que habría de cosechar la retórica de aquello que ha sembrado? (Platón, 1983, p. 290).

A este estilo, Platón antepone el hombre de ciencia, que busca la verdad y la elevación del alma, y del cual dice soy amante de las divisiones y uniones, que me hacen capaz de hablar y de pensar. Y si creo que hay algún otro que tenga como un poder natural de ver lo uno y lo múltiple, lo persigo yendo tras sus huellas como un dios. (Platón, 1983, p. 302).

Ahora bien, la teoría cosmológica de Platón, en la que une el macrocosmos y el microcosmos en una sola correspondencia, permite corroborar cómo pasiones y emociones tampoco tendrían lugar como forma de buscar lo verdadero. Platón señala que al principio inmortal del alma (la razón) como vehículo le dieron el tronco y las extremidades en los que anidaron otra especie de alma, la mortal, que tiene en sí procesos terribles y necesarios: en primer lugar el placer, la incitación mayor al mal, después, los dolores, fugas de las buenas acciones, además, la osadía y el temor, dos consejeros insensatos, el apetito, difícil de consolar, y la esperanza, buena seductora. (Platón, 1983, p. 230).

A la esencia racional del alma le dieron un portador con emociones y pasiones, lo cual

hace del ser humano una unidad contradictoria en la que razón y emociones conviven en conflicto, cada uno de nosotros debe reconocer que hay dos principios que le gobiernan, que le dirigen, y cuyo impulso, cualquiera que sea, determina sus movimientos: el uno es el deseo instintivo del placer, y el otro el gusto reflexivo del bien. (Platón, 1983, p. 245).

Pero además en el cuerpo hay otra especie de alma que, se asienta entre el diafragma y el ombligo y no participa en nada de la opinión ni del razonamiento ni de la inteligencia, sino de la percepción placentera y dolorosa acompañada de los apetitos, pues todo lo realiza por medio de la pasión y, cuando percibe algo de sí misma, su origen, por naturaleza, no le permite razonar. (Platón, 1982, p. 240).

Despertar pasiones y emociones en la sociedad para mercadear y conducir las almas hacia la ignorancia consiste entonces en acudir a la parte inferior y menos bella del cuerpo, que impide o dificulta el uso de la razón. Platón entiende las emociones como una condición que debe ser superada y dominada por el principio inmortal del alma (la razón), y contribuir así a que el alma se eleve a un nivel superior. Desde esta mirada, los discursos deben abordarse a través del entendimiento y la búsqueda de lo verdadero, no a través de la opinión o de lo aparente. En ese sentido, pasiones y emociones no pueden determinar el contenido de los discursos ni a lo que estos incitan.

Esta naturaleza dual que emerge como un todo armónico entre el cosmos y el individuo, unida al ciclo de las almas, muestra claramente que no son las pasiones ni las emociones las que deben orientar la forma como se asimilan o diseñan los discursos. Por el contrario, la conjunción preferible para el abordaje de los discursos consiste, por un lado, en “ser moderado, dueño de sí mismo, y mandar en las pasiones y deseos (Platón, 1987, p. 92), y por otro, en buscar lo

verdadero. La persuasión, que es el objeto de la retórica, no tiene ninguna importancia frente a estos dos componentes.

La perspectiva platónica sobre los sofistas es punzante, pero de ningún modo puede afirmarse que estos constituyeron un movimiento intelectual de baja envergadura. Sus concepciones del mundo no encajaron con los criterios cosmogónicos, epistemológicos y éticos de Platón, y ello les implicó un altísimo costo, pues la sofística evolucionó inmerecidamente con una connotación negativa. Sin embargo, como lo plantea Romilly (1997), los sofistas ocuparon en todo el pensamiento griego una posición preponderante asumida metódicamente y a veces mal interpretada (...) sin ellos, los otros, con su patetismo, su sentido trágico de la historia y su indefectible fervor, no habrían sido lo que fueron. Y nosotros tampoco. (p. 242).

1.3 Aristóteles, las pasiones sustrato de la persuasión

La retórica en general y el uso de las pasiones para la persuasión en particular dan un salto cualitativo con Aristóteles, quien desde un punto de vista histórico es el primer tratadista que ordena y sistematiza las causas que conducen un auditorio hacia las tesis del orador. Como ya se señaló, el estagirita planteó que nadie antes de él había abordado la retórica con este enfoque de causalidad y que “los que han compuesto artes acerca de los discursos, ni siquiera –por así decirlo– han proporcionado una parte de tal arte” (Aristóteles, 1999, p. 163). Con él, la retórica se expone abiertamente como un medio que puede ser conocido y cuyo objeto fundamental es la persuasión, entendida esta como el arte de controlar el pensamiento y la conducta de las audiencias y donde “para ello, los oradores necesitan aparecer ante su público como personas

inteligentes, buenas y bien intencionadas” (Fonseca y Prieto, 2010, p. 84).

Para Aristóteles la retórica es entonces un arte (*techné*), una opinión contraria a la de Platón en el Gorgias, pues, considerando que por naturaleza todas las personas se interesan en sostener un argumento, “la causa por la que logran ese objetivo tanto los que obran por costumbre como los que lo hacen espontáneamente puede teorizarse; y todos convendrán entonces que tal tarea es propia de un arte” (Aristóteles, 1999, p. 162). La retórica se aborda, así como un saber conducente a la persuasión, en el que se refieren “instancias que devienen de elementos fortuitos, como el azar, la naturaleza o la violencia; y otras, que nacen de elementos psicológicos como los hábitos, el apetito irascible y los deseos pasionales” (Fonseca y Prieto, 2010, p. 80).

El debate ético y epistemológico que suscita la retórica entre Platón y los sofistas se supera con la Retórica de Aristóteles. El estagirita se separa de la discusión sobre la verdad y la moralidad de los discursos, y ahora son los sentimientos los predominantes y los que “mostrados hacia la audiencia deben estar fundamentados en inducir la creencia de que el orador busca el bien de la persona receptora y no el de él mismo” (Fonseca y Prieto, 2010, p. 80).

La verdad del contenido del discurso, así como de la intención del orador y de la idoneidad de éste, pierden importancia técnica y cobra protagonismo el *ethos*, el *parecer ser*, más que ser realmente. Este hecho, significativo para la retórica, abre una nueva perspectiva vigente hasta nuestros días, pues hoy políticos de todas orillas se esfuerzan diariamente por actuar de acuerdo con este criterio.

Asimismo, el debate con Gorgias sobre qué sabe este y qué enseña, o el sostenido en el *Sofista* sobre si puede o no saberse todo, queda relegado. En este nuevo sistema, en el que la instrumentalización de las pasiones cumple un papel preponderante, aunque se plantee que no se debe persuadir sobre lo malo y que la retórica puede usarse correctamente o no como cualquier otro bien (Aristóteles, 1999, p. 170), es claro que la moralidad sobre los discursos verdaderos y

honestos no juega ningún papel técnico, como anota también Quintín Racionero (Aristóteles, 1999, p. 170). Puede haber entonces una indiferencia hacia lo verdadero y lo ético, pues se subordina la teorización al fin supremo de la retórica, que es la persuasión, para lo cual se han de considerar sus principales causas, entre las cuales destacan las de orden emocional. En este sentido,

Aristóteles considera que las emociones surgen de tener la impresión o la fantasía de que algo bueno o malo sucedió, está ocurriendo o sucederá; no importa si el bien o el mal son verdaderos, lo que es significativo para la persona es cómo lo percibe o experimenta. (Fonseca y Prieto, 2010, p. 85).

Como criterio básico, la Retórica de Aristóteles plantea que “la persuasión es una especie de demostración (puesto que nos persuadimos sobre todo cuando pensamos que algo está demostrado)” (Aristóteles, 1999, p. 167), razón por la cual da una importancia destacada al entimema, que es la prueba o silogismo apropiado para la persuasión. El entimema tiene por objeto demostrar cosas probables, verosímiles o que indiquen signos o indicios, no aquellas que necesariamente son o deben ser. Esto hace que el entimema sea un argumento refutable y el más adecuado para la discusión en el plano retórico, donde se discute, especialmente, no las cosas que todos dan por verdaderas, pues sobre estas no se debate, sino aquellas que son contrarias para las partes. El entimema, en la retórica, busca entonces persuadir al contradictor o auditorio, y puede hacerlo de modo que el argumento sea más fácil de asimilar, pues, como forma silogística específica, omite una de sus premisas o la conclusión, y logra así expresar con mayor brevedad y sencillez la idea que quiere transmitir. La retórica debe así contar con esta forma lógica, pero como se verá, y es lo que interesa a este estudio, Aristóteles va a enfatizar en el análisis de los motivos que dirigen el comportamiento humano, por lo que el discurso no se agota

en los límites puramente lógicos (Fonseca y Prieto, 2010).

Otras pruebas por persuasión son el talante del orador (*ethos*), la disposición del auditorio y el discurso mismo que se enuncia. El talante es una prueba persuasiva en la medida en que el orador transmita credibilidad, “se persuade por el talante, cuando el discurso es dicho de tal forma que hace al orador digno de crédito” (Aristóteles, 1999, p. 176). Entonces, al margen de que enuncie o no lo verdadero, el talante se convierte en prueba solo cuando logra transmitir valores o cualidades que conduzcan al auditorio a su favor, pues “es el talante personal el que constituye el más firme medio de persuasión” (Aristóteles, 1999, p. 176). El orador debe así cumplir con este requisito no reemplazable, que de no estar presente impediría la efectividad persuasiva.

En la intención de los oradores por parecer ser, tres son las causas que hacen persuasivos a los oradores; y su importancia es tal que por ellas nos persuadimos, prescindiendo de las demostraciones. Esas causas son la sensatez, la virtud y la benevolencia. Así que cuando los oradores engañan en lo quedicen o sobre lo que dan consejo, ello es por todas estas causas o por alguna de ellas. (Aristóteles, 1999, p. 309).

Estas tres causas y este engaño referido muestran cómo puede teorizarse al margen del contenido verdadero, y cómo desde el punto de vista técnico, parecer ser cobra una destacada importancia y contribuye a explicar por qué la pretensión retórica llega hasta nuestros días con una connotación negativa.

La disposición del auditorio también es una prueba por persuasión cuando un auditorio en estado de temor, compasión, ira o bajo el influjo de cualquier otra pasión, permite que se orienten sus juicios de determinada manera, y ese es precisamente el propósito del orador. Al respecto, Aristóteles sostiene que “se persuade por la disposición de los oyentes, cuando estos

son movidos a una pasión por medio del discurso. Pues no hacemos los mismos juicios estando tristes que estando alegres, o bien cuando amamos que cuando odiamos” (Aristóteles, 1999, p. 177). Finalmente, el contenido del discurso es también una prueba por persuasión cuando dice la verdad o lo que parece serlo para el caso específico (Aristóteles, 1999, p. 177).

Para Aristóteles, el sustrato de los entimemas y demás pruebas por persuasión son las pasiones y caracteres humanos cuyo uso y tratamiento correcto hace posible los discursos efectivos, las pasiones son, ciertamente, las causantes de que los hombres se hagan volubles y cambien en lo relativo a sus juicios, en cuanto de ellas se siguen pesar y placer. Así son, por ejemplo, la ira, la compasión, el temor y otras de naturaleza semejante y sus contrarias (Aristóteles, 1999, p. 310).

