

CH. PERELMAN y L. OLBRECHTS-TYTECA

# TRATADO DE LA ARGUMENTACIÓN

LA NUEVA RETÓRICA

TRADUCCIÓN ESPAÑOLA DE  
JULIA SEVILLA MUÑOZ

BIBLIOTECA ROMANICA HISPÁNICA  
DIRIGIDA POR DÁMASO ALONSO

III. MANUALES, 69



BIBLIOTECA ROMANICA HISPÁNICA  
EDITORIAL GREDOS  
MADRID

© ÉDITIONS DE L'UNIVERSITÉ DE BRUXELLES, Bruselas, 1989.

© EDITORIAL GREDOS, S. A., Sánchez Pacheco, 81, Madrid, 1989, para la traducción española.

Título original: *TRAITÉ DE L'ARGUMENTATION. LA NOUVELLE RHÉTORIQUE*, 5.<sup>a</sup> ed.

Depósito Legal: M. 27363-1989.

ISBN 84-249-1396-5.

Impreso en España. Printed in Spain.

Gráficas Condor, S. A., Sánchez Pacheco, 81, Madrid, 1989. — 6247.

PARTE I

LOS LÍMITES DE LA ARGUMENTACIÓN



## § 1. DEMOSTRACIÓN Y ARGUMENTACIÓN

Para exponer bien los caracteres particulares de la argumentación y los problemas inherentes a su estudio, nada mejor que oponerla a la concepción clásica de la demostración y, más concretamente, a la lógica formal que se limita al examen de los medios de prueba demostrativos.

En la lógica moderna, la cual tuvo su origen en una reflexión sobre el razonamiento, ya no se establece una relación entre los sistemas formales y cualquier evidencia racional. El lógico es libre de elaborar como le parezca el lenguaje artificial del sistema que está construyendo, es libre de determinar los signos y las combinaciones de signos que podrán utilizarse. A él, le corresponde decidir cuáles son los axiomas, o sea, las expresiones consideradas sin prueba alguna válidas en un sistema, y decir, por último, cuáles son las reglas de transformación que introduce y que permiten deducir, de las expresiones válidas, otras expresiones igualmente válidas en el sistema. La única obligación que se impone al constructor de sistemas axiomáticos formalizados y que convierte las demostraciones en apremiantes, es la de elegir los signos y las reglas de modo que se eviten las dudas y ambigüedades. Sin vacilar e incluso mecánicamente, es preciso que sea posible establecer si una serie de signos está admitida dentro del sistema, si su forma es idéntica a otra serie de signos, si se la estima válida, por ser un axioma o expresión deducible, a partir de los axiomas, de una forma conforme a las reglas de deducción. Toda consideración relativa al origen de los

axiomas o de las reglas de deducción, al papel que se supone que desempeña el sistema axiomático en la elaboración del pensamiento, es ajena a la lógica así concebida, en el sentido de que se sale de los límites del formalismo en cuestión. La búsqueda de la univocidad indiscutible ha llevado, incluso, a los lógicos formalistas a construir sistemas en los que ya no se preocupan por el sentido de las expresiones: se sienten satisfechos con que los signos introducidos y las transformaciones que les conciernen estén fuera de toda discusión. Dejan la interpretación de los elementos del sistema axiomático para quienes lo apliquen y tengan que ocuparse de su adecuación al objetivo perseguido.

Cuando se trata de demostrar una proposición, basta con indicar qué procedimientos permiten que esta proposición sea la última expresión de una serie deductiva cuyos primeros elementos los proporciona quien ha construido el sistema axiomático en el interior del cual se efectúa la demostración. ¿De dónde vienen estos elementos?, ¿acaso son verdades impersonales, pensamientos divinos, resultados de experiencias o postulados propios del autor? He aquí algunas preguntas que el lógico formalista considera extrañas a su disciplina. Pero, cuando se trata de argumentar o de influir, por medio del discurso, en la intensidad de la adhesión de un auditorio a ciertas 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. Pues, *toda argumentación pretende la adhesión de los individuos y, por tanto, supone la existencia de un contacto intelectual.*

Para que haya argumentación, es necesario que, en un momento dado, se produzca una comunidad efectiva de personas. Es preciso que se esté de acuerdo, ante todo y en principio, en la formación de esta comunidad intelectual y, después, en el hecho de debatir juntos una cuestión determinada. Ahora bien, esto no resulta de ningún modo evidente.

En el terreno de la deliberación íntima, incluso, existen condiciones previas a la argumentación: es preciso, principalmente, que

uno mismo se vea como si estuviera dividido en dos interlocutores, por lo menos, que participan en la deliberación. Y, esta división, nada nos autoriza a considerarla necesaria. Parece que está constituida sobre el modelo de la deliberación con los demás, por lo que es previsible que, en la deliberación con nosotros mismos, volvamos a encontrarnos con la mayoría de los problemas relativos a las condiciones previas a la discusión con los demás. Muchas expresiones lo testimonian. Mencionemos sólo algunas fórmulas, como «No escuches a tu mal genio», «No discutas de nuevo este punto», que aluden, respectivamente, a las condiciones previas que afectan a las personas y al objeto de la argumentación.

## § 2. EL CONTACTO INTELECTUAL

La formación de una comunidad efectiva de personas exige una serie de condiciones.

Lo más indispensable para la argumentación es, al parecer, la existencia de un lenguaje común, de una técnica que permita la comunicación. Esto no basta. Nadie lo muestra mejor que el autor de *Alicia en el país de las maravillas*. En efecto, los seres de ese país comprenden más o menos el lenguaje de Alicia. Pero, para ella, el problema reside en entrar en contacto con ellos, en iniciar una discusión; pues, en el mundo de las maravillas no hay ningún motivo para que las discusiones comiencen. No se sabe por qué uno se dirige a otro. A veces, Alicia toma la iniciativa y utiliza simplemente el vocativo: «¡oh, ratón!»<sup>1</sup>. Considera un éxito el haber podido intercambiar algunas palabras indiferentes con la duquesa<sup>2</sup>. En cambio, al hablar con la oruga, pronto se llega a un punto muerto: «Creo que, primero, debería decirme quién es usted;

<sup>1</sup> Lewis Carroll, *Alice's Adventures in Wonderland*, pág. 41.

<sup>2</sup> *Ib.*, pág. 82.

—¿Y por qué? —preguntó la oruga?»<sup>3</sup>. En nuestro mundo jerarquizado, ordenado, existen generalmente reglas que establecen cómo se puede entablar la conversación, un acuerdo previo que procede de las mismas normas de la vida social. Entre Alicia y los habitantes del país de las maravillas no hay ni jerarquía, ni prelación, ni funciones que hagan que uno deba responder antes que otro. Incluso las conversaciones, una vez iniciadas, a menudo se paran en seco, como la conversación con el lorito, quien se vale de su edad:

Pero Alicia no quiso que siguiera hablando sin decir antes su edad, y, como el lorito se negara a confesar su edad, no se le permitió decir nada más<sup>4</sup>.

La única condición previa que se cumple es el deseo de Alicia de iniciar la conversación con los seres de este nuevo universo.

El conjunto de aquellos a quienes uno desea dirigirse es muy variable. Está lejos de comprender, para cada uno, a todos los seres humanos. En cambio, el universo al cual quiere dirigirse el niño aumenta, en la medida en que el mundo de los adultos le está cerrado, con la adjunción de los animales y de todos los objetos inanimados a los que considera sus interlocutores naturales<sup>5</sup>.

Hay seres con los cuales todo contacto puede parecer superfluo o poco deseable. Hay seres a los que no nos preocupamos por dirigirles la palabra. Hay también seres con los que no queremos discutir, sino que nos contentamos con ordenarles.

Para argumentar, es preciso, en efecto, atribuir un valor a la adhesión del interlocutor, a su consentimiento, a su concurso mental. Por tanto, una distinción apreciada a veces es la de ser una persona con la que se llega a discutir. El racionalismo y el humanis-

<sup>3</sup> *Ib.*, pág. 65.

