



José Antonio Hernández Guerrero

**Hacia un planteamiento pragmático de los procedimientos
retóricos**

Índice

La docencia y la perspicuitas
La delectatio y la utilitas
La moción afectiva y el consenso emocional
La finalidad de los recursos oratorios
La captatio benevolentiae
 El orador
 Los adversarios
 Los oyentes
 El tema
El status quaestionis
La attentio y la varietas
Ethos y pathos
La auctoritas y la credibilitas
El consenso emotivo

Si aceptamos que el discurso oratorio se define por su carácter pragmático², hemos de concluir que la Retórica es el «arte» de los procedimientos oratorios: el objeto de esta disciplina será, por lo tanto, la definición y la sistematización de los recursos que cumplen la función principal de persuadir a los oyentes³. Podemos llevar nuestra afirmación todavía más lejos y decir que todos los elementos del discurso oratorio -verbales, paraverbales y no verbales⁴-, son pertinentes, son significativos, poseen una función extralingüística y persiguen una finalidad práctica: todos los elementos son recursos⁵. Nuestros análisis están apoyados en los principios, criterios y pautas formulados en la obra fundamental y ya clásica de la profesora Brigitte Schlieben-Lange (1975). En este capítulo nos proponemos releer algunos conceptos tradicionales de la Retórica desde esta perspectiva marcadamente pragmática: desde la interpretación de todos los elementos, factores y operaciones del discurso retórico a la luz de su coherencia, de su oportunidad y de su eficacia. Examinaremos, de manera especial, los principales medios para alcanzar la perfección -virtus- y para evitar los defectos -vitia- en la elaboración y en la pronunciación de los discursos⁶.

Opinamos que ésta es la base teórica sobre la que se debe plantear la construcción y el juicio de los discursos oratorios, este es el criterio que determina si un hecho retórico es aptum, decorum, accomodatum o decens. La utilitas de la causa es el principio que inspira la armonía de todos los factores que componen el discurso y la coherencia de todos los elementos que guardan alguna relación con él, con el orador y con el público, es el fundamento de las cinco fases de la elaboración y, en una palabra, ésta es la clave de su unidad y de su calidad. Como afirma López Eire,

para saber si un acto de habla o un discurso es afortunado, hay que atender a algo más que a su gramaticalidad; hay que examinarlo en relación con los participantes, con su cotexto (su contexto lingüístico inmediato), con su contexto (que abarca todos los textos posibles en los que cabe una expresión determinada) y con la situación de la comunicación en la que el hablante y el oyente se encuentran en ese preciso momento, que comprende toda una larga serie de elementos que va desde el código que emplean y las reglas con las que lo manejan, hasta su situación económica, social, política, cultural, sus creencias religiosas y concepciones del mundo, e incluso el concepto que cada uno tiene de sí mismo y del otro.

(1995: 147-148).

La definición tradicional de la Retórica como «arte de la persuasión» se convierte, de esta manera, en el criterio objetivo para establecer las mutuas relaciones de las tres funciones del discurso oratorio -docere,

delectare y mouere⁷- y, sobre todo, en el principio básico para organizarlas jerárquicamente. Su validez depende de la manera específica de contribuir a la persuasión⁸.

La docencia y la perspicuitas

No podemos perder de vista que la misma etimología del término «persuadere»⁹ pone de manifiesto el carácter pragmático, la utilidad práctica y la esencial eficacia de la elocuencia. Los autores clásicos señalan que la eficacia de la función docente o la tarea de instruir, -tanto la desarrollada mediante la transmisión de información, propositio, como la llevada a efecto mediante la demostración razonada, argumentatio-, se apoya en el hecho de experiencia de que la información determina cambios de mentalidad, de actitudes, de estimaciones y de comportamientos. Enseñar, por lo tanto, es una manera de influir en los discentes y una forma de cambiar sus pensamientos, sus valoraciones y sus vidas. Esta es la razón profunda de la importancia que se le concede a la Retórica en los planes de estudio en casi toda la Historia de la Pedagogía¹⁰. La perspicuitas -virtus que facilita la comprensión intelectual del discurso- es un presupuesto de la verosimilitud y, en consecuencia, es una condición para lograr el éxito persuasivo del discurso, abarca tanto la claridad de las ideas, como la de las palabras, tanto la operación de la inventio como la de la elocutio.