Cuando Aristóteles define la retórica como “la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer” (Aristóteles, 1999, p. 173), se refiere a que el orador debe presentar, según el caso, pruebas por persuasión basadas en pasiones que orienten los juicios del auditorio, pues la retórica busca ante todo que el oyente construya el juicio previsto. Las pasiones hacen entonces parte esencial y obligatoria de la construcción discursiva. Tanto el diseño de entimemas como el contenido del discurso y el talante del orador deben conducir a que a través del uso correcto de las pasiones se conduzca hacia la intención del orador. Las pasiones son estados de ánimo que no sólo pueden acompañar el discurso o producirse mediante determinados discursos, sino que ellas mismas pueden promover acuerdos que luego se enuncian discursivamente, de tal modo que en ellas se fundaría la fuerza persuasiva del discurso” (Cárdenas, 2006, p. 97).

El buen orador debe entonces ser bueno en el diseño de entimemas, basarse en los lugares comunes de las pasiones y sus causas, y no aplicar las formas argumentativas o demostrativas de la ciencia, teniendo en cuenta que la retórica está dirigida a “oyentes de tal clase que ni pueden

comprender sintéticamente en presencia de muchos elementos ni razonar mucho rato seguido” (Aristóteles, 1999, p. 182). Esta incapacidad básica es también un saber aprovechable, que hace que el diseño de los discursos tienda o esté obligado más a despertar pasiones que a sustentar rigurosamente argumentos científicos con pretensión de verdad.

En los géneros de discursos retóricos que aborda Aristóteles, se señalan también las formas pertinentes de abordar las pasiones en cada uno de ellos. El discurso deliberativo, por ejemplo, se refiere al futuro de las cosas, tiene por objeto aconsejar o disuadir, y versa sobre lo perjudicial o lo conveniente. Este discurso tiene en cuenta la búsqueda de la felicidad y la elección de lo preferible, y desglosa detalladamente por qué y cómo se presenta esa búsqueda, haciendo que estos lugares comunes puedan utilizarse despertando las pasiones a favor del orador.

El discurso epidíctico se refiere al presente, tiene por objeto el elogio o la censura y versa sobre lo bello y lo vergonzoso. En este discurso es importante el análisis de cómo y qué cosas conducen al auditorio a pensar sobre la virtud o el vicio, y por eso la técnica consistiría en diseñar un “discurso que pone ante los ojos la grandeza de una virtud” (Aristóteles, 1999, p. 249) o que realce una característica negativa. Por último, el discurso judicial se refiere al pasado, tiene por objeto la acusación y la defensa, y versa sobre lo justo y lo injusto. En este se define qué es lo injusto, la manera de ser del injusto y quién es fácilmente víctima de lo injusto.

El objetivo de la Retórica es entonces dar a “conocer los medios de convicción más pertinentes para cada caso” (Aristóteles, 1999, p. 172), y por eso Racionero plantea que si alguien “no omite ninguno de los métodos pertinentes diremos que su inteligencia de la ciencia es adecuada” (Aristóteles, 1999, p. 174), es decir, que quien conoce los elementos del sistema conoce el arte de la retórica, “tiene el conocimiento necesario que el orador debe poseer para poder controlar la mente y el comportamiento de su audiencia” (Fonseca y Prieto, 2010, p. 83).

Aristóteles presenta así un método útil en sentido práctico, que cobra una significativa vigencia histórica, considerando que en la retórica moderna el uso de las pasiones también está en primer orden de importancia.

1.4 Cicerón y el orador ideal

Los sofistas enseñaron retórica sugiriendo estilos y nuevos métodos y cobraron por ello para pesar de Platón; Aristóteles presentó un soberbio tratado sobre las causas de la persuasión y enfatizó en la importancia de despertar pasiones para inducir en los auditorios las tesis del orador; Cicerón, en su aporte a la historia de la retórica, propone el modelo de orador ideal, en el que la dotación natural y formación cultural del orador pueden hacerle capaz de guiar las audiencias

con solvencia y efectividad. Para Cicerón, este orador ideal debe “dominar un amplio número de saberes y técnicas, desde la dialéctica a algo muy parecido al arte escénico, pasando por la psicología, la historia, el derecho, etc.” (Cicerón, 2002, p. 25), debe agitar y conmover las pasiones y emociones del auditorio, y para ello conocer “la naturaleza humana, los mecanismos psicológicos a que obedece” (Cicerón, 2002, p. 31), así como estar “convenientemente pertrechado de filosofía moral y de conocimientos del alma” (Cicerón, 2002, p. 26).

Cicerón otorga gran peso a la instrumentalización de las pasiones y emociones como medio para conseguir la persuasión, coincidiendo así con Aristóteles y los sofistas, razón por la que, en este punto, puede señalarse que la comprensión y la agitación de las pasiones a través de la oratoria hacen parte de la tradición retórica. Al respecto, Cicerón sostiene que “no podrá lograr mediante el uso de la palabra sus propósitos quien no conozca a fondo la naturaleza humana, todas las virtualidades de la condición humana y las causas mediante las que los espíritus se excitan o se amansan” (Cicerón, 2002, p. 110). Se trata entonces de que el conocimiento de las pasiones y emociones esté al servicio de la retórica, pues según el orador “el mayor poder de un orador consiste ya en incitar el ánimo de sus oyentes ya a la ira, al dolor, al odio, ya en hacerlos volver de estas pasiones a la mansedumbre y compasión” (Cicerón, 2002, p. 110).

Esta forma de hacerse con el ánimo de la audiencia, que busca que esta sea obligada por sus sentimientos a adherirse a las tesis del orador, debe contar entonces con que éste manifieste y exprese conexión e identidad con las pasiones y emociones del auditorio. El orador debe así sentir como la audiencia y manifestar un acto reflejo con el espíritu de esta, “pues no puede ocurrir que el oyente pueda sentir dolor, odio, envidia, que pueda temer algo, que pueda inducirse al llanto o a la piedad, sin que parezca que todos esos sentimientos que el orador quiere hacerle sentir, estén grabados a fuego en el propio orador” (Cicerón, 2002, p. 286).

Corresponde aquí la teatralidad del orador, parecer ser aun sin ser, y tener en cuenta nuevamente la importancia que Demóstenes daba a la representación. No importa que sea o no cierto que el orador sienta como la audiencia, pero sí lo es que parezca que vive y siente como ella. El orador debe “ser capaz de sufrir, de que la ira lo domine, de llorar” (Cicerón, 2002 p. 290), de proyectar el *ethos*.

La identificación emocional con el auditorio supone que el orador debe conocer bien a su público, ya que, sin esa valoración previa del auditorio, de su naturaleza y condición, es imposible acertar el contenido adecuado del discurso y definir las formas discursivas pertinentes. En este sentido, refiriéndose al auditorio, Cicerón plantea que “le da vueltas con toda a su imaginación para poder husmear con el mejor olfato de que soy capaz cuáles son sus sentimientos, sus opiniones, sus expectativas, sus querencias, y las posiciones a donde aparentemente se podría llevar más fácilmente” (Cicerón, 2002, p. 285). En la retórica ciceroniana, el conocimiento del auditorio, así como la organización del discurso y el uso de las pasiones, son aspectos sin los cuales el orador no podría tener resultados favorables.

Una elevada formación cultural es también una condición necesaria del orador ideal, ya que este debe dominar la mayor cantidad de temas. Para Cicerón “es conveniente que el discurso brote y rebose del conocimiento de las cosas, pues si este no trata de cosas familiares y conocidas al orador, se reduce a palabrería huera y poco menos que infantil” (Cicerón, 2002, p. 93). Debe darse así una relación intrínseca entre conocimiento y oratoria, entre saber real y retórica, pues “sin una intensa práctica de todos los asuntos públicos, sin el conocimiento de las leyes, las costumbres, el derecho, y desconociendo la naturaleza y el carácter de los hombres, no es posible moverse en estos mismos temas con la suficiente soltura y pericia” (Cicerón, 2002, p. 108). La verdad es entonces reivindicada. Con Cicerón el *logos* supera su condición marginal anterior y

reclama una relación equilibrada con el *pathos* y el *logos*.

El conocimiento del orador debe ser verdadero, no aparente, y debe hacerse a una formación cultural lo más universal posible, lo cual hace que este orador ideal sea difícil de obtenerse. No quiere decir lo anterior que la retórica no se desenvuelva en el terreno de la opinión y que el auditorio sea apto para razonar largamente y de manera compleja sobre todos los asuntos. Lo que Cicerón quiere decir es que el orador ideal debe tener una vasta formación cultural para abordar con efectividad la mayor cantidad de escenarios, y debe pertrecharse y prepararse para auditorios específicos, pues “nadie puede hablar de lo que nosabe sino de un modo totalmente lamentable” (Cicerón, 2002, p. 249), y esto es algo que debe evitarse.

A su vez, Cicerón soslaya los manuales de retórica de su tiempo. Sin desconocer que la historia de los grandes maestros de oratoria deba tenerse en cuenta y que los manuales pueden estudiarse, se hace a un lado de esos parámetros técnicos por considerar que contribuyen poco a la formación de oradores persuasivos. José Javier Iso, en la introducción a la obra de Cicerón, *Sobre el orador*, plantea que el arpino trata de “evitar en este diálogo cualquier tecnicismo, cualquier rasgo que huelga a manual” (Cicerón, 2002, p. 30), con lo que se da un viraje en la perspectiva pedagógica de la retórica, en la comprensión de cómo se forman los oradores, pues cuestiona nada menos que la retórica pueda enseñarse. Cicerón exhorta a quienes desean aprender oratoria a que “no confíen en poder conseguir lo que aspiran con las recetas o profesores o ejercicios que todos utilizan” y a no seguir lo que denomina “esa especie de retahíla de recetas” (Cicerón, 2002, p. 95).

Esta postura de Cicerón no debe entenderse como una infravaloración a los aportes de Aristóteles y los sofistas, sino como una nueva forma de entender la esencia y naturaleza del

orador, en la que se tienen en cuenta sus cualidades y talento natural, la relación entre conocimiento y oratoria, entre saber verdadero y discurso, así como la necesidad de que el orador piense como el auditorio, sienta como este y hable con sus palabras. Para Cicerón, la técnica de la retórica “sea ya un arte, ya algo que se le parece, no es ciertamente nada que deba descuidarse. Pero hay que comprender que hay otras cosas de mayor entidad para conseguir la elocuencia” (Cicerón, 2002, p. 130).

En contraposición a los manuales de retórica, Cicerón considera que la “elocuencia no ha nacido de la técnica retórica, sino la retórica de la elocuencia” (Cicerón, 2002, p.142) y propone la tesis de que el talento natural del orador es la que determina su idoneidad. Los rasgos naturales del orador son los que potencian y dan las condiciones necesarias para su adecuada formación y desarrollo. Cicerón sostiene que la naturaleza y el talento, en primer lugar, son los que aportan más posibilidades a la oratoria; y que en realidad no han sido medios ni método en la oratoria lo que les ha faltado a esos redactores de manuales; pues debe haber una cierta rapidez de reflejos en el espíritu y en el ingenio, mostrándose así agudos para la imaginación, ricos para la exposición y el ornato y firmes y duraderos para la memoria. (Cicerón, 2002, p. 131).