<sup>4</sup> *Ib.*, pág. 44.

<sup>5</sup> E. Cassirer, «Le langage et la construction du monde des objets», en *J. de Psychologie*, 1933, XXX, pág. 39.



mo de los últimos siglos hacen que parezca extraña la idea de que sea una cualidad el ser alguien cuya opinión cuenta, y, en muchas sociedades, no se le dirige la palabra a cualquiera, igual que no se batían en duelo con cualquiera. Además, cabe señalar que el querer convencer a alguien siempre implica cierta modestia por parte de la persona que argumenta: lo que dice no constituye un «dogma de fe», no dispone de la autoridad que hace que lo que se dice sea indiscutible y lleve inmediatamente a la convicción. El orador admite que debe persuadir al interlocutor, pensar en los argumentos que pueden influir en él, preocuparse por él, interesarse por su estado de ánimo.

Los seres que quieren que los demás, adultos o niños, los tengan en cuenta, desean que no se les ordene más, que se les razone, que se preste atención a sus reacciones, que se los considere miembros de una sociedad más o menos igualitaria. A quien le importe poco un contacto semejante con los demás, se le tachará de altivo, antipático, al contrario de los que, fuere cual fuere la relevancia de sus funciones, no dudan en mostrar, a través de los discursos al público, el valor que atribuyen a su apreciación.

Repetidas veces, sin embargo, se ha indicado que no siempre es loable querer persuadir a alguien: en efecto, pueden parecer poco honorables las condiciones en las cuales se efectúa el contacto intelectual. Conocida es la célebre anécdota de Aristipo, a quien se le reprochaba que se había rebajado ante el tirano Dionisio, hasta el punto de ponerse a sus pies para que lo oyera. Aristipo se defendió diciendo que no era culpa suya, sino de Dionisio por tener los oídos en los pies. ¿Era, pues, indiferente el lugar en que se encontraban los oídos? <sup>6</sup>.

Para Aristóteles, el peligro de discutir con ciertas personas está en que con ello se pierde la calidad de la propia argumentación:

[...] no hay que discutir con todo el mundo, ni hay que ejercitarse frente a un individuo cualquiera. Pues, frente a algunos, los argu-

<sup>6</sup> Bacon, *Of the advancement of learning*, pág. 25.

mentos se tornan necesariamente viciados: en efecto, contra el que intenta por todos los medios parecer que evita el encuentro, es justo intentar por todos los medios probar algo por razonamiento, pero no es elegante<sup>7</sup>.

No basta con hablar ni escribir, también es preciso que escuchen sus palabras, que lean sus textos. De nada sirve que le oigan, que tenga mucha audiencia, que lo inviten a tomar la palabra en ciertas circunstancias, en ciertas asambleas, en ciertos medios; pues, no olvidemos que escuchar a alguien es mostrarse dispuesto a admitir eventualmente su punto de vista. Cuando Churchill les prohibió a los diplomáticos ingleses incluso que escucharan las proposiciones de paz que pudieran hacerles los emisarios alemanes, o cuando un partido político comunica que está dispuesto a oír las proposiciones que pudiera presentarle la persona encargada de formar gobierno, estamos ante dos actitudes significativas, porque impiden el establecimiento o reconocen la existencia de las condiciones previas a una argumentación eventual.

Formar parte de un mismo medio, tratarse, mantener relaciones sociales, todo esto facilita la realización de las condiciones previas al contacto intelectual. Las discusiones frívolas y sin interés aparente no siempre carecen de importancia, dado que contribuyen al buen funcionamiento de un mecanismo social indispensable.

### § 3. EL ORADOR Y SU AUDITORIO

Con frecuencia, los autores de comunicaciones o de memorias científicas piensan que es suficiente con relatar ciertas experiencias, mencionar ciertos hechos, enunciar cierto número de verdades para suscitar infaliblemente el interés de los posibles oyentes o lectores.

---

<sup>7</sup> Aristóteles, *Tópicos*, 164b.

Esta actitud procede de la ilusión, muy extendida en diversos ambientes racionalistas o cientificistas, de que los hechos hablan por sí solos e imprimen un sello indeleble en todo ser humano, cuya adhesión provocan, cualesquiera que sean sus disposiciones. K. F. Bruner, secretario de redacción de una revista psicológica, compara estos autores, pocos interesados por el auditorio, con un visitante descortés:

Se desploman en una silla, apoyando sosamente los zapatos, y anuncian bruscamente, a ellos mismos o a otros, nunca se sabe, lo siguiente: «Fulano y mengano han demostrado [...] que la hembra de la rata blanca responde negativamente al choque eléctrico [...]». Muy bien, señor —les dije— ¿y qué? Díganme primero por qué debo preocuparme por este hecho, entonces escucharé <sup>8</sup>.

Es verdad que estos autores, por mucho que tomen la palabra en una sociedad culta o publiquen un artículo en una revista especializada, pueden ignorar los medios de entrar en contacto con el público, porque la institución científica, sociedad o revista, ya proporciona el vínculo indispensable entre el orador y el auditorio. El papel del autor sólo consiste en mantener, entre él y el público, el contacto que la institución científica ha permitido establecer.

Todo el mundo, empero, no se halla en una situación tan privilegiada. Para que se desarrolle una argumentación, es preciso, en efecto, que le presten alguna atención aquellos a quienes les está destinada. La mayor parte de los medios de publicidad y de propaganda se esfuerzan, ante todo, por atraer el interés de un público indiferente, condición imprescindible para la aplicación de cualquier argumentación. No hay que ignorar la importancia de este problema previo por el mero hecho de que, en un gran número de campos —ya sea educación, política, ciencia o administración de la justicia—, toda sociedad posea instituciones que faciliten y organicen el contacto intelectual.

<sup>8</sup> K. F. Bruner, «Of psychological writing», en *Journal of abnormal and social Psychology*, 1942, vol. 37, pág. 62.

Normalmente, es necesario tener cierta calidad para tomar la palabra y ser escuchado. En nuestra civilización, en la cual el impreso, convertido en mercancía, aprovecha la organización económica para captar la máxima atención, esta condición sólo aparece con claridad en los casos en los que el contacto entre el orador y el auditorio no pueda establecerse gracias a las técnicas de distribución. Por tanto, se percibe mejor la argumentación cuando la desarrolla un orador que se dirige verbalmente a un auditorio determinado que cuando está contenida en un libro puesto a la venta. La calidad del orador, sin la cual no lo escucharían, y, muy a menudo, ni siquiera lo autorizarían a tomar la palabra, puede variar según las circunstancias: unas veces, bastará con presentarse como un ser humano, decentemente vestido; otras, será preciso ser adulto; otras, miembro de un grupo constituido; otras, portavoz de este grupo. Hay funciones que, solas, autorizan a tomar la palabra en ciertos casos o ante ciertos auditorios; existen campos en los que se reglamentan con minuciosidad estos problemas de habilitación.

El contacto que se produce entre el orador y el auditorio no se refiere únicamente a las condiciones previas a la argumentación: también es esencial para todo su desarrollo. En efecto, como la argumentación pretende obtener la adhesión de aquellos a quienes se dirige, alude por completo al auditorio en el que trata de influir.

¿Cómo definir semejante auditorio? ¿Es la persona a quien el orador interpela por su nombre? No siempre: el diputado que, en el Parlamento inglés, debe dirigirse al presidente, puede intentar convencer, no sólo a quienes lo escuchan, sino también a la opinión pública de su país. ¿Es el conjunto de personas que el orador ve ante sí cuando toma la palabra? No necesariamente. El orador puede ignorar, perfectamente, una parte de dicho conjunto: un presidente de gobierno, en un discurso al Congreso, puede renunciar de antemano a convencer a los miembros de la oposición y contentarse con la adhesión de su grupo mayoritario. Por lo demás, quien concede una entrevista a un periodista considera que el auditorio lo constituyen los lectores del periódico más que la persona que

se encuentra delante de él. El secreto de las deliberaciones, dado que modifica la idea que el orador se hace del auditorio, puede transformar los términos de su discurso. Con estos ejemplos, se ve de inmediato cuán difícil resulta determinar, con ayuda de criterios puramente materiales, el auditorio de aquel que habla. Esta dificultad es mucho mayor aun cuando se trata del auditorio del escritor, pues, en la mayoría de los casos, no se puede localizar con certeza a los lectores.

