

XVII.

PERSUADIR: LA PALABRA AL SERVICIO DE LA VERDAD

La gran confrontación entre Sócrates y los sofistas¹⁷⁸ abarcó, entre otras cuestiones, la de qué tan objetiva puede ser la ciencia, de modo particular la ética, el saber especulativo y práctico sobre las virtudes, y, por otra parte, el problema de la relación entre la retórica y la verdad. El *Gorgias* trata sobre el arte de persuadir y de usar las palabras. Gorgias piensa que con las palabras se puede hacer, de la mejor razón, la peor, y de la peor razón, la mejor, y que, por lo tanto, el arte de persuadir no tiene límites.¹⁷⁹ Sócrates, aunque no parece demasiado claro si su actitud es positiva o no respecto de la retórica, sí que piensa, en todo caso, que la retórica está conectada con la ética, porque no tiene sentido enseñarle a persuadir a quien no sea ya de alguna manera justo. Sócrates procura introducir la cuestión de la justicia como esencialmente vinculada a la retórica; trata de rescatar la retórica de la mera apariencia. Sin embargo, no está claro que, en esa parte del diálogo, Sócrates alumbré la verdad. La experiencia de la vida política demuestra que es posible persuadir con casi completa independencia de la justicia, es decir, que la retórica puede revestir un carácter meramente técnico, por lo cual se vuelve problemática su relación con la ética.¹⁸⁰ De hecho, por esto mismo, Sócrates, en su diálogo con Gorgias, señala la necesidad de que el orador sea justo en vistas del poder que posee.¹⁸¹ La ignorancia es la causa principal del mal; según Sócrates, al parecer, es la causa única del mal moral. ¿Qué pasaría si le hablaran, a un grupo de niños, acerca de lo que les conviene comer, un cocinero con buena retórica y un médico con conocimiento de causa? ¿Acaso no es verdad que los convencería el cocinero, y no el médico, porque el cocinero puede denunciar esas bebidas amargas, o las dietas desagradables, mostrándoles platos apetitosos, aunque quizá no sean buenos para su salud? El ejemplo le permite

¹⁷⁸ Cfr. *supra* cap. III.

¹⁷⁹ Cfr. *Gorgias*, 457b.

¹⁸⁰ Cfr. Covarrubias, Andrés, *Introducción a la retórica clásica. Una teoría de la argumentación práctica*, Santiago, Universidad Católica de Chile, 2003, pp. 52-59.

¹⁸¹ Cfr. *Gorgias*, 460c.

a Sócrates demostrar que, en efecto, la retórica puede tener éxito en contra de la ciencia debido a la ignorancia del público.

Los sofismas tienen esta característica: les parecen verdaderos a los ignorantes. Hay una tensión entre la retórica y la ética, es decir, entre la retórica como arte de persuadir, útil para cualquier finalidad, y los fines nobles de la justicia y la verdad, a los que por naturaleza se ordena la palabra humana. En efecto, por una parte parece que, si las personas estuvieran bien informadas, la retórica no podría tener su efecto persuasivo sin estar unida con la ética, es decir, si no fuese puesta al servicio de la verdad. No obstante, en el mundo real las personas no son ni perfectamente inteligentes ni perfectamente sabias y bien informadas; ni tienen una disposición moral perfectamente conforme con la verdad. Por lo tanto, de hecho la retórica puede tener un uso técnico contrario a la ética. Tal fue el uso que se le dio para convencer a la mayoría del tribunal de que condenara a Sócrates. A la luz de esa experiencia, Aristóteles fue el primero en sistematizar la retórica como un arte, si bien no la inventó, pues hubo retóricos anteriores, como Córax y Tisias, y los sofistas. Aristóteles mostró que, como todo conocimiento técnico, la retórica no se ordena automáticamente a la justicia y a la verdad.¹⁸²

Este capítulo defiende la importancia de la retórica e introduce sus principales elementos.

La retórica es el arte de persuadir mediante el uso de argumentos. “La voz española se deriva del latín *rhetorica*, que a su vez procede del griego *retorike*. Se considera la *rhetorica* doctrina y enseñanza de la elocuencia y el *rhetor* es a la vez el docente y el “ejecutor” del arte del buen decir, a saber, el orador”.¹⁸³ Considerada como arte o técnica, “la retórica es la capacidad que permite detectar en cada caso particular los medios discursivos adecuados para producir persuasión”.¹⁸⁴ A veces se distingue entre *convencer* y *persuadir*: convencer es conseguir que alguien crea que algo es verdad; en cambio, persuadir es mover a alguien a hacer algo.¹⁸⁵ En cualquier caso, como creer también es hacer algo —asentir con la inteligencia a una proposición

¹⁸² Cfr. *Ret.*, I, 1, 1355b5.