La condición natural del orador es la que le hace capaz de abordar y desarrollar las cualidades necesarias para solventar temas diversos, así como instrumentalizar las pasiones y emociones de los auditorios, y aunque pasiones y emociones no son lo único ni el objeto principal de su modelo retórico, sí hacen parte de la estructura y de la puesta en escena del orador.

Finalmente, Cicerón propone una especie de guía en la que indica los pasos para el diseño de los discursos, pero esta no debe entenderse como un manual o una técnica, sino como una ruta básica y confiable para la formulación discursiva. En este sentido, señala que el orador “tiene

que encontrar lo que tiene que decir, seguidamente distribuir y colocar lo hallado no solo con orden sino con cierto ritmo y prudencia, y por fin revestir y adornar entonces el discurso” (Cicerón, 2002, p. 141). Pero estos pasos necesarios deben considerarse teniendo en cuenta que el discurso ha de conformarse no solo mediante las palabras adecuadas (...), hay que conocer a fondo todas las pasiones con que la Naturaleza dotó al género humano, ya que toda la fuerza y esencia de la oratoria ha de manifestarse en calmar o excitar el ánimo de los oyentes. (Cicerón, 2002, p. 92).

Son así diversas las cualidades y condiciones que debe cumplir el orador ideal de Cicerón, pues se le exige “la agudeza de los sofistas, la profundidad de los filósofos, poco menos que las palabras de un poeta, la memoria de un jurisconsulto, la voz de un tenor, y casi los ademanes de los grandes actores” (Cicerón, 2002, p. 136). El orador tiene entonces unas condiciones básicas, de donde proviene su talento y posibilidad de desarrollo, debe emprender un recorrido formativo que le haga capaz de abordar los escenarios, y debe conocer la naturaleza humana y las condiciones psicológicas de los auditorios para despertar las emociones pertinentes. De este modo, Cicerón, mirando de soslayo aportes como el de Tisias y Torax, considerados por la tradición como los formuladores del primer manual de retórica, aportó elementos novedosos a la historia de la retórica y, cumplirá una destacada influencia en la retórica de la Edad Media.

1.5 Retórica en la Edad Media: San Agustín y el apologista cristiano

El paso de la República Romana al Imperio implicó para la retórica el tránsito del debate público y deliberativo a las aulas de escuela. El poder autárquico de los emperadores y el nuevo orden no permitían ahora que la retórica se manifestara plenamente, ya que “la retórica pierde su razón de ser, pues la sociedad que la sostiene, es decir, la sociedad que, según Tácito, la necesita, desaparece y, en su lugar, surge otra nueva, distinta, cuyas condiciones son contrarias al ejercicio de la oratoria” (Rey, 2012, p. 349). Con el Imperio ya no hay incentivos para la práctica oratoria y “una vez suprimidas las libertades, la retórica, privada de todo compromiso social, se transforma en una mera actividad académica” (Rey, 2012, p. 349).

Esta pérdida del contexto político y social propicio para la retórica abrió paso al periodo de la *Segunda Sofística* (año 50 al 400), “caracterizado por un interés exagerado por la declamación oratoria” (Murphy, 1986, p. 48), (*declamatio*), la cual había sido abordada desde Cicerón “como un ejercicio escolar para preparar y promocionar discursos ficticios” (Murphy, 1986, p. 50). Cicerón tuvo una gran influencia en los teóricos del discurso que aportaron a este periodo de la *Segunda sofística*. Fue la base de las tesis de Horacio, Donato y Quintiliano, quienes hicieron parte de la tradición romana, y cuyos aportes son tan importantes que, según James Murphy, Quintiliano, con “sus preceptos proporcionó el modelo para las escuelas provincianas romanas, a las que posteriormente asistirían algunos de los primeros padres de la iglesia cristiana” (Murphy, 1986, p. 35).

La *Segunda sofística* tuvo “un tono pragmático e íntimamente ligada a las leyes romanas” (Murphy, 1986, p. 54), diferente a la retórica aristotélica de tono filosófico y lógico. Sin embargo,

con el advenimiento del cristianismo la retórica en general fue instrumentalizada y mostró con ello, una vez más, su flexibilidad y docilidad para responder, ya con su omisión ya con su participación, a los intereses de cada momento histórico. La retórica estuvo así implicada en el intenso debate ideológico de la comunidad cristiana del siglo V DC, “una discusión general que imponía a la Iglesia la necesidad de proveer de un marco cristiano a una sociedad inmersa en un mundo pagano” (Murphy, 1986, p. 59). Para la comunidad cristiana, definir la base intelectual de una cultura que permitiera a la Iglesia realizar su tarea de conducir a los hombres a la salvación era un asunto de la máxima importancia, pues de su éxito dependía la formación de los futuros apologistas para defender la doctrina contra la herejía. (Murphy, 1986, p. 61).

Un nuevo mundo se abría paso y traía consigo su propia cosmovisión, la cual requería de principios y nociones que chocaron con la riqueza intelectual del pasado. La retórica hizo parte de este debate sobre la cultura pagana, pues se le reconocía como un elemento de la tradición filosófica que estaba al margen del cristianismo. Murphy describe esta nueva situación evocando el pensamiento de algunos padres de la Iglesia, entre los que se encuentran Titanio, que refiriéndose a los pensadores paganos, decía que “vosotros habéis inventado la retórica para la injusticia y la calumnia (...) Vosotros habéis inventado la poesía para cantar las batallas, los amores de los dioses, y todo lo que corrompe el espíritu” (Murphy, 1986, p. 59). Cipriano, “que había sido profesor de retórica en Cartago, y al convertirse rechazó por completo las letras profanas y todo el resto de su vida jamás volvió a citar a poeta, retórico u orador paganos” (Murphy, 1986, p. 61). Y también Justino, quien “previene contra la indebida veneración de las palabras (esto es, de literatura) que no procedan de Dios” (Murphy, 1986, p. 61).

La exigencia de teorizar el pensamiento cristiano llevó a la dicotomía de aceptar o no la filosofía y la retórica griega y romana, pues “aunque los ataques a la retórica tenían ya una vieja

tradición, los escritores cristianos vieron a menudo en la retórica de su tiempo el pecado de una cultura mundana, pagana, que podía apartar de Dios a los hombres” (Murphy, 1986, p. 63). Otros no dogmáticos como San Basilio, que “recomienda recogerlas rosas de entre las espinas de la literatura pagana” (Murphy, 1986, p. 64), y como San Ambrosio, que “reconoce la necesidad de que los predicadores se eduquen, y condena, no la retórica en sí misma, sino sus abusos sofisticos” (Murphy, 1986, p. 64), plantearon una especie de reconciliación con los aspectos positivos de la filosofía clásica.

El debate de si debe aceptarse o no que se incluyan las formas paganas del discurso en la formación del apologista cristiano fue abordado también por San Agustín, quien definió el curso de la discusión a favor del uso de la retórica. San Agustín reconoce que de la filosofía pagana pueden tomarse aspectos positivos, y aunque “reduce enérgicamente las cosas de la cultura profana que un estudiante puede aprovechar, se apresura a señalar que el joven debe adoptar aquellas instituciones humanas útiles para el trato social y los objetivos necesarios de la vida” (Murphy, 1986, p. 70). Tal como lo planteó Platón y Aristóteles, también San Agustín ve en la retórica un instrumento cuyo uso se enfrenta a una dualidad ética. Sin embargo, aun considerándola arte pagano, señala que puede y debe ser utilizada. En este sentido cuestiona que si se tiene a “disposición el poder de la elocuencia, que es tan eficaz para defender tanto la causa errónea como la verdadera, ¿por qué no la adquieren celosamente los buenos, en servicio de la verdad?” (Murphy, 1986, p. 71).

Se trata entonces de no dejar este instrumento de la elocuencia solo en manos de los contradictores, sino apropiarlo en favor de los intereses del cristianismo, pues “dado que, con el arte de la retórica, se defiende tanto la verdad como la falsedad, quién osaría decir que, contra la falsedad, la verdad, en lo que concierne a sus defensas, debe quedar desarmada” (Murphy, 1986,

p. 71). San Agustín cuenta con el vacío que tendría el cristianismo si no contara con las posibilidades que le brinda la retórica a su propósito de impulsar el nuevo paradigma, por lo que revitaliza su sentido práctico, así como la contradicción entre el contenido del discurso y la forma en que es pertinente transmitirse.

San Agustín se dispone entonces al objeto de darle herramientas al apologista cristiano con vistas a aumentar su capacidad persuasiva. Ahora este vocero deberá tener en cuenta criterios básicos acerca del alcance y límites de la retórica, y partir de que hay “un método de descubrir (*modus inveniendi*) las cosas que deben entenderse, y un método de expresarles a los otros (*modus proferendi*) lo que hemos aprendido” (Murphy, 1986, p. 70).

El apologista cristiano, “doctor y expositor de las Escrituras divinas, como defensor que es de la fe y debelador del error, debe enseñar lo bueno y desenseñar lo malo” (San Agustín, 1986, p. 296), y hacer esto es enseñar lo verdadero, lo útil, lo que está en correspondencia con el contenido y la ética cristiana. Este orador a su vez debe “hablar cosas justas, santas y buenas, y no debe hablar otras” (San Agustín, 1986 p. 301). Para San Agustín, el orador cristiano debe saber, y en este sentido, muy en correspondencia con Cicerón, plantea que “la elocuencia sin sabiduría la más de las veces daña, y nunca aprovecha” (San Agustín, 1986, p. 269), y que el orador debe basarse en el conocimiento, sin el cual no es posible tener los elementos necesarios para formar y dar estructura al orador de Dios.

En su propuesta retórica, San Agustín contempla como un factor determinante la necesidad de despertar emociones para mover a la acción el espíritu de los oyentes, y señala cómo es inaceptable que el falseador tenga el tino y la capacidad de conducir las mentes del público al error por la fuerza de su oratoria, pues ora lo aterroriza, ora lo entristece, ora lo anima, ora con

ardor lo excita, mientras que otro que lucha por la verdad es indolente, frío, y se duerme. (Murphy, 1986, p.71).

Como Cicerón, San Agustín destaca también la importancia de que el orador sienta como el auditorio, dado que esa actitud le permite “apaciguar a los contrarios, alentar a los tibios y enunciar a los ignorantes de qué se trata y qué deben esperar” (San Agustín, 1986, p. 269).

Despertar emociones y pasiones es en San Agustín un condicionante. De esa manera coincide con los sofistas, Aristóteles y Cicerón, y se incorpora en la tradición retórica que refiere a las emociones como detonante para conducir y mover los auditorios a la acción. Para San Agustín, mover las emociones está particularmente orientado a aquellos auditorios que, teniendo presente el contenido verdadero, no se alientan a la acción y por tanto se hace necesario hablar con sublimidad buscando que “no sean remisos a cumplir lo que ya saben y presten asentimiento a las cosas que confiesan verdaderas” (San Agustín, 1986, p. 269).