Por esta razón, nos parece preferible definir el auditorio, desde el punto de vista retórico, como el *conjunto de aquellos en quienes el orador quiere influir con su argumentación*. Cada orador piensa, de forma más o menos consciente, en aquellos a los que intenta persuadir y que constituyen el auditorio al que se dirigen sus discursos.

#### § 4. EL AUDITORIO COMO CONSTRUCCIÓN DEL ORADOR

Para quien argumenta, el presunto auditorio siempre es una construcción más o menos sistematizada. Se puede intentar determinar sus orígenes psicológicos<sup>9</sup> o sociológicos<sup>10</sup>; pero, para quien se propone persuadir efectivamente a individuos concretos, lo importante es que la construcción del auditorio sea la adecuada para la ocasión.

No sucede lo mismo con quien se dedica a intentos sin alcance real. La retórica, convertida en ejercicio escolar, se dirige a auditorios convencionales y puede, sin dificultad alguna, atenerse a las visiones estereotipadas de estos auditorios, lo cual ha contribuido, tanto como lo facticio de los temas, a su degeneración<sup>11</sup>.

<sup>9</sup> Cfr. Harry Stack Sullivan, *The Interpersonal Theory of Psychiatry*, Nueva York, 1953.

<sup>10</sup> M. Milloud, «La propagation des idées», en *Revue phil.*, 1910, vol. 69, págs. 580-600; vol. 70, págs. 168-191.

<sup>11</sup> H. I. Marrou, *Histoire de l'éducation dans l'Antiquité*, pág. 278.

La argumentación efectiva emana del hecho de concebir al presunto auditorio lo más cerca posible de la realidad. Una imagen inadecuada del auditorio, ya la cause la ignorancia o el concurso imprevisto de diversas circunstancias, puede tener las más lamentables consecuencias. Una argumentación considerada persuasiva corre el riesgo de provocar un efecto revulsivo en un auditorio para el que las razones a favor son, de hecho, razones en contra. Lo que se diga en favor de una medida, alegando que es susceptible de disminuir la tensión social, levantará contra esta medida a todos aquellos que deseen que se produzcan confusiones.

El conocimiento, por parte del orador, de aquellos cuya adhesión piensa obtener es, pues, una condición previa a toda argumentación eficaz.

La preocupación por el auditorio transforma ciertos capítulos de los antiguos tratados de retórica en verdaderos estudios de psicología. En la *Retórica*, Aristóteles, al hablar de auditorios clasificados según la edad y la fortuna, inserta varias descripciones, sutiles y siempre válidas, de psicología diferencial<sup>12</sup>. Cicerón demuestra que es preciso hablar de manera distinta a la especie humana «ignorante y vulgar, que prefiere siempre lo útil a lo honesto», y a «la otra, ilustrada y culta que pone la dignidad moral por encima de todo»<sup>13</sup>. A su vez, Quintiliano estudia las diferencias de carácter, importantes para el orador<sup>14</sup>.

El estudio de los auditorios podría constituir igualmente un capítulo de sociología, pues, más que de su carácter propio, las opiniones de un hombre dependen de su medio social, de su entorno, de la gente con la que trata y entre la que vive. Como decía M. Milliod: *Voulez-vous que l'homme inculte change d'opinions? Transplantez-le*<sup>15</sup> (¿Quiere usted que el hombre inculto cambie de

<sup>12</sup> Aristóteles, *Retórica*, 1388b - 1391b. Véase el estudio de S. De Coster, «L'idéalisme des jeunes», en *Morale et enseignement*, 1951-52, n.º 2 y 3.

<sup>13</sup> Cicerón, *Partitiones oratoriae*, 90.

<sup>14</sup> Quintiliano, *De Institutione Oratoria*, lib. III, cap. VIII, §§ 38 y sigs.

<sup>15</sup> M. Milliod, *op. cit.*, vol. 70, pág. 173.

opinión? Transplántelo). Cada medio podría caracterizarse por sus opiniones dominantes, por sus convicciones no discutidas, por las premisas que admite sin vacilar: estas concepciones forman parte de su cultura, y a todo orador que quiera persuadir a un auditorio particular no le queda otro remedio que adaptarse a él. También la cultura propia de cada auditorio se transparenta a través de los discursos que le destinan, de tal modo que, de muchos de estos discursos, nos creemos autorizados a extraer cualquier información sobre las civilizaciones desaparecidas.

Las consideraciones sociológicas que son útiles para el orador pueden aludir a un objeto particularmente concreto, a saber: las funciones sociales desempeñadas por los oyentes. En efecto, a menudo éstos adoptan actitudes relacionadas con el papel que se les confía en ciertas instituciones sociales, hecho que señaló el creador de la psicología de la *Gestalt*:

Se pueden observar cambios maravillosos en los individuos, como cuando una persona apasionadamente sectaria se convierte en miembro de un jurado, árbitro o juez, y entonces sus acciones muestran el delicado paso de la actitud sectaria a un esfuerzo honesto por tratar el problema en cuestión de forma justa y objetiva<sup>16</sup>.

Lo mismo sucede con la mentalidad de un hombre político, cuya visión cambia cuando, después de haber pasado años en la oposición, se convierte en miembro del gobierno.

El oyente, dentro de sus nuevas funciones, adopta una nueva personalidad que el orador no puede ignorar. Y lo que sirve para cada oyente en concreto no es, por eso, menos válido para los oyentes, tomados globalmente, hasta tal punto incluso que los teóricos de la retórica creyeron poder clasificar los géneros oratorios según el papel que cumple el auditorio al que se dirige el orador. Los géneros oratorios, tal como los definían los antiguos (género deliberativo, judicial, epidíctico), correspondían respectivamente, según ellos, a auditorios que deliberan, juzgan o sólo disfrutaban como

<sup>16</sup> M. Wertheimer, *Productive Thinking*, págs. 135-136.

espectador del desarrollo oratorio, todo ello sin tener que pronunciarse acerca del fondo del asunto <sup>17</sup>.

Se trata, aquí, de una distinción puramente práctica cuyos defectos e insuficiencias son manifiestas, sobre todo dentro de la concepción que dicha distinción presenta del género epidíctico; debémos volver sobre este punto <sup>18</sup>. Pero, si quien estudia la técnica de la argumentación no puede aceptar esta clasificación de la argumentación tal cual, ésta tiene, sin embargo, el mérito de resaltar la importancia que ha de conceder el orador a las funciones del auditorio.

En muchas ocasiones, sucede que el orador debe persuadir a un auditorio heterogéneo, el cual reúne a personas diferenciadas entre sí por su carácter, relaciones o funciones. El orador habrá de utilizar múltiples argumentos para conquistar a los diversos miembros del auditorio. Precisamente, el arte de tener en cuenta, en la argumentación, a este auditorio heterogéneo caracteriza al buen orador. Se podrían encontrar muestras de este arte analizando los discursos pronunciados en los Parlamentos, en los cuales es fácil discernir los elementos del auditorio heterogéneo.

No es necesario encontrarse ante varias facciones organizadas para pensar en el carácter heterogéneo del auditorio. En efecto, se puede considerar que cada uno de los oyentes es una parte integrante —desde diversos puntos de vista, pero simultáneamente— de múltiples grupos. Incluso cuando el orador se halla frente a un número ilimitado de oyentes, hasta con un único oyente, puede que no sepa reconocer cuáles son los argumentos más convincentes para este auditorio. En tal caso, el orador lo inserta, en cierto modo ficticiamente, en una serie de auditorios diferentes. En *Tristram Shandy* —obra a la que nos referiremos más veces aún, porque la argumentación constituye uno de sus temas principales—, Sterne

---

<sup>17</sup> Aristóteles, *Retórica*, 1358b<sub>2-7</sub>; Cicerón, *Orator*, 37; *Partitiones oratoriae*, 10; Quintiliano, lib. III, cap. IV.