La delectatio y la utilitas

Como ha explicado Tomás Albaladejo (1989: 129), el ornatus, constituido por el conjunto de procedimientos decorativos y estéticos, se usa en la oratoria al servicio de la utilitas. Nosotros juzgamos que se podría generalizar este principio afirmando que el criterio para determinar el uso o el abuso en el discurso oratorio de los diferentes elementos lingüísticos y extralingüísticos -todos los lenguajes verbales y no verbales- es su grado de utilidad o de eficacia oratorias. Es cierto que, como señala Alberte (1987: 81), Cicerón abre una vía de comunicación entre la elocuencia y los demás géneros literarios definiendo la delectatio como función oratoria, pero, a nuestro juicio, esta interpretación, en vez de debilitar la naturaleza persuasiva del discurso oratorio, descubre la dimensión pragmática de los recursos decorativos (Cfr. F. Chico Rico, 1988). Aunque «en el tratado De oratore aparece claramente marcada la diferencia entre la tradición retoricista representada por Antonio y aquella otra más universal o filosófica representada por Craso» (Alberte, *Ibidem*), la diferencia no estriba en el cambio de los principios persuasivos ya que, tanto uno como otro aceptan que *primum oratoris officium esse dicere ad persuadendum accommodare* (De orat. 1, 137). Nosotros opinamos que Craso incorpora a la actividad oratoria la función de delectare como instrumento al servicio de la persuasión: delectare está

en lugar de conciliare y no de persuadere¹¹.

En la medida en que el orador haga atractivos, agradables, interesantes y amenos los contenidos y las expresiones de su discurso, logrará que los oyentes lo oigan y lo escuchen: que conecten con él, que lo entiendan y que acepten sus mensajes¹². La *delectatio* y la *utilitas*, por lo tanto, no sólo son dos finalidades compatibles (A. Alberte, 1987: 1-92), sino que constituyen dos objetivos inevitablemente relacionados en un orden jerárquico. (Cf. P. Fontanier, 1977; L. Gómez Canseco y M. A. Márquez, 1995; A. Gómez Torre, 1996; J. A. Hernández Guerrero, 1990 y 1991; J. M. Pozuelo, 1987; G. Pulido, 1994; M. Rodríguez Pequeño, 1992; F. Romo Feito, 1995). Creo que pueden ser ilustrativas las reflexiones de Lausberg:

El «ornatus» debe su designación a los aderezos que adornan la mesa del banquete, siendo el discurso mismo concebido como plato que hay que comer. A esta esfera de imágenes pertenece también la designación del «ornatus» como «condimentum» («condita oratio», «conditus sermo»). De otras esferas de imágenes están tomados los términos, usuales para el «ornatus», «flores» del discurso («*verborum sententiarumque flores*») y «luces» del discurso («*lumina orationis*»). El término «color» (Cic., Brut. 87, 298; De or. 3, 25, 100) también se emplea para designar el ornatus. (Op. cit. 162).

Con el ornatus, por lo tanto, como ocurre con los aderezos de la mesa, se abre el apetito, se facilita la digestión de los alimentos y se propicia la comunicación de los comensales.