¹⁸³ Spang, Kurt, *Fundamentos de retórica literaria y publicitaria*, Pamplona, Eunsa, 1991, p. 23. Cursivas en el original.

¹⁸⁴ Vigo, Alejandro, *Aristóteles: una introducción*, Santiago, Instituto de Estudios de la Sociedad, 2007, p. 233.

¹⁸⁵ Cfr. *Ret.*, I, 1, 1354a1-355b25; y Perelman, Chaïm y Olbrechts-Tyteca, Lucie, *Tratado de la argumentación: la nueva retórica*, trad. de Julia Sevilla Muñoz, Madrid, Gredos, 1994, pp. 65-71.

como verdadera o probable—, parece que la definición que usa la idea de persuadir es suficiente.

El acto de presentar los argumentos, articulados mediante las palabras, con el fin de persuadir a realizar una acción, es el discurso. También se llama discurso, en un sentido más amplio, al “razonamiento o exposición de cierta amplitud sobre algún tema, que se lee o pronuncia en público”.¹⁸⁶ Se distinguen varios tipos o géneros de discursos. Un primer género es el discurso deliberativo, el discurso propiamente político, cuyo objeto es persuadir acerca de lo que es necesario para el bien común. Se pronuncia antes de tomar una decisión que ha de afectar a varias personas. Sobre todo, es el discurso que procura mover a quienes deben decidir para que dicten una ley. Enseguida viene el género judicial, en el que se intenta persuadir a un tribunal para que decida algo como lo justo en un caso concreto. Está acotado por reglas más específicas acerca de qué discursos son válidos ante el tribunal tanto respecto de las normas pertinentes (la cuestión de derecho) como en relación con las pruebas que respaldan lo alegado (cuestión de hecho) como respecto de las formalidades que deben seguirse para pronunciar o presentar el discurso. Y, por último, existe el discurso epidíctico, que consiste en decir algo bueno o malo sobre alguien; es decir, puede ser laudatorio o denigratorio, con el fin de persuadir a alguien para que obre a favor o en contra de esa persona o grupo.

A estos tres grandes géneros de la retórica se han añadido otros: la arena militar, la publicidad, la propaganda política, la oratoria sagrada..., siempre que la finalidad del discurso sea persuadir al auditorio.

Hablar bien, sin embargo, no es un instrumento sólo de la retórica, porque también se ha de usar una oratoria adecuada para exponer una verdad, enseñar o informar. Lógicamente, quien está convencido de que lo que enseña es verdadero, querría que los oyentes comprendieran bien la información y la recibieran como verdadera. El objeto preciso de este tipo de discurso —la enseñanza, la exposición científica o la divulgación de la verdad— no es la persuasión, sino la transmisión de la verdad. Asimismo, los *discursos dialécticos*, que Aristóteles contrapone a los propios de la retórica, son argumentos que se sirven del bien decir para establecer proposiciones como probables en aquellos ámbitos que no son tan seguros como la ciencia.¹⁸⁷

¹⁸⁶ Real Academia Española de la Lengua, *Diccionario de la lengua española*, sub voce, 5a. acepción.

¹⁸⁷ Cfr. Correia, Manuel, *La Lógica de Aristóteles: lecciones sobre el origen del pensamiento lógico en la antigüedad*, Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago, 2003, pp. 158 y 159.

Conocida la finalidad general y la naturaleza de la retórica, prestemos atención ahora a los elementos que tienen que concurrir para un buen ejercicio de la retórica.¹⁸⁸ Los tres factores que influyen en que la argumentación sea eficaz, que debemos introducir cuidadosamente, son el *ethos*, el *pathos* y el *logos*.