<sup>18</sup> Cfr. § 11, «El género epidíctico».



describe una discusión entre los padres del héroe y, por boca de éste, dice:

[Mi padre, que quería convencer a mi madre para que requiriera los servicios de un partero], trató de hacerle ver sus razones desde todas las perspectivas; discutió la cuestión con ella como cristiano, como pagano, como marido, como padre, como patriota, como hombre. Mi madre le respondía a todo tan sólo como mujer; lo cual era bastante duro para ella; pues al no ser capaz de asumir tal variedad de facetas y combatir protegida por ellas, la lucha era desigual: siete contra uno<sup>19</sup>.

Ahora bien, tengamos cuidado, el orador no es el único que cambia así de rostro, sino que más bien es el auditorio al que se dirige —la pobre esposa, en este caso—; auditorio al que transforma al capricho de su fantasía para captar sus puntos más vulnerables. Pero, dado que el orador posee la iniciativa de esta descomposición del auditorio, a él se le aplican los términos «como cristiano», «como pagano», «como marido», «como padre»...

Ante una asamblea, el orador puede intentar clasificar al auditorio desde el punto de vista social. Entonces se preguntará si el auditorio está totalmente englobado en un único grupo social o si debe distribuir a los oyentes en múltiples grupos, incluso opuestos entre sí. En este caso, siempre es posible la existencia de varios puntos de partida: se puede, en efecto, dividir de forma ideal al auditorio en función de los grupos sociales a los que pertenecen los individuos (por ejemplo: políticos, profesionales, religiosos), o según los valores a los que se adhieren ciertos oyentes. Estas divisiones ideales no son, en absoluto, independientes entre sí. No obstante, pueden conducir a la constitución de auditorios parciales muy diferentes.

La subdivisión de una asamblea en subgrupos dependerá, por otra parte, de la propia postura del orador: si, sobre una cuestión,

---

<sup>19</sup> Sterne, *La vida y las opiniones del caballero Tristram Shandy...*, vol. I, cap. XVIII, pág. 44.

mantiene puntos de vista extremados, nada se opondrá a que piense que todos los interlocutores son integrantes de un único auditorio. En cambio, si es de opinión moderada, tenderá a considerarlos componentes, al menos, de dos auditorios distintos <sup>20</sup>.

El conocimiento del auditorio no se concibe independientemente del conocimiento relativo a los medios susceptibles de influir en él. En efecto, el problema de la naturaleza del auditorio está vinculado al de su condicionamiento. Este vocablo implica, a primera vista, que se trata de factores extrínsecos al auditorio. Y todo estudio de este condicionamiento supone que se lo considera aplicable a una entidad que sería el auditorio tomado en sí mismo. Pero, examinándolo más de cerca, conocer al auditorio también es saber, por un lado, cómo se puede garantizar su condicionamiento y, por otro, cuál es, en cualquier momento del discurso, el condicionamiento que se ha realizado.

Para poder influir mejor en un auditorio, se lo puede condicionar por diversos medios: música, iluminación, tono demagógico, decorado, control teatral. De siempre se han conocido estos medios: los aplicaron tanto los primitivos como los griegos, los romanos, los hombres de la Edad Media, y, en nuestros días, los adelantos técnicos han permitido desarrollarlos poderosamente, tanto que se ha visto en estos medios lo esencial de la influencia sobre los oyentes.

Además de este condicionamiento, cuyo estudio no podemos abordar, existe otro que se deriva del propio discurso, de modo que, al final del discurso, el auditorio ya no es exactamente el mismo que al principio. Sólo se puede realizar este último condicionamiento gracias a la continua adaptación del orador al auditorio.

---

<sup>20</sup> Cfr. las observaciones de L. Festinger sobre la escasa tendencia a la comunicación en los partidarios de opiniones intermedias, *Psychol. Review.*, vol. 57, n.º 5, sept., 1950, pág. 275.

## § 5. ADAPTACIÓN DEL ORADOR AL AUDITORIO

«Todo objeto de la elocuencia —escribe Vico— concierne a nuestros oyentes y, conforme a sus opiniones, debemos regular nuestros discursos»<sup>21</sup>. 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. Hay discursos que son —tomando una comparación de Gracián— como un festín, en el que no se preparan las viandas a gusto de los sazonadores sino de los convidados<sup>22</sup>.

El buen orador, aquel que tiene mucho ascendiente sobre los demás, parece animarse con el ambiente del auditorio. No es el caso del hombre apasionado que sólo se preocupa por lo que siente él mismo; si puede ejercer alguna influencia sobre las personas sugestionables, con mucha frecuencia, a los oyentes, su discurso les parecerá poco razonable. Aunque el discurso del apasionado pueda impresionar, no ofrece —declara M. Pradines— un tono «*vrai*» (verdadero); la figura verdadera siempre *crève le masque logique* (agujerea la máscara lógica), pues «*la passion* —dice Pradines— *est incommensurable aux raisons*» (la pasión no se puede medir con razones)<sup>23</sup>. Lo que parece explicar este punto de vista es el hecho de que el hombre apasionado, cuando argumenta, lo hace sin prestar la atención suficiente al auditorio al que se dirige: llevado por el entusiasmo, imagina que el auditorio es sensible a los mismos argumentos que aquellos que lo han persuadido a él. Por tanto,

<sup>21</sup> Vico, *De nostri temporis studiorum ratione*, ed. Ferrari, vol. II, pág. 10.

<sup>22</sup> La comparación procede de *El Discreto*, cap. X. En la versión original, los autores extraen esta comparación de una paráfrasis que hace Amelot de La Housaie en su traducción francesa del *Oráculo manual* (cfr. *L'homme de cour*, página 85) y en la que relaciona esta obra con otros escritos de Gracián. [N. de la T.]

<sup>23</sup> M. Pradines, *Traité de psychologie générale*, vol. II, págs. 324-325.

por este olvido del auditorio, lo que la pasión provoca es menos ausencia de razones que una mala elección de las razones.

Porque los jefes de la democracia ateniense adoptaban la técnica del orador hábil, un filósofo como Platón les reprochaba que «adulaban» a la muchedumbre a la que habrían debido dirigir. Pero ningún orador, ni siquiera el orador consagrado, puede ignorar este esfuerzo de adaptación al auditorio. A los oyentes, dice Bossuet<sup>24</sup>, les corresponde la formación de los predicadores. En su lucha contra los demagogos, Demóstenes le pide al pueblo ateniense que mejore para mejorar el estilo de los oradores:

[...] en ningún momento los oradores os hacen o perversos u hombres de provecho, sino vosotros los hacéis ser de un extremo o del otro, según queráis; pues no sois vosotros los que aspiráis a lo que ellos desean, sino que son ellos los que aspiran a lo que estimen que vosotros deseáis. Así pues, es necesario que seáis vosotros los primeros en fomentar nobles deseos, y todo irá bien; pues, en ese caso, o nadie propondrá ningún mal consejo, o bien ningún interés le reportará el proponerlo por no disponer de quienes le hagan caso<sup>25</sup>.

Al auditorio, en efecto, le corresponde el papel más importante para determinar la calidad de la argumentación y el comportamiento de los oradores<sup>26</sup>.

Si se ha podido comparar a los oradores, en sus relaciones con los oyentes, no sólo con cocineros, sino incluso con parásitos que

*pour avoir place dans les bonnes tables tiennent presque toujours un langage contraire à leurs sentiments*<sup>27</sup>

(para tener un sitio en las buenas cenas emplean casi siempre un lenguaje contrario a sus sentimientos),

<sup>24</sup> Bossuet, *Sur la parole de Dieu*, en *Sermons*, vol. II, pág. 153.

<sup>25</sup> Demóstenes, *Sobre la organización financiera*, 36, en *Discursos políticos*.

<sup>26</sup> Cfr. § 2, «El contacto intelectual».