La moción afectiva y el consenso emocional

La moción afectiva, tanto el *ethos -affectus mites atque compositi-* como el *pathos -affectus concitati-*, tienen como finalidad provocar un consenso emocional; es un impulso que pretende cambiar la opinión del oyente y, en consecuencia, su estimación y su comportamiento. Los rétores antiguos incluyeron estas funciones en la parte de la *peroratio* dedicada al movimiento de los afectos. Los griegos la caracterizaron como *éidos pathetikón* (Quintiliano la parafrasea con la fórmula *ratio posita in affectibus*), y es la forma adecuada para suscitar emociones que, como es sabido, intensifican o cambian las valoraciones. Los *loci* que la caracterizan se agrupan en dos clases:

- la *indignatio*, que Cicerón define como «una enunciación mediante la cual se logra suscitar odio por un hombre, o un profundo desdén por una acción» (De inventione, I, 53, 1000).
- la *conquestio* (o *conmiseratio*) «compasión», con la que se logra mover la piedad de los oyentes y provocar su participación emotiva. Los lugares comunes de la *conmiseratio* pertenecen a la esfera de los «casos de fortuna» (fortuna adversa, circunstancias lamentables, enfermedad, etc.).

Hemos de advertir que la persuasión -la aceptación de una idea, la

identificación con una doctrina o la creencia en unos dogmas- es un proceso mental más emocional que racional, más psicológico que lógico. Es comprensible, por lo tanto, que en toda la tradición retórica se insista en que el orador que pretenda controlar las emociones para estimular determinadas conductas, deberá conocer sus mecanismos, ya que, como reconocen los autores clásicos (Aristóteles, Cicerón, Quintiliano, etc.), la torpeza emocional arrastra consecuencias graves. En la actualidad -teniendo en cuenta la eclosión sin precedentes de investigaciones filosóficas, psicológicas y neurológicas que, sobre la emoción, se ha producido durante la última década- hemos de exigirle al orador que posea una comprensión científica del dominio de lo irracional.

La finalidad de los recursos oratorios

Esa finalidad última de la persuasión no sólo es el resultado de múltiples factores, sino que supone la consecución de otros objetivos intermedios. El orador que pretenda influir en los oyentes, deberá alcanzar unas metas previas mediante una serie de recursos que la Retórica ha explicado y sistematizado. Para referirnos a los procedimientos oratorios, hemos preferido, en vez de describir sus rasgos formales, fijar sus diferentes finalidades pragmáticas (Cf. P. Aubert, 1997).

La captatio benevolentiae

Como enseñan todos los manuales, captar la benevolencia de los oyentes es el primer objetivo del orador. Es una condición previa a la transmisión de los mensajes y una exigencia ineludible de la eficacia comunicativa. Entendemos y aplicamos el término «benevolencia» en su significado etimológico y en su valor psicológico¹³.

La benevolencia de los oyentes es necesaria, no sólo para que ellos escuchen el discurso, sino también para que el orador pueda pronunciarlo. El orador, para hablar con comodidad, con fluidez y con acierto necesita sentirse respetado, valorado y querido. Esta es la razón por la que, en una tertulia de amigos, nos sobran las palabras mientras que, en una tribuna pública, nos faltan.

El hablante, para abrirse y para dejar que fluya el discurso, necesita un clima cálido en el que respire comprensión y aprecio. A veces, el ambiente favorable es palpable y existe antes del comienzo del discurso: el orador y el público se conocen y se estiman mutuamente; pero, en otras ocasiones, el orador es desconocido, se siente un extraño y, quizás, rechazado.

En este caso es inevitable el empleo de procedimientos variados que capten la benevolencia de los oyentes y que disuelvan los prejuicios negativos sustituyéndolos por disposiciones receptivas.

El procedimiento fundamental es una actitud sincera de auténtica modestia: el reconocimiento sereno de los valores propios y de sus limitaciones, sobre todo, de la escasez de los conocimientos y de la amplitud de las

ignorancias.

La Retorica ad Herennium (p. 71) ofrece diversas fórmulas prácticas para captar la benevolencia de los oyentes. Aplicando un criterio estrictamente pragmático, agrupa distintos procedimientos en torno a los diferentes factores de la comunicación oratoria: el orador, el adversario, los oyentes y el tema del discurso.