Despertar emociones es un aspecto esencial del discurso bueno, justo y verdadero que pronuncia el orador cristiano, que debe ser activado sólo cuando el interlocutor o auditorio es renuente a la acción a la que se pretende ser conducido. Así “conviene pues que el orador sagrado cuando aconseja alguna cosa que debe ejecutarse, no solo enseñe para instruir y deleite para tener la atención del auditorio, sino también mueva para vencer” (San Agustín, 1986, p. 299), es decir, mueva para materializar la acción que se espera del sujeto receptor.

Para James Murphy, la obra *De doctrina Christiana*, de San Agustín, representa el primer tratado de retórica cristiana de la historia. Con ella se salda el debate de si el orador cristiano debe o no hacerse a la retórica como instrumento útil para la evangelización. San Agustín pertrecha así a los apologistas cristianos, les da los criterios, los elementos básicos adscritos al

contenido y la ética cristiana para que resuelvan y ganen el debate a la herejía y el paganismo, y puedan persuadir con éxito los escenarios donde transmiten la palabra de Dios. Se postula entonces “la existencia de un nuevo tipo de elocuencia adecuado para hombres más dignos de la suprema autoridad y a las claras inspirado por Dios” (Murphy, 1986, p. 71).

En la Edad Media, posteriormente, otros autores hicieron aportes importantes a la retórica. San Beda, por ejemplo, en el siglo VIII, señala “lo que había llegado a ser una parte cada vez más importante de la poética latina: la teoría del *rithmus*” (Murphy, 1986, p. 89). James Murphy señala que esta invención medieval se usó especialmente en la composición de himnos y de la redacción de cartas protocolarias en las que se empleaba una forma muy estilizada de la prosa, que se dio en llamar *cursus*. Y, por supuesto, el *rithmus* encontró su primera expresión, como lo indica San Beda, en la composición de la poética latina del siglo VIII, característica que había de mantenerse hasta el siglo XIII. (Murphy, 1986, p. 90).

Rabano Mauro, en el siglo IX, avanza más que San Agustín en la aplicación de la retórica a la teoría cristiana, pues no se pliega exclusivamente a la escuela ciceroniana. Según Murphy (1986), nunca se exagerará la importancia de este método antológico, pues es aquí casi completa la asimilación de la retórica clásica en la metodología cristiana de la persuasión. La obra de Rabano es un hito significativo en la historia de la predicación, por haber sido éste el primero, entre muchos escritores medievales, que hizo una selección pragmática de ideas que le son útiles, sin adoptar el sistema completo que originó dichas ideas. (p. 94).

Es decir que adoptó no solo un sistema en particular de retórica, sino que seleccionó para el interés de la divulgación cristiana lo que consideró más conveniente de cada uno de los existentes. Murphy plantea que “Rabano quiere cambiar todo lo que le sirve y seleccionar –y rechazar– de acuerdo con las necesidades del nuevo orador eclesiástico” (Murphy, 1986, p. 98).

Con él se consuma “el postulado básico de las artes medievales del discurso, según el cual, el pasado debe servir a las necesidades particulares del presente” (Murphy, 1986, p.98).

Otros autores abordaron y debatieron sobre retórica en la Edad Media, y demostraron que tuvo aplicaciones y desarrollos específicos. La retórica no fue completamente asfixiada como podría sugerirse si se atiende el tema prejuiciosamente, pues, aunque afrontó un repliegue significativo en un contexto que impedía todas sus posibilidades, se mantuvo hasta cierto punto y fue claramente útil a la divulgación y persuasión que requería el cristianismo, especialmente en sus comienzos, cuando más debió ser combativo. El tránsito de una retórica asamblearia y deliberativa a instrumento de los postulados cristianos mostraba la capacidad de adaptación de la retórica, su docilidad a los intereses de cada periodo histórico, y por supuesto su utilidad práctica.

Capítulo II

2.1 Perelman, la nueva retórica y la subordinación al auditorio

La retórica posterior a la Edad Media afronta una nueva dificultad debido a que el pensamiento moderno y el método científico se abrieron paso de manera predominante en la búsqueda de la verdad y de los criterios que la sustentan. Según Perelman (1989), desde Descartes, pasando por los empiristas ingleses y la Ilustración, hasta mediados del Siglo XX, la retórica fue reducida a ornato figurativo y despojada de su contenido filosófico. A la retórica se antepuso la interpretación y pretensión de conocimiento detallado de la realidad lo verdadero, por lo cual, en términos de amplitud y significación filosófica y social, no tuvo un lugar destacado.

Para Perelman (1989) “la suerte histórica de la retórica ha estado ligada a la valoración gnoseológica que, en distintas épocas, se ha hecho de la opinión en su relación con la verdad” (p. 7), así como a cada periodo histórico-político corresponden unas posibilidades para su desarrollo, por lo que durante estos siglos la filosofía, “en vez de ver la retórica como antístrofa de la dialéctica, tendió a verla como antístrofa de la poética, es decir como simple arte ornamental” (Perelman, 1989, p. 13), despojándola de su utilidad práctica y de sus posibilidades argumentativas. La retórica fue reducida al libro tres de la Retórica de Aristóteles, soslayando los libros uno y dos que corresponden a los principios filosóficos y psicológicos que la sustentan más allá de “sinónimo de artificio, de insinceridad, de decadencia” (Perelman, 1989, p. 9).

La superación de esta retórica ornamental propuesta por Perelman debe entenderse entonces como un hecho histórico, significativo, que modifica una perspectiva predominante de siglos y

que en el contexto de la sociedad de mercado y de los grandes medios de comunicación de mediados del siglo XX, reivindica la retórica en términos generales, dándole altura y ampliando sus posibilidades. Como se verá, Perelman (1989) logra dar vuelta a esa interpretación reduccionista de la retórica, recupera su esencia filosófica y pondera su verdadero alcance, abriendo nuevas líneas de aplicación y señalando la relación que tiene con la filosofía y la argumentación. Esta nueva perspectiva rehabilita “la retórica clásica menospreciada durante la Edad Moderna como sugestión engañosa o como ornato literario” (Perelman, 1989, p. 15), siendo este el gran aporte de Perelman a la historia universal de la retórica.

Perelman (1989) parte de la concepción epistemológica de que “no se pueden explicar la regla de justicia, ni las normas jurídicas o morales en términos de la lógica formal, cuyas proposiciones son racionales y gozan de necesidad y universalidad” (Perelman, 1989, p. 14), razón por la que se hace necesaria una herramienta que permita razonar estas normas y estas reglas con una nueva lógica. Perelman (1989) encuentra en la retórica, especialmente la aristotélica, dicha herramienta, e instaura una “reivindicación de la lógica no formalizada, de la argumentación de la retórica y filosófica como una realidad susceptible de estudio racional” (Perelman, 1989, p. 14).

Esta nueva teoría de la argumentación tiene en cuenta que, mientras la ciencia se basa en lo evidente, en premisas verdaderas y necesarias, en pruebas irrefutables y racionales, la filosofía y la retórica replantean siempre los problemas desde el comienzo, aportando pruebas solamente probables, razonables, preferibles, que han de ser aceptadas responsablemente. (Perelman, 1989, p. 16).

En ese sentido, coincide con Aristóteles en que la retórica puede abordar los cuestionamientos filosóficos a través de razonamientos verosímiles y creíbles, cuyo objeto

fundamental es la persuasión, no el convencimiento. Para Perelman (1989), “la persuasión connota la consecución de un resultado práctico, la adopción de una actitud determinada o su puesta en práctica en la acción, el convencimiento no trasciende la esfera mental” (p. 16). En este sentido, la filosofía y todo objeto de discusión en esta lógica de lo preferible no pueden ser totalizantes, definitivos, acabados, pues están sujetos a la discusión argumentativa y a que todo pueda ser rebatido.

En esta *nueva retórica* no hay, por tanto, lugar para las verdades absolutas, porque se perdería así el sentido de una lógica que hace “posible aplicar la razón al mundo de los valores, de las normas, de la acción” (Perelman, 1989, p. 17), que permite la afirmación o negación de una tesis, y que proyecta la acción esperada del interlocutor. De esta forma se supera cualquier pretensión de que las formas argumentativas no científicas no pueden ser racionalizadas.

Al tratarse de razonamientos probables, verosímiles y basados en premisas no absolutas, esta teoría de la argumentación tiene como escenario natural el debate y la confrontación de ideas, en donde, al no abordarse argumentos científicos acabados, sino argumentos que pueden o no ser derrotados, el resultado práctico es determinante, pues tiene por objeto que el interlocutor sea persuadido a la acción. No se trata de debatir con un fin contemplativo, sino de adherir el auditorio a las tesis del orador con miras a la acción. Así, “mientras que la argumentación retórica va siempre dirigida a un auditorio concreto y particular, al que pretende persuadir, la argumentación filosófica se dirige a un auditorio ideal y universal, al que intenta convencer” (Perelman, 1989, p. 16).

Esta forma argumentativa no pretende ser demostrativa, pues “una ciencia racional no puede contentarse con opiniones más o menos verosímiles, sino que elabora un sistema de

proposiciones necesarias que se impone a todos los seres racionales y sobre las cuales es inevitable estar de acuerdo” (Perelman, 1989, p. 31), de modo que ante lo demostrado con criterio de verdad no hay discusión ni confrontación de ideas sino adhesión. La nueva retórica da así pautas y criterios para afrontar estos debates, pertrecha al orador con una teoría que a buen uso da una ventaja y brinda “las técnicas discursivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su asentimiento” (Perelman, 1989, p. 34).

Dado que la pretensión es la adhesión, toda argumentación se desarrolla teniendo en cuenta un auditorio específico, razón por la cual este se convierte en objeto de estudio y su análisis y valoración es fundamental para el orador. Reconocer la naturaleza del auditorio, sus lugares comunes, sus creencias, sus valores morales predominantes, sus aspiraciones, es una condición necesaria sin la cual toda pretensión argumentativa puede fracasar. Como en la Retórica de Aristóteles, y Cicerón, en la *nueva retórica* “cuando se trata de argumentar, de influir, por medio del discurso, en la intensidad de la adhesión de un auditorio a cierta tesis, ya no es posible ignorar por completo, al creerlas irrelevantes, las condiciones psíquicas y sociales sin las cuales la argumentación no tendría objeto ni efecto” (Perelman, 1989, p. 48).

Este acercamiento psicológico que Perelman denomina *contacto intelectual*, parte de que “el orador admite que se debe persuadir al interlocutor, pensar en los argumentos que pueden influir en él, preocuparse por él, interesarse por su estado de ánimo” (Perelman, 1989, p. 51) y así, toda argumentación que pretenda efectividad debe estar en función del auditorio. La calidad del orador se valora entonces en función de qué tanto éste mide las condiciones que exige el auditorio, de qué tanto lo reconoce y asume, porque “una imagen inadecuada del auditorio, ya la cause la ignorancia o el concurso imprevisto de diversas circunstancias, puede tener las más lamentables consecuencias” (Perelman, 1989, p. 56).