<sup>27</sup> Saint-Evremond, t. IX, pág. 19, según Petronio, *Sauricón*, III, pág. 3.

no olvidemos, sin embargo, que casi siempre, el orador es libre —cuando sólo podría serlo eficazmente de una manera que le repugna— de renunciar a persuadir a un auditorio determinado. No se debe creer, por ello, que, en esta materia, sea siempre honrado conseguirlo ni siquiera proponérselo. El conciliar los escrúpulos del hombre honesto con la sumisión al auditorio es uno de los problemas que más le preocuparon a Quintiliano<sup>28</sup>, para quien la retórica, *scientia bene dicendi*<sup>29</sup>, implica que el orador perfecto persuade bien, pero también que dice el bien. Ahora, si se admite que hay auditorios de gente depravada a la que no se quiere renunciar a convencer, y si uno se sitúa en el punto de vista que corresponde a la calidad moral del orador, está incitado, para resolver la dificultad, a establecer disociaciones y distinciones que no son evidentes.

Para el orador, la obligación de adaptarse al auditorio y la limitación de este último a la muchedumbre incompetente, incapaz de comprender un razonamiento ordenado y cuya atención está a merced de la más mínima distracción, no sólo han provocado el descrédito de la retórica, sino que han introducido en la teoría del discurso reglas generales cuya validez parece, empero, que está limitada a casos especiales. No vemos, por ejemplo, por qué, en principio, la utilización de una argumentación técnica nos alejaría de la retórica y de la dialéctica<sup>30</sup>.

En esta materia, sólo 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<sup>31</sup>.

No se debe mostrar de igual forma la realidad de los mismos acontecimientos descritos en una obra que se considera científica o en una novela histórica; así, aquel que habría encontrado desca-

<sup>28</sup> Quintiliano, lib. III, cap. VIII; lib. XII, cap. I.

<sup>29</sup> Quintiliano, lib. II, cap. XV, § 34.

<sup>30</sup> Aristóteles, *Retórica*, 1357a y 1358a.

<sup>31</sup> Richard D. D. Whately, *Elements of Rhetoric*, parte III, cap. I, § 2, pág. 174.

belladas las pruebas suministradas por J. Romain s sobre la suspensión voluntaria de los movimientos cardíacos, si hubieran aparecido en una revista médica, puede, en cambio, ver una hipótesis por la que siente interés, cuando la halla desarrollada en una novela<sup>32</sup>.

El número de oyentes condiciona, en cierta medida, los procedimientos argumentativos, y esto independientemente de las consideraciones relativas a los acuerdos que sirven de base y que difieren entre sí según los auditorios. Al estudiar el estilo en función de las circunstancias en que se hace uso de la palabra, J. Marouzeau advierte:

*l'espèce de déférence et de respect humain qu'impose le nombre; à mesure que diminue l'intimité, le scrupule augmente, scrupule d'être bien jugé, de recueillir l'applaudissement ou du moins l'assentiment des regards et des attitudes [...] <sup>33</sup>.*

(la especie de deferencia y de respeto humano que impone el número; a medida que disminuye la intimidad, aumenta el escrúpulo, escrúpulo de ser bien juzgado, de recibir los aplausos o, al menos, el asentimiento de las miradas y las actitudes...).

Se podrían exponer igualmente otras muchas reflexiones relativas a las particularidades de los auditorios que influyen en el comportamiento y en la argumentación del orador. Pero, a nuestro juicio, el presente estudio será fecundo si nos basamos en el aspecto concreto, particular, multiforme, de los auditorios. Sin embargo, en los cuatro párrafos siguientes, nos gustaría analizar especialmente los rasgos de algunos auditorios cuya importancia es innegable para todos y, sobre todo, para el filósofo.

<sup>32</sup> A. Reyes, *El Destinde*, pág. 40 (J. Romain s, *Les créateurs*, caps. I-VII, en *Les hommes de bonne volonté*, vol. XII); cfr. también Y. Belaval, *Les philosophes et leur langage*, pág. 138.

<sup>33</sup> J. Marouzeau, *Précis de stylistique française*, pág. 208.

## §. 6. PERSUADIR Y CONVENCER

Las páginas anteriores muestran suficientemente que la variedad de los auditorios es casi infinita y que, de querer adaptarse a todas sus particularidades, el orador se encuentra frente a innumerables problemas. Quizá sea ésta una de las razones por las cuales lo que suscita un interés enorme es una técnica argumentativa que se impusiera indiferentemente a todos los auditorios o, al menos, a todos los auditorios compuestos por hombres competentes o razonables. La búsqueda de una objetividad, cualquiera que sea su naturaleza, corresponde al ideal, al deseo de trascender las particularidades históricas o locales de forma que todos acepten las tesis defendidas. A este respecto, como lo dice Husserl, en el emocionante discurso en que propugna el esfuerzo de racionalidad occidental: «En nuestro trabajo filosófico, somos *funcionarios de la humanidad*»<sup>34</sup>. En la misma línea se halla J. Benda, quien acusa a los clérigos de traición cuando abandonan la preocupación por lo eterno y lo universal para defender valores temporales y locales<sup>35</sup>. De hecho, asistimos aquí a la reanudación del debate secular entre los partidarios de la verdad y los de la opinión, entre filósofos, buscadores de lo absoluto, y retóricos, comprometidos en la acción. Con motivo de este debate, parece que se elabora la distinción entre *persuadir* y *convencer*, distinción a la que aludiremos en función de una teoría de la argumentación y del papel desempeñado por ciertos auditorios<sup>36</sup>.

Para aquel que se preocupa por el resultado, persuadir es más que convencer, al ser la convicción sólo la primera fase que induce

<sup>34</sup> E. Husserl, *La crise des sciences européennes*, pág. 142.

<sup>35</sup> J. Benda, *La trahison des clercs*, 1928.

<sup>36</sup> Cfr. Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca, *Rhétorique et philosophie*, pág. 3 y sigs. («Logique et rhétorique»).

a la acción<sup>37</sup>. Para Rousseau, de nada sirve convencer a un niño «*si l'on ne sait le persuader*» (si no se sabe persuadirlo)<sup>38</sup>. En cambio, para aquel que está preocupado por el carácter racional de la adhesión, convencer es más que persuadir. Además, el carácter racional de la convicción tenderá, unas veces, hacia los medios utilizados; otras, hacia las facultades a las que se dirige. Para Pascal<sup>39</sup>, al autómeta es a quien se persuade, y entiende por autómeta el cuerpo, la imaginación, el sentimiento, en una palabra, todo lo que no es en absoluto la razón. Con mucha frecuencia, se piensa que la persuasión es una transposición injustificada de la demostración. Según Dumas<sup>40</sup>, en la persuasión «*se paie de raisons affectives et personnelles*» (se aducen razones afectivas y personales), dado que a menudo la persuasión es «*sophistique*» (sofística). Sin embargo, Dumas no precisa en qué diferiría técnicamente esta prueba afectiva de una prueba objetiva.

Los criterios por los cuales se cree que es posible separar la convicción y la persuasión se basan siempre en la determinación de pretender aislar de un conjunto (conjunto de procedimientos, de facultades) ciertos elementos considerados racionales. Conviene resaltar que aislamiento a veces se refiere a los razonamientos y se mostrará, por ejemplo, que tal silogismo, aunque llegue a convencer al oyente, no conseguirá persuadirlo. Pero, hablar así de este silogismo es aislarlo de todo un contexto, es suponer que sus premisas son conocidas independientemente del contexto, es transformarlas en verdades inquebrantables, intangibles. Se nos dirá, por ejemplo, que tal persona, convencida de lo malo que es masticar

<sup>37</sup> Richard D. D. Whately, «Of Persuasion», en *Elements of Rhetoric*, parte II, cap. I, § 1, pág. 115. Véase también Charles L. Stevenson, *Ethics and Language*, págs. 139-140.

<sup>38</sup> Rousseau, *Emile*, lib. III, pág. 203.