Ethos (ἦθος) significa, en griego, carácter. De ahí viene la palabra “ética”. La ética se ocupa de las costumbres y del carácter porque intenta saber cómo debe ser una persona para alcanzar la vida lograda (*i.e.*, objetivamente feliz y no sólo subjetivamente placentera). Por lo tanto, la ética dirige las acciones para formar el mejor carácter. A la retórica le interesa el carácter por esa conexión implícita, sutil y no necesaria, que Sócrates supo captar, entre la ética y la persuasión. Y es que el retórico debe, en primerísimo lugar, convencer a su audiencia de que él tiene las cualidades necesarias para que le crean y lo sigan. El retórico necesita manifestarse como justo, veraz, versado en la materia sobre la cual intenta persuadir, interesado por el bien del auditorio —su auténtico bien y sus intereses o deseos— y no sólo por su propio bien, servicial y no manipulador; es decir, generoso en general y virtuoso, revestido de un carácter y de unas credenciales que lo hacen creíble. Se ve de inmediato la paradoja, porque, como acabamos de mostrar, la retórica puede funcionar como una técnica amoral; sin embargo, en su núcleo técnico aparece la exigencia de credenciales éticas. Cuando se observa desde el punto de vista ético, puede ser verdad o mentira que exista ese vínculo entre el orador, con su carácter supuestamente virtuoso, y una finalidad de verdadero bien común. Si es verdad que el orador es justo, es veraz, es versado en los temas, está interesado por el bien del auditorio y no por el suyo propio, quiere servirlos y no manipularlos, si todo eso es verdad, entonces la audiencia le cree y se deja persuadir fundadamente, no sólo por cómo suenan sus palabras, no sólo por las máscaras que exhibe, las apariencias de virtud y de sabiduría, sino por garantías objetivas, con fundamento. De manera que la retórica, cuando se analiza bien, hace emerger un problema ético: si hay distancia entre lo que la persona parece y lo que en realidad ella es; o, también, cuál es la distancia entre lo aparente y lo real —siempre existe— que es compatible con la credibilidad del orador. La tradición cristiana, por ejemplo, afirma que sólo Dios es absolutamente creíble y que, aun cuando hemos de confiar de ordinario en los demás, jamás debemos poner

¹⁸⁸ Cfr. Adler, Mortimer, *How to Speak, How to Listen*, Nueva York, Touchstone, 1983, pp. 68-83.

una confianza ilimitada en otro hombre.¹⁸⁹ La cuestión puede ser angustiosa y urgente cuando nos enfrentamos con debates filosóficos, éticos o políticos, tan a menudo encendidos o incendiarios, porque una de las características del sofista es que a menudo parece más filósofo que el verdadero filósofo; es brillante en el discurso, pero poco sólido, porque rehúye la profundidad que sería necesaria para alcanzar una verdad en la que no cree.¹⁹⁰

La paradoja del carácter también revela la dificultad de la hipocresía, un defecto moral que se convierte en retórico en la medida en que puede encubrirse la distancia entre lo que el retórico quiere aparentar y el carácter que realmente posee. También sucede que, en sentido inverso, un orador puede poseer el carácter virtuoso necesario, pero que, mediante calumnias y lo que en la actualidad se denomina “asesinato de imagen”, se le prive de su credibilidad, como hace la propaganda de los regímenes totalitarios con quienes se les oponen (*v.gr.*, así atacaron a los obispos y sacerdotes católicos que resistieron contra el nazismo y el comunismo, y así enlodan a quienes resisten hoy otras ideologías poderosas). El público muchas veces, quizá en su mayoría en la sociedad de masas, no tiene los medios para conocer el carácter real del orador. Su *ethos* va a aparecer sólo del discurso mismo, y, en consecuencia, rara vez habrá forma de contrastar la apariencia con la realidad. Esto nos resulta inquietante. El orador, si es de buen carácter, quizás va a sentir una cierta repugnancia a presentarse como mejor de lo que en realidad es. De ahí que haya gente muy buena que es poco retórica, porque no se da importancia, porque no presenta sus credenciales. Cualquier manual de retórica insistirá desde el comienzo: “Presente usted sus credenciales”; “deslumbre al auditorio”. Se nos invita a exhibir cualidades que no siempre tienen que ver con el tema del que vamos a hablar, sino con hacerse creíble ante la audiencia. El retórico falso, hipócrita, inescrupuloso, inventa credenciales. El público es manipulable. ¿Cómo alcanzar el término medio entre la hipocresía y la falsa humildad? Ese es un problema ético. La retórica en cuanto tal nos aconseja: “Preséntese usted bajo la mejor luz posible”. Eso es el *ethos* como elemento del discurso. De la ética, del verdadero buen carácter, depende que ese elemento sea presentado dentro de los límites de la veracidad y de la modestia.

El segundo elemento de un discurso persuasivo es el *pathos* (πάθος). Las expresiones castellanas “patético”, “pasión”, “padecer” y otras semejantes hacen referencia a lo que mueve a compasión o a vergüenza, pero en grie-

¹⁸⁹ Cfr. *Catecismo de la Iglesia Católica*, nn. 215, 222 y 2486.