El orador debe adaptarse al auditorio pues “en la argumentación, lo importante no está en saber lo que el mismo orador considera verdadero o convincente, sino cuál es la opinión de aquellos a quienes va dirigida la argumentación” (Perelman, 1989, p. 61). Toda la argumentación, su contenido y su forma, la meditación previa, la estructura, las conclusiones, deben estar subordinadas al auditorio, ya sea este universal, particular, una deliberación con uno mismo o de un único oyente. En este propósito de adecuar el discurso al auditorio entran en juego todos los elementos culturales, religiosos, económicos y sociales que lo influyen, lo cual quiere decir que el orador debe contar con la mayor cantidad de elementos que le permitan la valoración objetiva más cercana a los intereses del auditorio, y debe considerar también sus ideas inamovibles, su lenguaje común y su historia.

Los ornatos, el talante del orador, la condición intelectual del orador, no reemplazan la caracterización del auditorio, porque incluso el criterio de *verdad*, del *hecho*, de los *valores*, de las *presunciones*, está circunscrito a la cosmovisión de este. Es sobre la base del auditorio que se teoriza adecuadamente para convencer y conducir a la acción. “Solo existe una regla, la adaptación del discurso al auditorio, cualquiera que sea, pues el fondo y la forma de ciertos argumentos, que son apropiados para ciertas circunstancias pueden parecer ridículos en otras” (Perelman, 1989, p. 63).

Las pasiones y emociones cumplen también una función para la argumentación en la *nueva retórica* de Perelman. En eso coincide nuevamente con Aristóteles y toda la tradición retórica, señalando que despertar las pasiones del auditorio puede ser un objetivo del orador que pretende la adhesión, en contraposición de quienes presentan argumentaciones científicas terminadas, dado que estos últimos en ninguna circunstancia tienen esa necesidad: mientras que la tarea del filósofo en la medida en que se dirige a un auditorio particular, consistirá en acallar las pasiones

que son propias del auditorio, de modo que facilite la consideración objetiva de los problemas en discusión, quien trate de ejercer una influencia concreta, iniciada en el momento oportuno, deberá por el contrario excitar las pasiones, emocionar a los oyentes, de manera que determine una adhesión suficientemente intensa capaz de vencer a la vez la inevitable inercia y las fuerzas que actúan en sentido distinto al deseado por el orador (Perelman, 1989, p. 94).

Como es tradicional en la teoría filosófica de la retórica, las pasiones y emociones no son el único aspecto que debe tenerse en cuenta para efectos de la persuasión, pues el talante del orador, su formación cultural y el contenido del discurso son también determinantes. Por eso Perelman ve en la instrumentalización de las pasiones un recurso que debe usarse o no según sea el caso, pues quien argumenta no se dirige a lo que se considera facultades tales como la razón, las emociones, la voluntad; el orador se dirige al hombre completo. (Perelman, 1997, p. 33).

Las pasiones están circunscritas a la lectura correcta del auditorio, por lo cual se espera que el orador identifique previa e intencionadamente cuáles conviene atizar y cuáles corresponden al caso. Avivar las pasiones inadecuadas necesariamente conduciría a un resultado de frustración, por lo que definir cuáles pasiones despertar y cuáles no, así como definir los lugares comunes de cantidad, calidad y los valores, está en absoluta dependencia del análisis del auditorio, al cual Perelman (1997) define como “el conjunto de aquellos sobre los cuales el orador quiere influir con su argumentación” (p. 35).

En diferentes circunstancias del debate basado en verosimilitudes pueden despertarse pasiones y emociones según la pertinencia, pero no siempre es necesario hacerlo como sugiere Perelman y como lo señala San Agustín. El buen orador debe entonces, considerando su interés, tener la capacidad para identificar las pasiones adecuadas del momento, de modo que, por ejemplo, el orador que busca en el discurso epidíctico, tal como en el elogio fúnebre, crear una comunión

alrededor de ciertos valores, puede aprovecharse de la emoción suscitada para excitar a la acción y a la revuelta a aquellos que antes del discurso sólo habían pensado en comulgar alrededor de los despojos del difunto (Perelman, 1997, p. 41).

Para Perelman (1997), el buen orador debe cuidar con detalle la intención de despertar pasiones, pues al ser parte de la intimidad del auditorio y de la complejidad de la situación que conlleva a la decisión, una mala representación del orador o una expresión inadecuada puede generar un juicio negativo de éste y crear una percepción de farsa. Así, “los efectos oratorios cuando no parecen corresponder a una emoción sincera, cuando carecen de naturalidad, se descalifican como procedimientos, lo que no dejará de tener por consecuencia una apreciación peyorativa de la retórica” (Perelman, 1997, p. 118).

Esta forma de pensar la deliberación, que constituye una nueva lógica para la argumentación de los juicios de valor, una racionalización de la técnica del debate y la discusión en el terreno práctico, para Perelman no debe estar en contraposición con las formas racionales y argumentativas de la ciencia. Deben por el contrario entenderse como dos métodos de razonar complementarios, con lo que puede superarse el antagonismo secular entre verosimilitud y verdad. Perelman, al referirse a quienes critican la validez de esta nueva forma de razonar desde lo verosímil, plantea que su error radica “en concebir al hombre como si fuera un ser compuesto por facultades completamente separadas”. (Perelman, 1989, p. 94).

La teoría de la argumentación de Perelman es sin duda un paso importante en la revitalización de la retórica, su propuesta de una nueva lógica basada en la retórica antigua y que no antagoniza con la lógica formal o analítica, brinda un punto de partida y un desarrollo que lo ubica entre los grandes teóricos de la retórica de la historia.

2.2 El intuicionismo y los fundamentos morales en Haidt

La retórica, cuyo objeto es la persuasión y que se aborda de acuerdo con la política y la epistemología predominante de cada periodo histórico, se revitaliza con Perelman a mediados del siglo XX, luego de ser eclipsada por el racionalismo cartesiano. Posteriormente, en la segunda década del siglo XXI, la retórica encuentra un desarrollo con Jonathan Haidt, quien conserva aspectos ya teorizados por la tradición retórica e incluye nuevos elementos abordados con científicidad y experimentación.

Haidt no es propiamente un teórico de la retórica. Sin embargo, en su *Modelo intuicionista social* y en su *Teoría de los fundamentos morales*, señala cómo la persuasión puede conducirse con efectividad sobre la base de comprender la naturaleza psicológica y evolutiva del ser humano. Como Aristóteles y Perelman, descarta que la persuasión pueda darse exponiendo demostraciones científicas y rigurosas, y más bien exhorta a que la conexión con el interlocutor se dé considerando sus emociones y su comportamiento moral específico.

La moralidad, que es el objeto de estudio en el texto *La mente de los justos*, es entendida por Haidt como aquello capaz de unir la sociedad, como el pegamento que permite la interrelación humana y su existencia en el tiempo, por lo que su análisis y comprensión es, a su vez, un condicionante que da las bases para teorizar lo adecuado. Una retórica al margen de esta perspectiva moral puede no ser asertiva, pues, como se verá, los seres humanos, sin darse cuenta, prefieren conectar con sus preferencias morales más sentidas que con otros intereses y consideraciones.

En *La mente de los justos*, Haidt rompe con la perspectiva de Piaget y Turiel sobre el origen

de la moralidad. Estos teóricos del conocimiento moral, que abordan el tema con un enfoque racionalista, plantean que la moralidad en los niños surge cuando ellos mismos logran emitir juicios morales, cuando alcanzan “una edad (y un estado cognitivo) en el que su mente está preparada para ese conocimiento” (Haidt, 2019, p. 29), y que estos juicios a su vez tienen origen en la apreciación que hacen del daño, “pues los niños reconocen que las reglas que previenen el daño son reglas morales” (Haidt, 2019, p. 34). Aquí es la capacidad racional del niño la que permite que estos juicios morales puedan presentarse.

Haidt descarta estas perspectivas y señala, basado en estudios interculturales y de clases sociales, que “la moral no puede ser totalmente autoconstruida por los niños en función de su cambiante comprensión de lo que significa el daño” (Haidt, 2019, p. 54) y que “el aprendizaje o la orientación cultural deben desempeñar un papel más importante del que lasteorías racionalistas le han dado” (Haidt, 2019, p. 54). Esta visión pretende demostrar que la moralidad va más allá de las reglas que previenen el daño y que algunas culturas “amplían ese dominio moral para abarcar y regular más aspectos de la vida” (Haidt, 2019, p. 54), con lo cual supera la teoría de Turiel. Abre paso también a la tesis de que “la moralidad puede ser innata (un conjunto de intuiciones evolucionadas) y aprendida (que sucede a medida que los niños aprendan a aplicar esas intuiciones dentro de una cultura particular)” (Haidt, 2019, p. 54), con lo que supera la perspectiva de Piaget.

Esta visión intuicionista de la moral será la piedra angular para señalar las formas adecuadas que requiere una persuasión efectiva. Este análisis de la naturaleza humana y su singular peso en la toma de decisiones cotidianas corresponden casi más o menos a la importancia que Aristóteles y toda la tradición retórica dan a la instrumentalización de las emociones. Su comprensión es por tanto una condición sin la cual teorizar lo adecuado puede ser una pretensión infructuosa. Esta,

como se verá, es una teoría que pretende también ser confirmatoria de que la persuasión es más efectiva al margen de los razonamientos estrictos y rigurosos, y de que las emociones por la inmediatez del juicio deben pesar con la fuerza correspondiente en el ejercicio premeditado de la persuasión.

En el *Modelo intuicionista social*, de Haidt, las emociones cumplen un papel destacado porque son consideradas la base sobre la cual los seres humanos cimientan sus patrones morales. Haidt señala que “los chimpancés (y otros simios) tienen la mayoría de los elementos psicológicos que los humanos usan para construir sistemas morales y comunidades, estos elementos básicos son en gran medida emociones, como los sentimientos de empatía, miedo, ira y afecto” (Haidt, 2019, p. 63). A su vez señala que las emociones permiten a los seres humanos tomar decisiones racionales ajustadas a los patrones morales específicos de cada cultura, convirtiéndose así en el sustrato de la racionalidad moral. De este modo, Haidt plantea la tesis de que el razonamiento requiere pasión, y de que “los sentimientos viscerales y las reacciones corporales son necesarios para pensar racionalmente” (Haidt, 2019, p. 64), con lo cual supera la contradicción o separación entre emoción y razón cuando se trata de emitir juicios morales, pues para ello las dos son necesarias. Para Haidt, el pensamiento no puede hacer sus cosas sin el corazón.

Ahora bien, en el Modelo Intuicionista Social, estas decisiones individuales referidas a juicios morales se toman de manera inmediata y emocional. Una moralidad social y cultural específica, arraigada y formada en el individuo, hace que éste reaccione y responda automática y favorablemente hacia esa moralidad, mientras la razón cumple un papel de soporte a dichas decisiones, justificándolas y argumentando para ratificarlas. Esta lógica de los juicios morales llevó a Haidt a la conclusión de que “el razonamiento moral era principalmente una búsqueda

post hoc de razones para justificar los juicios que ya habían hecho” (Haidt, 2019, p. 72).