<sup>39</sup> Pascal, *Pensées*, 470 (195), «Bibl. de la Pléiade», pág. 961 (n.º 252, cd. Brunschvicg).

<sup>40</sup> G. Dumas, *Traité de psychologie*, t. II, pág. 740.



demasiado deprisa, no dejará por ello de hacerlo<sup>41</sup>; de este modo, se aísla de todo un conjunto el razonamiento sobre el que descansa esta convicción. Se olvida, por ejemplo, que esta convicción puede enfrentarse a otra, la que nos afirma que se gana tiempo comiendo más rápido. Por tanto, vemos que la concepción de lo que constituye la convicción, la cual puede parecer que está fundada en una diferenciación de los medios de prueba o de las facultades que se ponen en juego, a menudo descansa también en el aislamiento de ciertos datos dados en el seno de un conjunto mucho más complejo.

Si alguien se niega, como lo hacemos nosotros, a adoptar estas distinciones dentro de un pensamiento vivo, es necesario reconocer, no obstante, que nuestro lenguaje utiliza dos nociones, convencer y persuadir, entre las cuales se estima generalmente que existe un matiz comprensible.

Nosotros, nos proponemos llamar *persuasiva* a la argumentación que sólo pretende servir para un auditorio particular, y nominar *convinciente* a la que se supone que obtiene la adhesión de todo ente de razón. El matiz es mínimo y depende, esencialmente, de la idea que el orador se forma de la encarnación de la razón. Cada hombre cree en un conjunto de hechos, de verdades, que todo hombre «normal» debe, según él, admitir, porque son válidos para todo ser racional. Pero, ¿es así de verdad? ¿No es exorbitante la pretensión a una validez absoluta para cualquier auditorio compuesto por seres racionales? Incluso al autor más concienzudo no le queda, en este punto, más remedio que someterse al examen de los hechos, al juicio de los lectores<sup>42</sup>. En todo caso, habrá hecho lo que está en su mano para *convencer*, si cree que se dirige válidamente a semejante auditorio.

Preferimos nuestro criterio al que propuso Kant en la *Crítica de la razón pura*, y al que se acerca bastante en las consecuencias,

<sup>41</sup> W. Dill Scott, *Influencing men in business*, pág. 32.

<sup>42</sup> Cfr. Kant, *Crítica de la razón pura*, pág. 11.

aunque difiere en el principio. La convicción y la persuasión son, para Kant, dos tipos de juicios:

Cuando éste es válido para todo ser que posea razón, su fundamento es objetivamente suficiente y, en este caso, el tener por verdadero se llama *convicción*. Si sólo se basa en la índole especial del sujeto, se llama *persuasión*.

La persuasión es una mera apariencia, ya que el fundamento del juicio, fundamento que únicamente se halla en el sujeto, es tomado por *objetivo*. Semejante juicio tampoco posee, pues, más que una validez privada y el tener por verdadero es comunicable [...]

Subjetivamente no es, por tanto, posible distinguir la persuasión de la convicción cuando el sujeto considera el tener por verdad como simple fenómeno del propio psiquismo. Pero el ensayo que hacemos con sus fundamentos valederos para nosotros, con el fin de ver si producen en el entendimiento de otros el mismo efecto que en el nuestro, es, a pesar de tratarse de un medio subjetivo, no capaz de dar como resultado la convicción, pero sí la validez meramente privada del juicio, es decir, un medio para descubrir en él lo que constituya mera persuasión [...] La persuasión puedo conservarla para mí, si me siento a gusto con ella, pero no puedo ni debo pretender hacerla pasar por válida fuera de mí<sup>43</sup>.

La concepción kantiana, aunque por sus consecuencias se aproxima bastante a la nuestra, difiere de ella porque hace de la oposición *subjetivo-objetivo* el criterio de la distinción entre la persuasión y la convicción. Si la convicción está fundada en la verdad de su objeto y, por consiguiente, es válida para todo ser racional, puede probarse por sí sola, puesto que la persuasión tiene únicamente un alcance individual. De este modo, se ve que Kant sólo admite la prueba puramente lógica, ya que la argumentación no apremiante está, a su juicio, excluida de la filosofía. Sólo es defendible esta concepción en la medida en que se acepta que es comunicable lo que no es necesario, lo cual desecharía la argumentación

<sup>43</sup> Kant, *Crítica de la razón pura*, págs. 639-640.

relacionada con los auditorios particulares. Ahora bien, esta argumentación constituye el campo de elección de la retórica. A partir del momento en que se acepta que existen otros medios de prueba distintos de la prueba necesaria, la argumentación que se dirige a los auditorios particulares tiene un alcance que sobrepasa la creencia meramente subjetiva.

La distinción que proponemos entre persuasión y convicción da cuenta, de modo indirecto, del vínculo que a menudo se establece, aunque de forma confusa, entre persuasión y acción, por una parte, y entre convicción e inteligencia, por otra. En efecto, el carácter intemporal de ciertos auditorios explica que los argumentos que le presentan no constituyan en absoluto una llamada a la acción inmediata.

Esta distinción, fundada en los rasgos del auditorio al que se dirige el orador, no parece, a primera vista, que explique la distinción entre convicción y persuasión tal como la siente el propio oyente. Pero, resulta fácil ver que se puede aplicar el mismo criterio, si se tiene en cuenta que este oyente piensa en la transferencia a otros auditorios de los argumentos que le presentan y se preocupa por la acogida que les estaría reservada.

Desde nuestro punto de vista, es comprensible que el matiz entre los términos *convencer* y *persuadir* sea siempre impreciso y que, en la práctica, se suprima. Pues, mientras que las fronteras entre la inteligencia y la voluntad, entre la razón y lo irracional pueden constituir un límite preciso, la distinción entre diversos auditorios es mucho más confusa, y esto tanto más cuanto que la imagen que el orador se forma de los auditorios es el resultado de un esfuerzo siempre susceptible de poder reanudarlo.

Nuestra distinción entre persuadir y convencer recoge, pues, mediante muchos rasgos, antiguas distinciones<sup>44</sup>, aun cuando no adopte sus criterios; también explica el uso que algunos hacen, por modes-

---

<sup>44</sup> Véase especialmente Fénelon, *Dialogues sur l'éloquence*, ed. Lebel, t. XXI, pág. 43.

tia, del vocablo «persuasión» al oponerlo a «convicción». Así Claparède, en el prólogo a uno de sus libros, nos dice que si se ha decidido a exhumar su manuscrito,

*c'est à la demande de Mme Antipoff qui m'a persuadé (mais non convaincu) qu'il y aurait intérêt à publier ces recherches*<sup>45</sup>.

(ha sido a petición de Mme. Antipoff, quien me ha persuadido (pero no convencido) de que sería interesante publicar estas investigaciones).

Aquí el autor no piensa en establecer una distinción teórica entre los dos términos, sino que se sirve de su diferencia para expresar a la vez el escaso valor objetivo garantizado y la fuerza de las razones dadas por su colaboradora: el matiz del que se vale Claparède puede corresponder a la concepción kantiana, aunque parece que se debe al hecho de que se trata de razones convincentes para él, pero que, en su opinión, puede que no lo sean para todo el mundo.