¹⁹⁰ Cfr. *supra* cap. III.

go *pathos*, como elemento del discurso retórico, se refiere a todos los aspectos afectivos o sentimentales, en una amplísima gama que cubre todas las pasiones y sentimientos que conviene suscitar en el auditorio para que se mueva a creer lo que se le dice y a obrar como se pretende. El orador ha de establecer una conexión emotiva con el público: no sólo presentarse como justo y creíble, y con las necesarias credenciales, como exige el elemento anterior (*ethos*), sino también apelar a los intereses, necesidades, convicciones, etcétera, del público. Dependiendo de la finalidad del discurso, se habrá de suscitar o remover la compasión por los males ajenos (*v.gr.*, un discurso para pedir ayuda para los damnificados por una catástrofe), la indignación por las injusticias cometidas (*v.gr.*, un discurso que quiere mover a la exigencia de reparación o a la venganza), el odio o la amistad, el agradecimiento, la calma, el deseo, etcétera. La provocación del *pathos* exige suscitar en uno mismo esos sentimientos, que, si la comunicación es sincera y no manipuladora, serán genuinamente compartidos. Es una gran cosa apasionarse por los ideales nobles, por las causas justas aun cuando a veces nos parezcan perdidas. Se cuenta, aunque es difícil documentar la historia, que, en cierta ocasión, alguien le aconsejó a Jorge Luis Borges no empeñarse en defender cierta cuestión porque era una *causa perdida*. El gran literato argentino respondió: “pero ¿no sabe usted que un caballero se define como aquel que defiende causas perdidas?”. La recomendación del filósofo, especialmente dirigida a gente joven, es la de poner la retórica, con toda la pasión posible, al servicio del buen combate de la verdad y de la justicia.

El tercer elemento del discurso es el *logos* (*λόγος*), que es como su sustancia, aunque ha de ir revestido de *ethos* y *pathos*. El *logos* es el contenido racional del discurso, es decir, el conjunto de argumentos que definen el tema, que procuran probar lo que se ha de probar, establecer la causa de un efecto, la prueba de un hecho, la norma que rige un acto, las premisas de un silogismo, la inducción o deducción de una tesis, etcétera. El discurso, por más que contenga pasión y se apoye en la virtud y la credibilidad del hablante, debe convencer por sí mismo: por su lógica, por sus palabras, por la información que aporta, por la contundencia de las razones. Por eso, la mayor parte del tiempo de preparación de un buen discurso se destina a hallar y disponer los argumentos objetivos, que se dirigen a la inteligencia del auditorio. Ciertamente, una cosa es la elocuencia del orador y otra cosa es la racionalidad de la argumentación; pero mientras más cultivado es el auditorio, más necesario es añadir a esa elocuencia la simple racionalidad argumentativa. Por otra parte, por muy racional que sea el auditorio, el

mensaje puede no llegar a las mentes si el argumentador carece de la debida elocuencia.¹⁹¹

La retórica es importantísima para defender la verdad, aunque también sirva para destruirla. Es menester aprender un arte tan necesario y peligroso. Todo universitario debería saber preparar y exponer un buen discurso. Terminamos este capítulo, pues, recordando un método sencillo para preparar un discurso, basado en las enseñanzas clásicas sobre las fases o etapas que se han de seguir. Primero se ha de definir el tema y la finalidad del discurso, pues el fin determina los medios. Después, se han de seguir los siguientes pasos:¹⁹²

- 1) La búsqueda y hallazgo (*inventio*, en latín) de la información y los argumentos que se han de utilizar, especialmente según el género de discurso, acudiendo a todo tipo de fuentes (libros, entrevistas o Internet), y buscando lo que ayude a configurar el *ethos* del orador (*v.gr.*, antecedentes personales, experiencia, currículum, etcétera), las palabras y gestos que constituyan el *pathos* (*v.gr.*, expresiones felices o poéticas, exclamaciones, apelación a intereses y necesidades...) y, sobre todo, los razonamientos, argumentos y explicaciones que constituyen el *logos* (*v.gr.*, un descubrimiento científico, un silogismo, una autoridad epistémica, etcétera).
- 2) La disposición de los elementos (*taxis*, en griego), que da la estructura fundamental al discurso, y que conviene meditar según la finalidad. Por ejemplo, se pueden disponer los argumentos yendo de los más débiles a los más fuertes, *in crescendo*; o bien, empezando con algo fuerte, que capture la atención del público, pasando luego por lo menos espectacular —datos y argumentos sólidos, efectivos, pero quizá más racionales que llamativos—, para terminar nuevamente con algo muy fuerte, ya por su validez racional superlativa, ya por su intensidad de *pathos*; o bien, atendiendo al orden lógico de *enseñar*, *agradar* y *mover* a la acción, según la sabiduría retórica clásica recogida

¹⁹¹ Cfr. *Ret.* II, 1, 1377b15-1378a30 y Perelman y Olbrechts-Tyteca, *Tratado de la argumentación*, cit., pp. 52-55.