Para Haidt, los juicios morales que hacen los individuos en torno a la familia, la religión, la política y otros temas relacionados que involucran moralidad, son juicios inmediatos que una vez expresados de manera rápida y casi sentenciosa, no tienen un fundamento racional. Se realizan mecánicamente a través de la biología de las emociones y del contexto cultural y social específico que las sustenta. Los juicios morales consisten entonces en “un juicio intuitivo rápido (esto está mal), seguido de justificaciones lentas y a veces tortuosas” (Haidt, 2019, p. 76), que en la mayoría de los casos son insuficientes y débiles pero pretenden ser corroborativas.

Así se propone que las emociones son una manera de procesar información, pues aunque “durante mucho tiempo se pensó que las emociones eran tontas y viscerales, a partir de la década de 1980, los científicos comenzaron a reconocer que las emociones estaban llenas de cognición” (Haidt, 2019, p. 77). En el *Modelo intuicionista social*, las emociones son consideradas como una forma de cognición más compleja que la intuición, la cual es más leve y se presenta en mayores cantidades. Para Haidt (2019) la distinción crucial ocurre realmente entre dos tipos diferentes de cognición: intuición y razonamiento. Las emociones morales son un tipo de intuición moral, pero la mayoría de las intuiciones morales son más sutiles; no llegan a elevarse al nivel de las emociones. (p.78).

Haidt (2019) explica su teoría epistemológica y de psicología moral con la metáfora del elefante y su jinete, donde el primero es la base emotiva, social y cultural del individuo, y el segundo es la parte racional, útil para orientar y justificar los intereses del primero. En este caso, “el jinete es hábil en la creación de explicaciones post hoc para lo que el elefante hará a continuación” (Haidt, 2019, p. 79).

El Modelo Intuicionista Social reconoce que el ser humano es poco reflexivo cuando se trata de evaluar o cuestionar sus postulados o patrones morales. Dicha reflexión el individuo no la hace antes de emitir el juicio moral ni inmediatamente después emitirlo; en la mayoría de los casos tampoco mucho después. La razón y la reflexión sobre el juicio moral está generalmente al servicio de justificar y encontrar argumentos para sustentar el juicio emitido, no para cuestionarlo ni para determinar si es o no verdadero.

¿Cómo lograr entonces una persuasión efectiva basada en estos postulados? Antes de abordar la persuasión desde la *Teoría de los fundamentos morales*, inicialmente Haidt (2019) sugiere que si se quiere que la gente cambie de opinión, hay que hablar con sus elefantes, y por esa vía generar nuevas intuiciones, no nuevas justificaciones. Los elefantes son el engranaje de emociones basado en el contexto social y cultural donde estas se desarrollan, por lo cual interlocutar con ellos implica sutileza, y el persuasor debe “transmitir respeto, calidez, y apertura al dialogo, todo antes de argumentar su caso” (Haidt, 2019, p. 83), pues se comunica con lo más íntimo del individuo, con sus pensamientos más sentidos y arraigados, y con el conjunto de su estructura moral.

Haidt (2019) señala que, si realmente quieres hacer cambiar a alguien de opinión sobre un asunto moral o político, tendrás que ver las cosas tanto desde el punto de vista de esa persona como del tuyo. Y si lo logras de manera real, profunda e intuitiva, incluso podría suceder que tu propio punto de vista cambie. Aunque es muy difícil de lograr empatía ante divisiones morales, la empatía es sin duda un antídoto contra la superioridad moral. (p. 84).

De allí el cuidado y la atención con el interlocutor o auditorio, pues si les pides a las personas que crean algo que trasgrede sus intuiciones, dedican sus esfuerzos a encontrar una vía de escape,

una razón para dudar de tu argumento o conclusión. Y en la mayor parte de los casos lo lograrán. (Haidt, 2019, p. 85).

El principio rector del Modelo Intuicionista Social consiste en que las intuiciones vienen primero, el razonamiento estratégico después, lo cual significa que la perspectiva con la que se asumen la diversidad de temas que ponen a prueba una cosmovisión moral está fuertemente arraigada, definida y es casi inamovible.

Este intuicionismo está basado en que “las reacciones afectivas son tan rápidas y convincentes que actúan como las anteojeras en un caballo: le reducen el universo de alternativas disponible al pensamiento posterior” (Haidt, 2019, p. 93), de modo que la razón cumple un papel secundario, complementario a los intereses que se tienen a partir de esos principios morales establecidos y prácticamente no cuestionados por el sujeto racional (el jinete).

Aunque el elefante está dispuesto a escuchar, y el Modelo Intuicionista Social refiere que este tiende a persuadirse por las opiniones de otros, las posibilidades de modificar sus fundamentos morales dependerán más del tino con el que se le hable amigablemente, que de su misma capacidad e interés de autorreflexión. Se pueden modificar el pensamiento, las emociones y las intuiciones, especialmente cuando se ve o se escucha acerca de las cosas que hacen otras personas, porque así “el elefante comienza a inclinarse de inmediato” (Haidt, 2019, p. 113), y ese debe ser precisamente el propósito de la persuasión, lograr esa inclinación.

El innatismo del Modelo plantea que el ser humano no es una pizarra en blanco que solo edifica ideas a partir de la experiencia social. Como ejemplo, Haidt (2019) señala que también los bebés ya entienden conceptos como hacer daño y ayudar y que “sienten, pero no razonan (y tienen principios de moralidad)” (Haidt, 2019, p. 113), lo cual contribuye a sustentar la tesis

de que los seres humanos nacen con una carga emotiva innata, biológica, que determina posteriormente la forma que toman las intuiciones morales en un contexto social y cultural específico.

La persuasión debe entonces considerar el contenido y el desarrollo moral del elefante, pues éste viene a ser algo similar al auditorio que detalla Perelman. Conocer el elefante, sus inamovibles, sus aspiraciones, su fragilidad, se vuelve determinante para abordar el propósito persuasivo. Identificar las emociones más sentidas del elefante y el contexto cultural que le ha permitido desarrollarse es una condición sin la cual la persuasión pierde la base real sobre la que debe recaer. La efectividad persuasiva depende así de la lectura correcta de los elefantes, del cuidado y tino con el que estos se aborden. La pretensión de una persuasión basada en la transgresión de esas emociones y que va solo al razonamiento del sujeto, será necesariamente infructuosa, pues no recoge los elementos atinentes para que los elefantes escuchen adecuadamente, se inclinen a su favor y conecten con el orador.

Teorizar correctamente considerando la naturaleza del sujeto es el objeto del retórico, y representarlo bien el reto del orador. Así son numerosas las variables que deben tenerse en cuenta. Un mal cálculo, una valoración equivocada de sus principios morales y de su contexto sociocultural, pueden dar al traste el objetivo previsto. El retórico, desde la perspectiva del Modelo Intuicionista Social, debe conocer e identificar las variables para acertar realmente y lograr que los elefantes le indiquen al jinete un nuevo camino, lo que significa que el orador debe ser capaz de crearle a los elefantes nuevas intuiciones y nuevas emociones, debido a que son estas las que orientan el pensamiento, no el razonamiento posthoc.

En el capítulo tres se señaló que Aristóteles está al margen del debate ético sobre el ser realmente o el parecer ser del orador, por considerarlo un debate impropio de los criterios técnicos para la persuasión. El Modelo Intuicionista Social de Haidt tiene en cuenta que los seres humanos abordan esta dicotomía espontáneamente a favor de parecer ser, más que de esforzarse por ser realmente, y este hecho orienta el comportamiento cotidiano del individuo, como sujeto social, pues “las personas se preocupan mucho más por la aparienciay por la reputación que por la realidad” (Haidt, 2019, p. 117).

En la sociedad o grupo, como una suma de apariencias individuales, a los seres humanos les interesa especialmente su relación grupal, su vida gregaria, por lo que “actuamos como políticos intuitivos que se esfuerzan por mantener identidades morales atractivas frente a nuestros múltiples electorados” (Haidt, 2019, p. 119). Este hecho, negado por quienes sostienen que poco o nada les interesa lo que los demás opinen sobre ellos, contraría la tesisde que “durante millones de años la supervivencia de nuestros antepasados dependió de su capacidad para lograr que grupos pequeños los incluyeran y confiaran en ellos, por lo que, siexiste algún impulso innato, debería ser el de lograr que los otros piensen bien de nosotros”(Haidt, 2019, p. 22). Para Haidt (2019), los individuos o grupos se preocupan por lo que losdemás piensen de ellos.

Este interés en parecer para los demás, que orienta el comportamiento del individuo en las relaciones sociales que construye, tiene que ver entonces con el objetivo estratégico de mantenerse en el grupo y lograr la aceptación y el reconocimiento básico para la vida socialy grupal. Según Haidt (2019), así se busca proteger la “reputación y convencer a otras personas o a nuestro equipo de que nos apoyen cuando existe un desacuerdo” (Haidt, 2019, p. 118), así como conectar moralmente con el grupo.

Al sujeto común le es secundario si sus juicios morales son verdaderos o no, pues

generalmente no piensa en ello. Como se dijo, el sujeto tiende a no ser autorreflexivo, y en ese sentido está convencido de sus ideas y creencias. Lo importante para él es que su relación grupal sea estable y funcional, por lo que solo expresa interés por la verdad de sus juicios morales y la superación de su *sesgo de confirmación* cuando está en riesgo su reputación, y por ende cuando hay interés en razonar con elevación ante una persona o un grupo que son importantes para sus relaciones gregarias. De lo contrario, mantiene el *sesgo de confirmación*, sus creencias intactas y una relación grupal favorable que no requiere del esfuerzo ni de la exploración de lo verdadero. De este modo, Haidt (2019) sostiene que el común de la gente no piensa ni actúa científica ni exploratoriamente, sino confirmatoriamente.

Así tiende a ser la relación del sujeto común con lo verdadero, una relación cómoda con las intuiciones morales que ha desarrollado en una cultura específica y que solo se agita si está en cuestión la relación con el grupo. Lo verdadero solo se pretende entonces cuando está en cuestión la reputación del sujeto, de lo contrario se responde mecánicamente con base en las intuiciones morales mecanizadas. Solo en ese caso se supera el *sesgo de confirmación*, entendido como “la tendencia a buscar e interpretar nuevas pruebas de formas que confirmen lo que uno piensa” (Haidt, 2019, p. 125). Esta relación cómoda con las intuiciones morales y las emociones propias de cada cultura es lo predominante. La razón así no tiene por objeto la búsqueda de lo verdadero, sino que cumple el propósito de confirmar, de ratificar lo que los elefantes piensan en función de vivir armónicamente con otros elefantes.

Como se ve, en el Modelo Intuicionista Social, la razón queda relegada a un plano secundario. Incluso para la persuasión el objeto central debe ser entonces identificar y reconocer las emociones y las intuiciones morales como bases del pensamiento del sujeto o grupo. Así como en Aristóteles el razonamiento riguroso del auditorio es marginal e impropio para la persuasión,

Haidt (2019) también reconoce que el auditorio no solo no está acostumbrado a hacer dichos razonamientos, sino que en la mayoría de los casos no los realiza, por lo que la persuasión debe esforzarse por influir en el componente emotivo del individuo que corresponde según él al 99 por ciento de los procesos mentales. La actividad racional es simplemente “algo que evolucionó no para ayudarnos a encontrar la verdad, sino para ayudarnos a entablar discusiones, persuadir y manipular cuando debatimos con otras personas” (Haidt, 2019, p. 139); para vivir en comunidad, no para buscar lo verdadero. El sujeto de ciencia es excepcional.