Es, por tanto, la naturaleza del auditorio al que pueden someterse con éxito los argumentos lo que determina, en la mayoría de los casos, no sólo el tono que adoptarán las argumentaciones sino también el carácter, el alcance que se les atribuirá. ¿Cuáles son los auditorios a los que se les atribuye el papel normativo que permite saber si una argumentación es convincente o no? Encontramos tres clases de auditorios, considerados privilegiados a este respecto, tanto en la práctica habitual como en el pensamiento filosófico: el primero, constituido por toda la humanidad o, al menos, por todos los hombres adultos y normales y al que llamaremos el auditorio *universal*; el segundo, formado, desde el punto de vista del diálogo, por el único *interlocutor* al que nos dirigimos; el tercero, por último, integrado por el *propio sujeto*, cuando delibera sobre o evoca las razones de sus actos. A continuación, conviene añadir que, sólo cuando el hombre en las reflexiones consigo mismo o el interlocutor del diálogo encarnan al auditorio universal, éstos ad-

<sup>45</sup> Ed. Claparède, «La genèse de l'hypothèse», Prólogo.

quieren el privilegio filosófico que se le otorga a la razón, en virtud del cual la argumentación que se dirige a ellos ha quedado asimilada, con frecuencia, a un discurso lógico. En efecto, si visto desde fuera, se puede pensar que el auditorio universal de cada orador es un auditorio particular, esto no significa que, a cada instante y para cada persona, exista un auditorio que trascienda a todos los demás ni que sea difícil en tanto que auditorio particular. En cambio, al individuo que delibera o al interlocutor del diálogo, se los puede percibir como si se tratara de un auditorio particular, cuyas reacciones conocemos y cuyas características, a lo sumo, hemos estudiado. De ahí la importancia primordial del auditorio universal en tanto que norma de la argumentación objetiva, puesto que el interlocutor y el individuo deliberante consigo mismo constituyen meras encarnaciones siempre precarias.

#### § 7. EL AUDITORIO UNIVERSAL

Toda argumentación que sólo esté orientada hacia un auditorio determinado ofrece un inconveniente: el orador, precisamente en la medida en que se adapta a las opiniones de los oyentes, se expone a basarse en tesis que son extrañas o incluso totalmente opuestas a las que admiten otras personas distintas de aquellas a las que se dirige en ese momento. Este peligro es aparente cuando se trata de un auditorio heterogéneo, que el orador debe descomponer por imperativos de su argumentación. En efecto, este auditorio, igual que una asamblea parlamentaria, deberá reagruparse en un todo para tomar una decisión, y nada más fácil, para el adversario, que lanzar contra su imprudente predecesor todos los argumentos que éste empleó ante las diversas partes del auditorio, ya sea oponiéndolos entre sí para mostrar su incompatibilidad, ya sea presentándoselos a aquellos oyentes a los que no les estaban destinados. De ahí procede la debilidad relativa de los argumentos admitidos sólo

por auditorios particulares y el valor concedido a las opiniones que disfrutaban de la aprobación unánime, especialmente la de personas o grupos que se ponen de acuerdo en muy pocas cosas.

Es obvio que el valor de esta unanimidad depende del número y de la calidad de quienes la manifiestan, dado que, en este campo, el límite lo alcanza el *acuerdo del auditorio universal*. Evidentemente, en este caso, no se trata de un hecho probado por la experiencia, sino de una universalidad y de una unanimidad que se imagina el orador, del acuerdo de un auditorio que debería ser universal y que, por razones justificadas, pueden no tomarlo en consideración quienes no participan en él.

Los filósofos siempre procuran dirigirse a un auditorio de este tipo, no porque esperen conseguir el consentimiento efectivo de todos los hombres —pues saben muy bien que sólo una pequeña minoría tendrá ocasión de conocer sus escritos—, sino porque creen que a todos aquellos que comprendan sus razones no les quedará más remedio que adherirse a sus conclusiones. Por tanto, *el acuerdo de un auditorio universal no es una cuestión de hecho, sino de derecho*. Porque se afirma lo que es conforme a un hecho objetivo, lo que constituye una aserción verdadera e incluso necesaria, se cuenta con la adhesión de quienes se someten a los datos de la experiencia o a las luces de la razón.

Una argumentación dirigida a un auditorio universal debe convenir al lector del carácter apremiante de las razones aducidas, de su evidencia, de su validez intemporal y absoluta, independientemente de las contingencias locales o históricas. «La verdad —nos dice Kant— descansa en el acuerdo con el objeto y, por consiguiente, con respecto a este objeto, los juicios de todo entendimiento deben estar de acuerdo». Se puede comunicar toda creencia objetiva, pues es «válida para la razón de cualquier hombre». Sólo se puede *afirmar* tal aserción, es decir, formular «como juicio necesariamente válido para cada uno»<sup>46</sup>.

<sup>46</sup> Kant, *Crítica de la razón pura*, págs. 639-640.

De hecho, se supone que dicho juicio se impone a todo el mundo, porque hasta el orador está convencido de lo que no sabría cuestionar. Dumas describió, con un lenguaje muy expresivo, esta certeza cartesiana:

*La certitude est la pleine croyance, qui exclut entièrement le doute; elle est affirmation nécessaire et universelle; c'est-à-dire que l'homme certain ne se représente pas la possibilité de préférer l'affirmation contraire et qu'il se représente son affirmation comme devant s'imposer à tous dans les mêmes circonstances. En somme elle est l'état où nous avons conscience de penser la vérité, qui est justement cette contrainte universelle, cette obligation mentale; la subjectivité disparaît, l'homme pense comme intelligence, comme homme et non plus comme individu. L'état de certitude a été souvent décrit à l'aide de métaphores comme la lumière et la clarté; mais l'illumination de la certitude rationnelle apporte son explication. Il est repos et détente, même si la certitude est pénible, car elle met fin à la tension et à l'inquiétude de la recherche et de l'indécision. Il s'accompagne d'un sentiment de puissance et en même temps d'anéantissement; on sent que la prévention, la passion, le caprice individuel ont disparu [...] Dans la croyance rationnelle, la vérité devient nôtre et nous devenons la vérité*<sup>47</sup>.

(La certeza es la creencia plena, que excluye por completo la duda; es afirmación necesaria y universal, es decir, que el hombre seguro no se imagina la posibilidad de preferir la afirmación contraria y piensa en su afirmación como si debiera imponerse a todos en las mismas circunstancias. En suma, es el estado en el que tenemos conciencia de estar ante la verdad, que es justamente esta coacción universal, esta obligación mental; la subjetividad desaparece, el hombre piensa como inteligencia, como hombre y no como individuo. Frecuentemente, se ha descrito el estado de certeza con ayuda de metáforas como la luz y la claridad; pero la iluminación de la certeza racional aporta su explicación. Este estado es reposo y tranquilidad, aun cuando la certeza sea penosa, pues pone fin a la ten-

<sup>47</sup> G. Dumas. *Traité de psychologie*, t. II, págs. 197-198, 200.

sión y a la inquietud de la búsqueda y de la indecisión. Este estado va acompañado por un sentimiento de poder y, al mismo tiempo, de aniquilamiento; se aprecia que han desaparecido la prevención, la pasión, el capricho individual [...] En la creencia racional, la verdad se hace nuestra y nos convertimos en la verdad).

Se observa que, en los casos en los que se inserta la evidencia racional, la adhesión del espíritu parece que depende de una verdad apremiante y los procedimientos de argumentación no desempeñan papel alguno. El individuo, con su libertad de deliberación y de elección, se aparta ante la razón que lo coacciona y le quita toda posibilidad de duda. En última instancia, la retórica eficaz para un auditorio universal sería la que sólo maneja la prueba lógica.

El racionalismo, con sus pretensiones de eliminar toda retórica de la filosofía, había enunciado un programa muy ambicioso que debía desembocar en el acuerdo de los oyentes gracias a la evidencia racional que se impone a todo el mundo. Pero, apenas se enunciaban las exigencias del método cartesiano, Descartes ya adelantaba, en su nombre, aserciones muy discutidas. En efecto, ¿cómo distinguir las evidencias verdaderas de las falsas? ¿Acaso se imagina uno que lo que convence a un auditorio universal, del cual uno mismo se considera el representante ideal, posee de verdad esta validez objetiva? En páginas penetrantes, Pareto<sup>48</sup> señaló perfectamente que el consentimiento universal invocado sólo es, en la mayoría de los casos, la generalización ilegítima de una intuición particular. Por esta razón, siempre es arriesgado identificar con la lógica la argumentación para uso del auditorio universal, tal como uno mismo la ha concebido. Las concepciones que los hombres se han dado a lo largo de la historia, «hechos objetivos» o «verdades evidentes», han variado lo suficiente para que desconfiemos al respecto. En lugar de creer en la existencia de un auditorio universal, análogo al espíritu divino que sólo puede dar su consentimiento

<sup>48</sup> V. Pareto, *Traité de sociologie générale*, t. I, cap. IV, §§ 589 y 599.



a «la verdad», se podría, con toda razón, caracterizar a cada orador por la imagen que él mismo se forma del auditorio universal al que trata de conquistar con sus propias opiniones.