¹⁹² Para mayor detalle, cfr. Spang, Kurt, *Persuasión. Fundamentos de retórica*, Pamplona, Eunsa, 2009, pp. 114-143. Recomiendo también la entrada *Réthorique* de Wikipedia (sé que la academia puede reaccionar con desprecio ante esta sugerencia, pero la actitud filosófica se ríe de estas cosas).

por san Agustín (quien la toma de Cicerón): *Oratoris est docere, delectare, flectere*: Es propio del orador enseñar, agradar, doblegar.¹⁹³

- Al diseñar la disposición de un discurso sencillo —una charla, una clase—, se recomienda seguir asimismo el esquema clásico: *i*) comenzar con una anécdota, cita o dato, apelación al público, etcétera, que concite el interés y la buena voluntad del auditorio, y decir esquemáticamente lo que se va a tratar y con qué fin (*exordio*); *ii*) seguir con el cuerpo del discurso, que expone dos o tres ideas (*narratio*) y los argumentos que las apoyan (*argumentatio*), tratando de ser concisos y sencillos en relación con el público presente —suele decirse que el buen orador habla dirigiéndose física y mentalmente al auditor medio de entre los que le escuchan: será muy fácil para la minoría superior y difícil para la minoría inferior, pero de dificultad aceptable para la mayoría—, y *iii*) terminar con una síntesis final (*peroratio*) de lo sostenido, con aquello que más se desea que el público retenga y con las consecuencias prácticas, como la conmoción del auditorio y el moverlo a la acción (si tal era la finalidad).
- 3) La memorización del discurso (*memoria*), que en algunos casos conviene que sea literal *de pe a pa*, y, en la mayoría, que se limite al esquema —o bien, tener el esquema a mano y usarlo— y a las frases o datos más importantes. En la actualidad se usan además medios técnicos, como el *teleprompter*; pero, en cualquier caso, la memoria sigue siendo una cualidad importante para el momento del diálogo o del debate. La memoria se puede mejorar con el ejercicio y con las técnicas mnemotécnicas o trucos para retener datos, secuencias, nombres, información en general. En el caso de un discurso sencillo, se admite usar notas, o leer enteramente una conferencia académica; pero, entonces, conviene entrenarse en la técnica de leer con naturalidad, de despegar la vista del texto y mirar al auditorio.
 - 4) La *pronunciación* o *declamación* del discurso (*actio, pronuntiatio*) es el momento, que se ha de haber preparado y ensayado, de presentarse ante el público y exponer el discurso. Entonces se ha de cuidar especialmente el estilo (*elocutio*), que debe haberse preparado al momento de escribir el discurso, pues a cada finalidad y parte de un buen discurso corresponde un cierto estilo (*v.gr.*, no se debe hablar en tono de broma de una cosa trágica). Al momento de la declamación son importantes también la voz, los tonos —no ser monótonos, sino re-

¹⁹³ Cfr. *De Doctrina Christiana*, IV, 12.

correr diversos registros—, el ritmo ni demasiado pausado ni precipitado, los gestos (*i.e.*, el lenguaje no verbal): cómo se mueve uno, cómo usa las manos para acompañar o no estorbar el discurso intelectual, cómo se viste con sobriedad y elegancia adaptada a la situación, cómo mira a todos y a cada uno, cómo expresa sus emociones, cómo capta y dirige la atención del público.

Con estos elementos, cualquiera puede preparar y dar un discurso sencillo. La retórica es importante para casi cualquier profesión, pero especialmente para la vida pública, la del ciudadano activo y la del filósofo. Es verdad que también es usada por los sofistas; pero, precisamente porque hay sofistas en la plaza pública, el ciudadano responsable y el filósofo, el que quiera ser un modesto discípulo de Sócrates o de Jesucristo en nuestros días, ha de dominar los rudimentos de la lógica y de la retórica, tanto hablada como escrita.