El orador

La eficacia: propone que el orador muestre sin arrogancia aquellos comportamientos propios que guardan cierta relación con los asuntos tratados en el discurso, y que cuente aquellas acciones que ponen de manifiesto su disposición de servicio eficaz a la sociedad, a la familia y, concretamente, a los oyentes.

La modestia: aconseja que el orador transmita una imagen de humildad reconociendo explícitamente las propias limitaciones y descubriendo algunas torpezas, defectos o errores.

La insuficiencia: sugiere que el orador suplique ayuda expresando la confianza en la capacidad de los oyentes para comprenderlo y para colaborar con sus propuestas.

Los adversarios

La benevolencia de los oyentes hacia el orador se capta, en segundo lugar, estimulando la malevolencia contra los adversarios. A tal fin, se descubrirán sus defectos y se denunciarán sus errores y sus vicios.

Mediante una detallada descripción de sus maldades, el orador despertará hacia ellos el odio:

*Ab adversarium persona benivolentia captabitur, si eos in odium, in invidiam, in contemptiōnem adducemus. In odium rapiemus, si quid eorum spurce, superbe, perfidiose, crudeliter, confidenter, malitiose, flagitiose factum proferemus*¹⁴.

Los oyentes

También se dispone favorablemente el ánimo de los oyentes reconociendo el acierto de sus rectos juicios, alabando sus dotes ponderativas -fortaleza, sabiduría, clemencia y nobleza- y transmitiéndoles, sobre todo, la confianza en la ecuanimidad de sus atinadas decisiones:

Ab auditorum persona benivolentia colligitur, si res eorum fortiter, sapienter, mansuete, magnifice iudicatas proferemus; et si, quae de iis existimatio, quae iudicii expectatio sit, aperiamus.

El tema

Finalmente, se propiciará la benevolencia de los oyentes subrayando los valores de las propias propuestas y debilitando la fuerza de las tesis adversarias: *Ab rebus ipsis benivolum efficiemus auditorem, si nostram causam laudando extollemus, adversariorum per contemptionem deprimemus.*

El status quaestionis

El orador, para lograr el objetivo último de la persuasión, deberá conectar con el público y, para ello, deberá plantear de manera adecuada la cuestión situacional a partir del estado del debate. Las retóricas distinguen cuatro modelos de cuestiones situacionales que se formulan mediante sus preguntas correspondientes: el status translationis -«an quaestio iure intendatur»-, el status coniecturae -«an fecerit»-, el status finitionis -«an hoc fecerit»-, y, finalmente, el status qualitatis -«an iure fecerit»-.

Hemos de caer en la cuenta de que hay una tarea más difícil que la de resolver problemas: la de plantearlos de una manera adecuada. Sabemos que no todos los que solucionan problemas de un manual de matemáticas, por ejemplo, son capaces de escribirlo, ni todos los que rellenan crucigramas saben inventarlos.

La mirada de la mayoría de los mortales es ingenua, superficial, simplificadora y, por eso, le resultan naturales y lógicos los hechos, las situaciones y los comportamientos. Perciben sólo la parte exterior del escaparate, la cara externa de los objetos, las meras apariencias de los sucesos y no son capaces de penetrar o de imaginarse que las realidades humanas son siempre complejas y problemáticas.

El orador ha de saber ver y mostrar que las cuestiones humanas son más complicadas de lo que parecen. Cualquier noción -«verdad», «belleza», «bien», «vida», «muerte», «dolor», «justicia», «amor»-, son difíciles de comprender y de explicar.

El status quaestionis deberá servir, además, para incitar la curiosidad, despertar el interés de los oyentes, para suscitar deseos y para generar expectativas.

La curiosidad, como es sabido, es uno de los impulsos más generales, más intensos y más permanentes de los hombres y de los animales. Su origen reside, paradójicamente, en el ansia de seguridad y en el deseo de riesgo. Tenemos curiosidad por descubrir lo oculto, por iluminar lo oscuro, por conocer lo desconocido y, al mismo tiempo, nos ilusiona el vértigo que produce adentrarnos en las interioridades, desplazarnos a las lejanías, subir a las alturas, bajar a las profundidades. Nos empuja la curiosidad de lograr nuevas experiencias y de vivir nuevas vidas. El orador podrá

incitar la curiosidad velando hábilmente las soluciones de los problemas que él mismo plantee, sugiriendo diversas salidas posibles, preguntando sobre causas y sobre efectos.