El auditorio universal, lo constituye cada uno a partir de lo que sabe de sus semejantes, de manera que trascienden las pocas oposiciones de las que tiene conciencia. Así, cada cultura, cada individuo posee su propia concepción del auditorio universal, y el estudio de estas variaciones sería muy instructivo, pues nos haría conocer lo que los hombres han considerado, a lo largo de la historia, real, verdadero y objetivamente válido.

Si la argumentación dirigida al auditorio universal y que debería convencer, no convence, sin embargo, a todo el mundo, queda siempre el recurrir a *descalificar lo recalcitrante* juzgándolo estúpido o anormal. Esta forma de proceder, frecuente en los pensadores de la Edad Media, aparece igualmente en los modernos<sup>49</sup>. Tal exclusión de la comunidad humana sólo puede obtener la adhesión si el número y el valor intelectual de los proscritos no amenazan con hacer que semejante procedimiento parezca ridículo. Si este peligro existe, se debe emplear otra argumentación y oponer al auditorio universal un auditorio de elite, dotado con medios de conocimientos excepcionales e infalibles. Quienes alardean de una revelación sobrenatural o de un saber místico, quienes apelan a los buenos, a los creyentes, a los hombres que tienen la gracia, manifiestan su preferencia por un auditorio de elite; este auditorio de elite puede confundirse incluso con el Ser perfecto.

Al auditorio de elite, no siempre se lo considera, ni mucho menos, asimilable al auditorio universal. En efecto, con frecuencia sucede que el auditorio de elite quiere seguir siendo distinto del resto de los hombres: la elite, en este caso, se caracteriza por su situación jerárquica. Pero a menudo también, se estima que el auditorio de elite es el modelo al que deben amoldarse los hombres para ser

<sup>49</sup> Véase especialmente H. Lefebvre, *A la lumière du matérialisme dialectique*, I; *Logique formelle, logique dialectique*, pág. 29.

dignos de este nombre: el auditorio de elite crea la norma para todo el mundo. En este otro caso, la elite es la vanguardia que todos seguirán y a la que se acomodarán. Únicamente importa su opinión, porque, a fin de cuentas, es la que será determinante.

El auditorio de elite sólo encarna al auditorio universal para aquellos que le reconocen este papel de vanguardia y de modelo. Para los demás, en cambio, no constituirá más que un auditorio particular. El estatuto de un auditorio varía según las consideraciones que se sustentan.

Ciertos auditorios especializados se asimilan voluntariamente al auditorio universal, como el auditorio científico que se dirige a sus iguales. El científico se dirige a ciertos hombres particularmente competentes y que admiten los datos de un sistema bien determinado, constituido por la ciencia en la cual están especializados. No obstante, a este auditorio tan limitado, el científico lo considera por lo general, no un auditorio concreto, sino el verdadero auditorio universal: supone que todos los hombres, con la misma preparación, la misma capacidad y la misma información, adoptarían las mismas conclusiones.

Igual ocurre cuando se trata de moral. Esperamos que las reacciones de los demás confirmen nuestras ideas. Los «demás» a quienes recurrimos de esta forma no son, sin embargo, «otros» sin más. Sólo acudimos a aquellos que han «reflexionado» debidamente sobre la conducta que nosotros aprobamos o desaprobamos. Como dice Findlay:

Por encima de las cabezas irreflexivas de la «compañía presente» recurrimos a la «gran compañía de las personas reflexivas» en las que [la conducta] pudiera situarse en el espacio o el tiempo<sup>50</sup>.

Semejante requerimiento, es criticado por Jean-Paul Sartre en las notables conferencias sobre el auditorio del escritor:

<sup>50</sup> J. N. Findlay, «Morality by Convention», en *Mind*, vol. LIII, pág. 160. Cfr. también Arthur N. Prior, *Logic and the basis of ethics*, pág. 84.

*Nous avons dit que l'écrivain s'adressait en principe à tous les hommes. Mais, tout de suite après, nous avons remarqué qu'il était lu seulement de quelques-uns. De l'écart entre le public idéal et le public réel est née l'idée d'universalité abstraite. C'est-à-dire que l'auteur postule la perpétuelle répétition dans un futur indéfini de la poignée de lecteurs, dont il dispose dans le présent [...] le recours à l'infinité du temps cherche à compenser l'échec dans l'espace (retour à l'infini de l'honnête homme de l'auteur du XVII<sup>e</sup> siècle, extension à l'infini du club des écrivains et du public de spécialistes pour celui du XIX<sup>e</sup> siècle) [...] Par l'universalité concrète, il faut entendre au contraire la totalité des hommes vivant dans une société donnée*<sup>51</sup>.

(Hemos dicho que, en principio, el escritor se dirigía a todos los hombres. Pero, inmediatamente después, hemos observado que tenía muy pocos lectores. De la diferencia que existe entre el público ideal y el público real nace la idea de universalidad abstracta, es decir, el autor postula la repetición perpetua, en un futuro indefinido, del puñado de lectores de los que dispone en el presente. [...] El recurso a la infinidad del tiempo intenta compensar el fracaso en el espacio (retorno al infinito del hombre honrado, por parte del autor del siglo xvii, extensión al infinito del club de los escritores y del público de especialistas por parte del autor del siglo xix) [...] En cambio, por la universalidad concreta, hay que entender la totalidad de los hombres que viven en una sociedad determinada).

Sartre les reprocha a los escritores el olvidar la universalidad concreta a la que podrían, y deberían, dirigirse para contentarse con la ilusoria universalidad abstracta. Pero ¿no es el auditorio universal de Sartre quien deberá juzgar la legitimidad de esta crítica, quien deberá decidir si, en el escritor, ha habido hasta este momento o no ilusión voluntaria o involuntaria, si el escritor ha faltado hasta este momento a lo que se le había asignado «como misión»? Y este auditorio universal de Sartre es aquel al que se dirige para

<sup>51</sup> J.-P. Sartre, *Situations*, II, págs. 192-193.

exponerle sus propias opiniones sobre la universalidad abstracta y concreta.

Creemos, pues, que los auditorios no son independientes, son auditorios concretos y particulares que pueden valerse de una concepción del auditorio universal que les es propia. Pero, se invoca al auditorio universal no determinado para juzgar la concepción del auditorio universal adecuada a tal auditorio concreto, para examinar, a la vez, la manera en que se ha compuesto, cuáles son los individuos que, según el criterio adoptado, forman parte de él y cuál es la legitimidad de dicho criterio. Puede decirse que los auditorios se juzgan unos a otros.

#### § 8. LA ARGUMENTACIÓN ANTE UN ÚNICO OYENTE

Todos aquellos que, en la antigüedad, proclamaban la primacía de la dialéctica con relación a la retórica admitieron el alcance filosófico de la argumentación que se presenta a un único oyente y su superioridad sobre la que se dirige a un amplio auditorio. La retórica se limitaba a la técnica del extenso discurso ininterrumpido. Pero, dicho discurso, con toda la acción oratoria que comporta, sería ridículo e ineficaz ante un único oyente<sup>52</sup>. Es normal tener en cuenta las reacciones, denegaciones y vacilaciones y, cuando se las constata, no es cuestión de esquivarlas; es necesario probar el punto controvertido, informarse sobre las razones que causan la resistencia del interlocutor, empaparse de sus objeciones, y el discurso degenera invariablemente en diálogo. Por eso, según Quintiliano, la dialéctica, en tanto que técnica del diálogo, la comparaba

---

<sup>52</sup> Quintiliano, lib. I, cap. II, § 29; véase también Dale Carnegie, *L'art de parler en public*, pág. 154, y la distinción de K. Riezler entre «one-way communication» y «two-way communication», en «Political decisions in modern Society», en *Ethics*, enero de 1954, 2, II, págs. 45-46.