Anterior parece explicar por qué las creencias partidarias, religiosas y familiares “están tan poco conectadas con hechos objetivos” (Haidt, 2019, p. 73), pues los individuos se relacionan con estas creencias sin que importe la exploración de lo verdadero, de lo real; les interesan la vida grupal y el razonamiento útil para ello. En estos aspectos de la vida social, tan sensibles, interesantes y apasionados para quien los aborda, el sesgo de confirmación se ratifica aún con más intensidad, pues el objetivo es ser aceptado grupalmente y razonar especialmente para ello, para confirmar las tesis ya aprehendidas de la manada.

El orador, como sujeto social que pretende persuadir, debe igualmente procurar parecer ser. Tal como se comporta un sujeto común, el orador busca la aceptación grupal y debe proyectar la identidad moral atractiva e indispensable para conectar con los elefantes. El orador no puede cometer el error de ser realmente y al mismo tiempo parecer no ser, pues los elefantes reaccionan rápida e intuitivamente a los detonantes transgresores que, en ese caso, proyectaría el orador. El orador debe hablar a los elefantes del auditorio y parecer correspondiente con sus creencias y emociones morales. Si el orador teoriza de acuerdo con los fundamentos morales de los elefantes, estos podrán emitir un juicio favorable hacia el orador. En el mejor de los casos el orador debe ser y parecer al mismo tiempo. No obstante, en términos de efectividad, lo principal es parecer

ser, pues solo así se da la aceptación grupal inmediata y no racionalizada que requiere el orador para avanzar hacia el objetivo previsto. Si el orador no es aceptado porque su talante transgrede los principios morales del auditorio, la persuasión no podrá ser posible.

El retórico debe así considerar estos criterios en los cuales lo verdadero está, en primer lugar, circunscrito a los fundamentos morales del auditorio, y no al revés, y debe tener en cuenta que es importante lo que el auditorio piensa, ratifica y expone para vivir en determinada comunidad, ya sea esta política, familiar o religiosa. Considerando que “estamos extremadamente preocupados por lo que los demás piensan de nosotros, aunque gran parte de la preocupación es inconsciente e invisible a nuestros ojos” (Haidt, 2019, p. 141), es importante señalar que, a diferencia del común de las personas, el orador profesional sí teoriza lo adecuado para la aceptación grupal de manera consciente. El orador busca ese propósito.

Para Haidt (2019) es un acierto de los sofistas y de Aristóteles haber desarrollado la retórica en el terreno de la opinión, de lo verosímil, y no con el objeto de buscar la verdad, cómo lo exigió Platón. La razón, como máxima atribución humana para encontrar la verdad es una tesis que no compagina con el Modelo Intuicionista Social de Haidt, pero sí lo hace la idea de Hume citada por el mismo Haidt (2019) de que “el razonamiento no era más que el sirviente de las pasiones” (p. 84).

Pero ¿cuáles son aquellas emociones e intuiciones que sustentan la estructura moral del elefante? ¿Cómo teorizar lo adecuado en un auditorio que no acostumbra a cuestionarse a sí mismo, que no está dispuesto a modificar su estructura mental fundamentada por años o por décadas, que no razona para cambiar sus principios sino para ratificarlos? ¿Cómo persuadir si el auditorio lleva innatamente una carga emotiva específica? ¿Cuál es esa causa emotiva, cuáles son esos fundamentos morales?

Teorizar lo adecuado pasa por tener en cuenta no solo la condición natural del ser humano, sino también el contexto sociocultural en el que este crece y se desarrolla. No basta con detallar el predominio emocional con el que se toman decisiones espontáneamente. Los elefantes pueden persuadirse si se teoriza con base en la cultura específica a la cual pertenecen. Por ello Haidt (2019) sostiene que “la mente solo funciona una vez que una cultura en particular la haya rellenado” (p. 150). No atender y evaluar los rasgos culturales arriesga la efectividad de la teorización de lo adecuado y la puesta en escena del orador.

Considerar la amplísima diversidad cultural se vuelve entonces un factor que juega en favor del sujeto persuasor. Las culturas y sus respectivas matrices éticas son el telón de fondo que activa y desarrolla las intuiciones morales, por lo que es a partir de ellas que debe teorizarse: “Hay muchas matrices morales que coexisten dentro de cada nación. Cada matriz proporciona una visión del mundo completa, unificada y emocionalmente convincente, fácilmente justificada por evidencia observable y casi inquebrantable ante el ataque de argumentos externos” (Haidt, 2019, p. 161).

Las matrices morales son así heterogéneas, estructurales e innegociables para quienes las integran, pues unen a las personas y las ciegan a la coherencia, o incluso a la posibilidad de otras matrices. Esto hace que sea muy difícil para muchos considerar la posibilidad de que realmente pueda haber más de una forma de verdad moral, o más de un marco válido para juzgar a los demás o dirigir una sociedad. (Haidt, 2019, p. 166).

La exhortación de Haidt (2019) está encaminada a que el sujeto persuasor debe comprender la diversidad moral, teorizar basado en esa diversidad y no trasgredir en ningún caso los principios que sustentan la existencia de cada cultura.

Haidt (2019) señala tres tipos de matrices morales en el universo de culturas. La primera, una ética de la autonomía “basada en la idea de que las personas son, ante todo, individuos autónomos, cada uno de los cuales tiene deseos, necesidades y preferencias” (Haidt, 2019, p. 151). La segunda, una ética de la comunidad que “se basa en la idea de que las personas son, ante todo, miembros de entidades más grandes, como familias, equipos, ejércitos, empresas, tribus, naciones” (Haidt, 2019, p. 151). Y finalmente, la relacionada con la ética de la divinidad, que “se basa en la idea de que las personas son, ante todo, recipientes temporales dentro de los cuales se ha implantado un alma divina. En este sentido el sujeto persuasor debe considerar que moralmente somos heterogéneos desde el principio”.

Esta comprensión de que existe una diversidad cultural y moral exige también reconocer que cada matriz es una expresión de honestidad moral, y que aun con las diferencias que hay entre ellas, todas pueden pretender el bienestar del conjunto heterogéneo de culturas de una nación. Si el persuasor ve en cada cultura distinta a la suya un enemigo, un trasgresor de sus principios, un objeto de burla, difícilmente podrá conectar con esos elefantes y teorizar según el caso para convencer. El persuasor debe poder imaginar que hay otras moralidades y buscar la manera de encajar en ellas.

La moralidad es heterogénea y su contenido varía, por lo que para Haidt (2019) otro principio de la psicología moral consiste en que la moralidad es mucho más que justo e injusto, y no puede reducirse a un solo principio. Para Haidt (2019), no obstante, la diversidad de culturas y las diferencias entre las matrices morales, todos los seres humanos, de todas las culturas, están equipados con una serie de principios innatos y universales que permiten comprender los argumentos morales que emanan de otras matrices. Es decir, que aun cuando se comparten principios similares, estos se expresan en cada cultura de manera diferente. “Las matrices

morales varían, pero todas deben complacer a la mente de los justos” (Haidt, 2019, p. 170). La Teoría de los Fundamentos Morales de Haidt señala que las culturas deben satisfacer el sentido que tienen sobre cualquier principio moral, pero que no todos esos principios tienen el mismo contenido ni se desarrollan de igual forma en cada una de ellas. Como las papilas gustativas se satisfacen de diferente manera en cada cultura, lo mismo ocurre con los receptores del gusto moral, por lo que “podemos construir matrices morales enfrentadas basadas en el mismo conjunto de pequeños principios” (Haidt, 2019, p. 184).

Son seis los fundamentos morales universales e innatos en esta perspectiva de Haidt, los cuales corresponden a los desafíos adaptativos iniciales de la raza humana, a los detonantes originales y actuales, así como a las emociones y virtudes relevantes que cada uno manifiesta. Son aplicables a todas las culturas y su análisis y apropiación permiten determinar con base en qué principios morales procede teorizar lo adecuado en cada caso para convencer. Un vistazo a la forma como se expresa cada fundamento moral permitirá al lector hacerse una idea de las bases morales que debe tener en cuenta el sujeto persuasor.

Tabla 1.
Fundamentos morales de Jonathan Haidt.

	Cuidado /daño	Equidad/e ngañ	Lealtad/tr aición	Autoridad/su bversión	Santidad/degr adación	Libertad/O presión
Reto adaptativo	Proteger y cuidar a los niños	Recoger los beneficios de un asociación	Formar coaliciones cohesivas	Forjar relaciones benéficas dentro de jerarquías	Evitar lo contaminantes	Impedir restricciones que maltraten a otros.

		entre do s personas				
Detonadores originales	Sufrimiento, angustia o necesidad expresada por un hijo	Engaño, cooperación, decepción.	Amenazas a grupo	Signos de dominio y sumisión	Productos de desecho, personas enfermas	Incluyen matones y tiranos

	Cuidado /daño	Equidad/e ngañó	Lealtad/tr aición	Autoridad/su bversión	Santidad/degr adación	Libertad/O presión
	propio.					
Detonadores actuales	Crías de foca, personajes tiernos de dibujos animados.	Fidelidad marital, máquinas expendedo ras rotas.	Equipos deportivos, naciones	Jefes, profesionales respetados.	Ideas tabú (comunismo, racismo)	Restricciones ilegítimas a la libertad individual
Emociones características	Compasión.	Ira, gratitud, culpa.	Orgullo colectivo, rabia hacia los traidores	Respeto, miedo	Asco	Ira justa, odio.
Virtudes relevantes	Cuidado, amabilidad.	Equidad, justicia, integridad	Lealtad, patriotismo, sacrificio.	Obediencia, deferencia	Templanza, castidad, piedad, limpieza.	Valentía.

Nota: fundamentos morales universales e innatos en esta perspectiva de Haidt (Haidt, 2019, p.185).

Estos fundamentos morales toman gran relevancia cuando se relacionan con la teorización de lo adecuado. Si el persuasor tiene la pretensión de inclinar los elefantes, su discurso y puesta en escena deben corresponder a estos fundamentos morales. La retórica debe incluir en su contenido la mayor cantidad de estos fundamentos morales y agitar las emociones que correspondan al caso.

Así como Aristóteles se refiere con detalle a las pasiones y a cómo se activan, en la Teoría de los Fundamentos Morales de Haidt se trata de que estos fundamentos se detonen adecuadamente y conduzcan a la intención del orador. Cuantos más fundamentos se incluyan en la estrategia de comunicación, más posibilidades hay de conectar con el interlocutor.

Como ejemplo, Haidt (2019) señala que en Estados Unidos, los demócratas basan su línea discursiva solo en tres fundamentos morales, mientras los conservadores teorizan basados en los seis, por lo que estos pueden conectar con más aspectos de la vida social y moral de la nación a la hora de pretender la conexión persuasiva. Mientras los demócratas enfatizan en los fundamentos de Cuida/Daño, Equidad/engaño/ y Libertad/Opresión, los republicanos se refieren al conjunto de seis fundamentos. Para Haidt (2019), el Partido Republicano comprende mejor que los demócratas la psicología moral, y por tanto la utiliza con mayor efectividad para conectar con sus votantes. Mientras “los demócratas han solido dirigir sus intervenciones de manera más convencional directamente al jinete, enfatizando políticas específicas y los beneficios que te brindan” (Haidt, 2019, p. 226), los republicanos dirigen “sus consignas, sus propagandas en televisión y sus discursos directamente al estómago” (Haidt, 2019, p. 226).