El interés del oyente por el contenido del discurso constituye uno de los factores determinantes de su presencia en el acto, un estímulo para su atención y una clave para su interpretación y para su valoración.

Pero hemos de advertir que el interés no se garantiza por los valores intrínsecos de un discurso sino por su conexión con las aspiraciones o con los temores más profundos, por la relación con las cuestiones y con los problemas más importantes que no necesariamente son siempre conscientes.

El orador que pretenda que su discurso sea escuchado, comprendido y aceptado, tendrá que esforzarse por presentar los temas mostrando y destacando aquellos aspectos que están relacionados con los intereses concretos de los oyentes. Los alumnos, por ejemplo, muchas veces están más preocupados por la escasez de salidas profesionales que por los contenidos de los programas. Los profesores, en ocasiones, buscan, más que ideas geniales o teorías profundas, lecciones ya elaboradas, ejercicios prácticos y problemas con soluciones. López Eire explica y justifica estas ideas de manera rigurosa:

«La primera e ineludible obligación de todo orador que se precie es la de percibir el momento oportuno que aconseja o exige su intervención porque conviene modificar una situación, y ponerse de inmediato a estudiar, antes de la elaboración y representación de su discurso o acto de habla retórico, las circunstancias que lo rodearán, su contexto, es decir, la situación comunicativa en general (local, temporal, modal, ambiental, cognitiva, etc.) del susodicho acto de habla que va a ejecutar, prestando especial atención a la adaptación de éste a la psicología, formación y expectativas de los oyentes y poniendo interés y esmero en la imagen que de sí mismo con su alocución va a proporcionar, para que también ella se adapte a la que los oyentes se hacen del orador ideal y conveniente en el que pueden depositar sin recelo su confianza. No olvidemos que el discurso retórico es, sencillamente, un acto de habla pragmático cuya finalidad es la persuasión, es decir: lograr que el oyente haga suya la argumentación del hablante, del orador».

(Op. Cit.: 136.)

El status quaestionis servirá, además, para suscitar deseos. De la misma manera que, para comer con provecho es necesario sentir hambre, para escuchar el discurso hemos de sentir deseos. Pero, como ocurre con el fuego, los deseos se pueden encender, alimentar, enfriar y apagar. El status quaestionis ha de cumplir la función de generar expectativas teniendo en cuenta un hecho que todos hemos comprobado reiteradas veces con nuestra propia experiencia: que el futuro nos atrae más que el presente y que el pasado. Esta es la clave del éxito que obtienen los acertijos, los chistes, los cuentos, las historias, los poemas, la quinielas, las religiones, la política, las obras de teatro, las

películas, la radio, los periódicos y los discursos oratorios.

Aunque a primera vista parezca lo contrario, cuando hojeamos la prensa o cuando escuchamos una conferencia, buscamos, sobre todo, unas pistas que nos orienten sobre lo que va a ocurrir: ésta es la razón del interés que despiertan los pronósticos del tiempo o del fútbol, los sondeos de opinión, las perspectivas económicas, los proyectos, las promesas, las previsiones o los presupuestos. Pero hemos de reconocer que el oyente no siempre sabe lo que quiere: la oscuridad sobre el objeto de las aspiraciones y de los deseos es frecuente en nuestros tiempos. Tienen expectativas quienes esperan un final, una solución, un desenlace. La expectativa genera la pregunta sobre las informaciones que el oyente pretende obtener. El orador ha de tener habilidad para conectar las expectativas del oyente con sus respectivas esperanzas más profundas, con sus aspiraciones conscientes o inconscientes.

La *attentio* y la *varietas*

Creemos que, aunque resulte una obviedad, es oportuno recordar a los oradores que el público sólo escucha las palabras que oye, y sólo oye los mensajes que atraen su atención: no es extraño, por lo tanto, que los manuales de Retórica describan con detalle los procedimientos oratorios para atraer y para mantener la atención¹⁵ de los oyentes -el *attentum parare* y el *docilem parare*-. La mayoría de estos textos aconseja que se evite la distracción, el aburrimiento y el hastío producidos por la monotonía o por la reiteración fónica, gramatical o léxica, y ofrece fórmulas pertenecientes a los distintos niveles del signo lingüístico: fonéticos -cambios de entonación, ritmo, tono-, gramaticales -ausencia o abundancia de artículos, preposiciones, conjunciones, construcciones poco habituales- y léxicos -empleo de términos extraños, arcaísmos, neologismos, etc.- semánticos -imágenes, hipérboles, recursos humorísticos, etc. En realidad son todos aquellos procedimientos que, como hemos dicho anteriormente, pertenecen al ámbito del *ornatus elocutivo* y que, como los demás procedimientos oratorios, deben estar al servicio de la *utilitas*. Pero también estriban en los distintos lenguajes no verbales como los gestos, los movimientos corporales, los atuendos o las expresiones faciales.

De manera especial hemos de mencionar el procedimiento genérico de la *varietas*¹⁶ lograda mediante la conjugación armónica de recursos literarios diferentes. Fue descrita con precisión y usada con profusión por Cicerón¹⁷, quien señala a Demóstenes como el superador del estilo asiático al igual que él mismo se presentaba como superador del estilo de Hortensio¹⁸.

La preceptiva del exordio de las retóricas clásicas, como detalla Bice Mortara Garavelli, (1991: 72) contenía minuciosas relaciones de las medidas que habían de adoptarse para atraer la atención del auditorio y para inducirlo a seguir los más recónditos razonamientos.

Una manera eficaz para llamar la atención de los oyentes es sorprenderles mediante el empleo de frases ingeniosas que se pueden construir, por

ejemplo, cambiando el sentido de algunas expresiones lexicalizadas, mediante la construcción de tropos de diferentes tipos -por desplazamiento de límites o mediante creación de figuras - de elocución o de composición. La *Rhetorica ad Herennium* ofrece orientaciones concretas y prácticas: Si defessi erint audiendo, ab aliqua re, quae risum movere possit, ab apologo, fabula verei simili, imitatione depravata, inversiones, ambiguo, suspicione, inrisione, stultitia, exasperatione, collectione, litterarum mutatione, praeter expectationem, similitudine, novitate, historia, versu, ab alicuius interpellatione aut adrisione; si promiserimus aliter ac parati fuerimus, nos esse dicturos; nos non eodem modo, ut ceteri soleant, verba facturos; quid alii soleant, quid nos facturi sumus, breviter exponemus.

(p. 75).

Como ilustración pueden servir las siguientes: «Más vale cien pájaros volando que un pájaro en mano». «La cara no es el espejo del alma: es el alma». «El hábito sí hace al monje». «Si quieres la paz, prepara la paz». «La mejor defensa no es el ataque, sino el reconocimiento de la verdad». «Tomar una copita para abrir el apetito... sexual». «Cuando un bosque se quema, algo suyo se quema, señor Marqués». «Amarás y te reirás de tu prójimo como de ti mismo».

Ethos y pathos

Para que el discurso sea eficaz, para que sus diferentes mensajes sean recibidos, comprendidos, aceptados y asimilados, para que influyan en la mentalidad, en las estimaciones, en las actitudes y en los comportamientos de los oyentes, es necesario que el orador, además de iluminar sus mentes, los entusiasme¹⁹: que encienda y caliente sus corazones. El orador, en consecuencia, deberá, mediante diferentes recursos, preparar de manera adecuada el ánimo de los oyentes²⁰.