El discurso efectivo debe entonces estar enlazado con la intención de activar estos fundamentos morales universales, innatos e instrumentalizables para el objeto persuasivo. Los fundamentos son el trasfondo de las emociones, la causa que las agita, y como puede suponerse, las múltiples formas que toma la activación de los fundamentos morales pueden aplicarse a todo el drama de la existencia humana.

Así como los fundamentos morales toman formas distintas en cada cultura, también en la política se expresan con una mayor o menor intensidad de acuerdo con el partido político y su respectiva ideología. Como se ha referido, los grupos pueden basarse en idénticos principios

morales, pero asimismo pueden tener un desarrollo específico y no coincidente.

El fundamento del Cuidado/Daño, cuyo detonante primitivo es la relación de cuidado que la madre tiene con el bebé, y cuyos detonantes hoy se manifiestan en el Partido Demócrata, con la exigencia de respuestas a derechos no atendidos como la atención a inmigrantes, el cuidado de los animales, la pobreza y el desempleo, se expresa de manera muy diferente en el Partido Republicano, pues “el cuidado conservador (...) no está dirigido a animales ni a personas de otros países, sino a aquellos que se han sacrificado por el grupo. No es universalista” (Haidt, 2019, p. 200).

El fundamento de Equidad/Engaño “evolució en respuesta al desafío adaptativo de cosechar las recompensas de la cooperación sin ser explotado. Nos hace sensibles a los signos de que otra persona sea probablemente un buen (o mal) socio para la colaboración y el altruismo recíproco” (Haidt, 2019, p. 223). Este fundamento tiene como detonante actual toda acción que cuestione la vida grupal en relación con la confianza, el respaldo y la proporcionalidad. Políticamente, en la izquierda, las preocupaciones que generan igualdad y justicia social se basan en parte en el fundamento de la Equidad, de ahí que los grupos ricos y poderosos sean acusados de explotar a quienes están abajo. En la derecha, el reciente movimiento del Tea Party en Estados Unidos ha sido motivado en gran parte por la preocupación que genera lo injustos que han sido los grandes rescates por parte del gobierno a los bancos irresponsables y los impuestos que recaudan dinero de los trabajadores para regalarlo a personas consideradas tramposas y vagas que viven delparo. (Haidt, 2019, p. 203).

El fundamento de Lealtad/Traición tiene que ver con la defensa y la cohesión grupal. Este fundamento se detona en razón “de nuestra preparación innata para enfrentarnos al desafío adaptativo de formar coaliciones cohesivas” (Haidt, 2019, p. 206), pero en los Estados Unidos,

mientras “la izquierda tiende hacia el universalismo y se aleja del nacionalismo” (Haidt, 2019, p. 208), los conservadores son localistas y ligan mejor y más fácilmente con esta lealtad y patriotismo nacional.

El fundamento de Autoridad/Subversión está relacionado con que “las autoridades humanas asumen la responsabilidad de mantener el orden y la justicia” (Haidt, 2019, p. 211), y está orientado al “desafío adaptativo de forjar relaciones beneficiosas dentro de las jerarquías” (Haidt, 2019, p. 212). Políticamente, Al igual que con el fundamento de la lealtad, es mucho más fácil para la derecha política construir sobre esta base que para la izquierda, que a menudo se define a sí misma en parte por su oposición a la jerarquía, la desigualdad y el poder. (Haidt, 2019, p. 213).

El fundamento de Santidad/Degradación tiene que ver con el aspecto religioso, y también con la relación que se adquiere con el cuerpo y los grupos morales. Para Los conservadores estadounidenses tienen más probabilidades de hablar sobre la santidad de la vida y la santidad del matrimonio. Los conservadores, especialmente los conservadores religiosos, tienen más probabilidades de ver el cuerpo como un templo que alberga un mal en su interior, y no como una máquina que hay que optimizar, o como un parque destinado a la diversión. (Haidt, 2019, p. 219).

De esta forma, la teoría de los fundamentos morales puede ahora explicar uno de los grandes enigmas que ha preocupado a los demócratas en los últimos años: ¿Por qué los pueblos rurales y de clase trabajadora generalmente votan a los republicanos cuando es el Partido Demócrata el que quiere redistribuir el dinero de manera más equitativa?” (Haidt, 2019, p. 268)

La gente no vota solo por sus intereses económicos. Desde la perspectiva de los fundamentos

morales, “los votantes rurales y de clase trabajadora votan a favor de sus intereses morales” (Haidt, 2019, p. 268), y los conservadores tienen mayor eficacia para ligar con esos intereses.

Teorizar lo adecuado depende entonces de que haya una conexión entre el orador y el conjunto de estos fundamentos morales. Un discurso al margen de estos fundamentos puede ser etéreo e ineficaz. Si el discurso atiende aspectos de la vida de los elefantes, que pueden ser importantes, pero que no conectan con sus fundamentos morales, no podrá agitar las emociones e intuiciones apropiadas. Los asesores políticos deben así considerar que “el elefante está a cargo del comportamiento político, no el jinete” (Haidt, 2019, p. 226), y que el contenido profundo y decisivo de los elefantes corresponde a estos fundamentos morales, por lo que teorizar al margen de esto puede ser ineficaz.

Conclusiones

La relación retórica/emociones es una forma de entender el comportamiento humano y de reconocer la fragilidad de su entendimiento. Aunque sorprenda la evolución natural de la especie y su capacidad para abordar el conocimiento científico, esta consta de un componente emotivo que persiste y que puede determinar sus decisiones, incluso las más importantes, sin que el individuo sea consciente de ello. Ese hecho es un recordatorio de que los aspectos primitivos de la naturaleza humana laten y no ceden completamente al sujeto racional y calculador; en efecto, el ser humano es dual y convive en conflicto entre racionalidad y emoción, pero es claro que esta última predomina y ejerce cierto control en no pocas situaciones.

Esta condición natural permite que las emociones sean instrumentalizadas. No interesa que este dominio sobre las emociones se aborde con enfoques éticos contradictorios, ni que lo verdadero se soslaye parcial o completamente por los profesionales del discurso. Tampoco si el orador omite o no la capacidad racional del individuo y acude, como diría Platón, exclusivamente a la parte inferior de su condición natural. Es un hecho que las emociones y su relación con la retórica pueden ser conocidas y dominadas y a partir de allí definirse objetivos específicos. Se teoriza para fines prácticos y no es responsabilidad de la retórica en sí ser responsable de los alcances que de ella se obtengan.

La instrumentalización de las emociones permite adherir auditorios. Teorizar lo adecuado basados en emociones y tener en cuenta las formas que correspondan a cada caso puede conducir las audiencias a las tesis del orador. La oratoria política ha apropiado este saber con todo detalle en las más altas esferas del poder, por lo que tener interés en la persuasión y soslayar las

emociones como uno de sus detonantes es un error técnico, no ético. No existe una contradicción irreconciliable entre discurso y emoción.

Toda la tradición retórica reconoce en las emociones un instrumento para la persuasión. Desde los sofistas hasta Haidt, las emociones han sido parte esencial de la teoría del discurso y no puede hablarse de retórica sin señalarlas como detonantes de la persuasión. Evidentemente no han sido consideradas la única fuente de la persuasión, pero se ha teorizado sobre ellas en todos los casos con diferentes enfoques y extensión, señalando que están allí y pueden ser utilizadas en la búsqueda de la efectividad discursiva.

La retórica es útil a quien desee poseerla. Ya los griegos, ya San Agustín, ya el Partido republicano o demócrata, han gozado de sus mieles. En cualquier periodo de la historia, en cualquier escenario la retórica puede utilizarse como instrumento de persuasión. A excepción de los auditorios científicos, en los que la persuasión no es el objeto del expositor, la retórica como técnica puede tener un uso universal, como la dialéctica.

Todos los seres humanos tienen algo de retóricos y logran en cierta proporción instrumentalizar las emociones a su favor, pues como lo señala Aristóteles, todos se esfuerzan por mantener un argumento. Pero como en toda técnica, deben conocerse sus elementos mínimos para obtener los resultados esperados. Por eso Racionero, refiriéndose a la retórica, plantea que si alguien no omite ninguno de sus métodos pertinentes, se reconocerá que su inteligencia sobre ella es adecuada (Aristóteles, 1999, p. 174).

4. Referencias Bibliográficas

- Aristóteles. (1999). *Retórica*. (Trad. Q. Racionero). Gredos.
- Cárdenas, L. (2006). El lenguaje, la persuasión y las pasiones. *Estudios de Filosofía*, (33), 87-98.
- Cicerón. (2002). *Sobre el orador*. (Trad. J. Iso). Gredos.
- Conde, F. (2015). Los afectos como efectos del lenguaje sobre el cuerpo: de las pasiones de Aristóteles a los afectos en la teoría psicoanalítica de Freud y Lacan. *Daimon Revista Internacional de Filosofía*, (65), 119–132.
- Fonseca, R., y Prieto, L. (2010). Las emociones en la comunicación persuasiva: desde la retórica afectiva de Aristóteles. *Quórum Académico*, 7 (1), 78-94.
- Haidt, J. (2019). *La mente de los justos*. Planeta.
- Melero, A. (1996). *Sofistas testimonios y fragmentos*. Gredos.
- Murphy, J. (1986). *La retórica en la edad media. Historia de la teoría de la retórica desde San Agustín hasta el Renacimiento*. Fondo de cultura económica.
- Perelman, C. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos.
- Perelman, C. (1997). *Imperio retórico. Retórica y argumentación*. Norma.
- Plantin, C. (2014). *Las buenas razones de las emociones*. Universidad Nacional de Moreno
- Platón. (1982a). *Diálogos I. Protágoras*. (Trad. J. Calonge, E. Lledó, y C. García). Gredos.
- Platón. (1982b). *Diálogos I. Hipias Mayor*. (Trad. J. Calonge, E. Lledó, y C. García). Gredos.
- Platón. (1987). *Gorgias*. (Trad. J. Calonge, F. Olivieri, y J. Calvo). Gredos.
- Platón. (1987). *Timeo*. (Trad. M. Durán y F. Lisi). Gredos.
- Platón. (1990). *Sofista*. Gredos.

Platón. (1993). *Fedro*. (Trad. J. Calonge, M. Martínez, y E. Lledó). Gredos. Plutarco. (2002).

Obras morales y de costumbres (Moralia). Vida de los diez oradores.

(Trad. M. Valverde, H. Rodríguez, y C. Alcalde). Gredos.

Rey, J. (2012). Revisión crítica de la historia de la retórica desde los postulados de la comunicación. *Ámbitos*, (21), 333-360.

Romilly, J. (1997). *Los grandes sofistas en la Atenas de Pericles. Una enseñanza nueva que desarrolló el arte de razonar*. Seix Barral

San Agustín. (1957). *Obras de San Agustín. De la doctrina cristiana*. Edición Preparada Por El Padre Balbino Martin.