Los análisis científicos modernos, tanto neurológicos como psicológicos y psiquiátricos, han descrito y han demostrado la escasa o la nula influencia de las ideas en las conductas humanas. Los estudios actuales confirman las intuiciones de los grandes oradores y de los maestros más acreditados de la Retórica: las conversiones religiosas personales y las revoluciones sociales y políticas no se producen por la explicación clara y rigurosa de teorías coherentes, sino gracias al empleo de procedimientos que mueven los afectos²¹. Este es, precisamente, uno de los efectos principales del procedimiento denominado «amplificación»²².

Pero, al mismo tiempo que el orador estimula los sentimientos de los oyentes, deberá tranquilizar sus ánimos. Ha de tener muy claro que el oyente, para recibir, para entender, para interpretar y para valorar un discurso necesita tener el ánimo sereno y distendido. La tensión provocada por el entusiasmo o por el miedo, por los afectos o por los odios, turba la capacidad de juicio crítico y puede llegar a bloquear la posibilidad de

tomar decisiones. Las emociones excesivas e incontroladas y, sobre todo, las bajas pasiones deben ser apaciguadas y enfriadas²³.

La auctoritas y la credibilitas

No es posible conseguir el objetivo final de la persuasión sin que, previamente, los oyentes acepten la auctoritas del orador y la credibilitas del asunto, dos condiciones que, como es sabido dependen de la opinión que los oyentes tengan del orador y de la cuestión que éste plantee. Hemos de ser conscientes de que un discurso convence y persuade, más que por la coherencia de los argumentos o por la fuerza de las comparaciones, por la autoridad que inspira la persona del orador: *res enim omnes non per se sunt neque ex natura valent, sed opinione; neque enim cum dicimus «tunicam», per se ipsam intellegimus tunicam esse quae vestimur, sed quia nostra nobis opinione persuasum est, cum audierimus «tunicam», intellegimus rem esse qua vestimur* (Cic. De inv. 1, 21: 207, 10).

Es cierto que el orador ha de mostrar que está informado sobre el asunto del que trata y ha de dominar la lengua para expresarse con corrección, con claridad y con elegancia, pero, además, ha de dar testimonio de lo que «predica». El orador es un especialista, es un profesor y, sobre todo, un maestro: un testigo que transmite su verdad.

La auctoritas se inspira mediante una imagen que proyecte, más que integridad, coherencia; más que verdad, sinceridad. La auctoritas no se genera proclamando la propia honradez, santidad, virtud o vergüenza. La auctoritas no se demuestra, no se exhibe ni se impone, sino que, como ocurre con los valores más auténticos, se muestra. Estas razones sirven de fundamento a las palabras categóricas y claras de Quintiliano sobre el orador definido como *uir bonus*:

*Sit ergo nobis orator quem constituimus is qui a M. Catone finitur uir bonus dicendi peritus, uerum, id quod et ille posuit prius et ipsa natura potius ac maius est, utique uir bonus: id non eo tantum quod, si uis illa dicendi malitiam intruxerit, nihil sit publicis priuatisque rebus perniciosus eloquentia, nosque ipsi, qui pro uirili parte conferre aliquid ad facultatem dicendi conati sumus, pessime mereamur de rebus humanis si latroni comparamus haec arma, non militi. Quid de nobis loquor? Rerum ipsa natura, in eo quod praecipue indulsisse homini uidetur quoque nos a ceteris animalibus separasse, non parens sed nouerca fuerit si facultatem dicendi sociam scelerum, aduersam innocentiae, hostem ueritatis inuenit. Mutos enim nasci et egere omni ratione satius fuisset quam prouidentiae munera in mutuam perniciem conuertere*²⁴.

(1970, 692, tomo II)

La credibilidad de la propuesta se podrá generar también mediante diversos

recursos elocutivos. El medio principal para conseguir la credibilidad de la opinión, es la *amplificatio* que abarca una serie de procedimientos lógicos dirigidos a la razón o diversos recursos psicológicos orientados a los afectos. Si mediante la fundamentación psicológica el orador se gana la confianza del público, éste encontrará natural el ulterior desarrollo de los hechos narrados: *aliqua enim naturaliter sequuntur et cohaerent ut, si priora bene narraveris, iudex ipse quod postea sis narraturus exspectet* (Quintiliano, 4, 2, 53: Cf. Lausberg, op. cit.: 48)

Tras generar el reconocimiento de la *auctoritas* y tras lograr la credibilidad del asunto, el objetivo siguiente podrá ser propiciar la adhesión personal. De manera más o menos consciente -y en diferente grado, según sus contenidos y sus objetivos- el orador pretende la identificación de los oyentes con su persona o con el personaje que él representa. El orador es también un líder, un portavoz y, en cierto sentido, un predicador. En ocasiones visualiza una teoría y, otras veces, encarna una doctrina, pero siempre proyecta un estilo de vida, una concepción de la existencia y un modelo de hombre. En este sentido hemos de interpretar las palabras terminantes de López Eire:

La Retórica es el arte del discurso retórico, que se define como acto de habla enderezado a conseguir la adhesión del auditorio, con el que el hablante comparte una situación y un contexto, del que forma parte no sólo la lengua común (acompañada de gestos y modulaciones tonales) en la que uno emite y el otro interpreta, sino también las idénticas creencias y muy especialmente las que se refieren a la libertad de palabra (*parresía*) y a la posibilidad de enfocar los mismos hechos e ideas de distinta manera (*relativismo*).

(1995; 54-55)

El consenso emotivo

Los discursos, en especial los festivos, para que sean escuchados y para que influyan persuasivamente, han de crear un clima de empatía²⁵ y un ambiente cálido de hermandad. Todos ellos constituyen, en cierta medida, una celebración, una reunión de confraternidad: los asistentes se sienten pertenecientes a una comunidad, a un grupo que participa de ciertas ideas o que experimenta sentimientos comunes. No olvidemos que asistir es una manera activa de participar; escuchar y mirar es una manera de entrar en comunión²⁶.

El orador ha de tener claro, además, que, en cualquier género de discurso, para lograr sus objetivos persuasivos e, incluso, para suplir las deficiencias de la argumentación racional, deberá crear un ambiente cordial. Este clima emotivo se genera mediante la adecuada selección de todos los elementos físicos -composición y decoración del marco y escenario, muebles, sonidos, situación del orador y de los oyentes-, mediante la figura y las actitudes del orador, mediante el interés común

que despierta el tema, mediante los diferentes procedimientos elocutivos -los que facilitan la sintonía fónica y la sintonía imaginaria, etc.- Pero, de manera especial, el clima de empatía, o el consenso emotivo, que propicie un cambio en la apreciación de los oyentes, se logra mediante el empleo de recursos afectivos.

Para que los oyentes reciban y acepten los mensajes es necesario que se establezca una amplia banda de sintonización a través de la cual las emociones sean captadas, aceptadas y correspondidas, es necesaria una elemental armonía ya que la sintonía constituye un acuerdo tácito que determina el éxito de la relación comunicativa: implica la capacidad de experimentar el estado subjetivo del otro; compartir sus deseos y sus intenciones, y gozar de un estado emocional compartido.

Sólo de esta manera se podrá lograr la coherencia y el contexto: dos factores fundamentales de la palabra elocuente, o como acertadamente afirma López Eire, «los pilares básicos de la Retórica, cuyo objeto es confeccionar un discurso persuasivo que por consiguiente produzca acuerdo, armonía, concordancia, congruencia entre el orador y el auditorio para que éste a la postre dé su aprobación, su aquiescencia, su asentimiento, su adhesión. Ésta es la finalidad de la Retórica. Lo demás son cuentos chinos» (Op. cit.: 70).

2006 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

[Facilitado por la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes](#)

Súmese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#) www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](http://www.biblioteca.org.ar/comentario). www.biblioteca.org.ar/comentario



editorial del cardo