

## CAPÍTULO VI

### Las personas y sus afectos

El dominio de la argumentación pura se ha caracterizado históricamente por su rechazo de los afectos y del compromiso de la persona en su discurso. Para fundar su pretensión de verdad, el discurso argumentativo debía ser impassible e impersonal. Los trabajos contemporáneos sobre las emociones tienden a mostrar que las relaciones entre razones y emociones son más complejas. Este capítulo se propone retomar la cuestión de los afectos en el discurso sobre la base de la retórica argumentativa, es decir, a partir del problema de la proyección de sí en el habla (teoría del *ethos*, Amossy, 2000) y del problema de las emociones por medio de las cuales el locutor y los interlocutores se (auto)manipulan (*pathos*). La retórica distingue tres medios de “probar” por la palabra, es decir, de validar una opinión a los ojos de un auditorio concreto: el *logos* (pruebas proposicionales), el *ethos* y el *pathos* (“pruebas” no proposicionales); en estos dos últimos casos “prueba” está tomado en el sentido de “medio de persuasión”. Para tomar en cuenta correctamente las dimensiones del *ethos* y del *pathos* se necesita el desarrollo de una teoría de los afectos en el discurso.

#### I. El *ethos* y la autoridad

El término *ethos* corresponde a dos palabras griegas que significan: (a) la “morada habitual de un animal”; (b) el “carácter, la costumbre, el uso”; (c) por extensión, las costumbres [fr. *mœurs*]. Los sustantivos *etología*, *ética* (filosofía moral) son de la misma familia; el adjetivo *ético* puede también ser utilizado como derivado del sustantivo *ethos*; para eliminar la ambigüedad, sería mejor utilizar el neologismo *etótico*.

### 1. Las dimensiones de la persona dentro de sus discursos

Aristóteles considera que “el carácter [*ethos*] es el que prácticamente constituye la más eficaz de las pruebas” (*Ret.*, I, 1356a10-13; p. 77); el carácter actúa por empatía, por identificación y transferencia. Esta idea se retoma sistemáticamente en las teorías monologales-retóricas de la argumentación: adherir a un discurso es siempre, en el fondo, identificarse con su autor. Se ve inmediatamente que el enfoque dialógico, que introduce una pluralidad de actantes, y por lo tanto de actores, dentro del proceso argumentativo complejiza la cuestión: identificarse, sí, pero ¿con quién?, ¿con el Proponente, con el Oponente o con el Tercero?

Distinguiremos al menos tres elementos constitutivos de la autoridad (“carácter moral”, *ethos*) del locutor:

- Un elemento extradiscursivo, anterior al discurso, “una prevención favorable al orador” (Aristóteles, *Ret.*, I, 1356a8-9; p. 77), del orden de la reputación, del prestigio, incluso del carisma.
- Un primer elemento intradiscursivo, “efecto del discurso mismo”, que es la impresión, el fantasma del autor construido a partir de la lectura de un texto o la audición de una voz. La identidad “ética” (en el sentido mencionado de “etótica”) del locutor está construida a partir de rasgos idiosincrásicos de todos los niveles: la voz, poderoso vector de atracción / repulsión, los usos lexicales, la sintaxis, la forma de articular las palabras, las bromas favoritas, etcétera.

Las prácticas estrictamente argumentativas permiten las mismas inferencias sobre el carácter: quien hace concesiones es moderado / débil, quien no las hace es riguroso / sectario; quien invoca a las autoridades es dogmático, quien utiliza argumentos por las consecuencias es pragmático, etcétera.

Ducrot (1984) integra esta visión del *ethos* a su teoría de la polifonía enunciativa. Él distingue el “locutor en tanto tal” versus el locutor (designado por el pronombre *yo*) versus el sujeto hablante: “En mi terminología, yo diría que el *ethos* está adherido a L, el locutor en tanto que tal: en la medida en que es la fuente de la enunciación, se ve investido de ciertos caracteres que, por contrapartida, vuelven a esta enunciación aceptable o rechazable” (201). Esta última precisión resume de hecho la visión de la persuasión, sobre la base de la identificación, en la teoría de la argumentación en la lengua. Este desplazamiento de la noción de *ethos* está acompañado por su naturalización. El concepto deja entonces de ser una categoría de la acción discursiva, estratégica, inherente a

- ciertos géneros o situaciones, para devenir una categoría descriptiva general, aplicable a toda palabra.
- Ducrot introduce un tercer elemento, intradiscursivo: “Aquello que el orador podría decir de sí mismo, en tanto que objeto de la enunciación” (201). El locutor tematiza su persona: “Yo también, yo he debido trabajar para ganarme la vida”. Estos elementos de autorretrato son muy distintos de lo que el autor revela indirectamente de sí mismo: hablar con acento es otra cosa que decir: “Sí, tengo un acento y estoy orgulloso de ello”. En situación argumentativa, los locutores son compelidos frecuentemente a valorizar su persona, a fin de autolegitimarse; las exigencias de la situación de argumentación prevalecen sobre el principio de cortesía lingüística, que prohíbe que uno haga su propio elogio.

Persona extradiscursiva, persona inferida a partir del discurso y persona tematizada en el discurso: a estas tres dimensiones del *ethos* deberíamos añadir, en el caso de la relación cara a cara, todos los elementos que un Sherlock Holmes podría deducir de los detalles de comportamientos, semiotizados o no. En el caso del habla en general, estas maniobras de “presentación de sí” son estudiadas por las diferentes teorías de las interacciones. La retórica se interesa en ellas cuando son puestas al servicio de una intención estratégica y coorientadas con los fines generales de la argumentación. Este “trabajo del *ethos*” tiene por finalidad crear rápidamente, desde el momento en que se toma la palabra, una cierta atmósfera de *confianza* que se concreta globalmente según tres dimensiones esenciales. El locutor parece prudente y verídico (tiene un buen *logos*), es inteligente; es honesto, nos tiene en cuenta, está “con nosotros” (Aristóteles, *Ret.*, II, 1378a6-8; p. 60). Por supuesto, no se habla del estatus ontológico de estas virtudes: él debe parecer inteligente, honesto y amigable, tanto mejor si lo es en realidad. Deberíamos añadir: “Él siente como nosotros”; el *ethos* tiene también una “estructura patémica” en la medida en que la emoción (o la contención emocional) manifestada en el discurso repercute forzosamente sobre la fuente de esas manifestaciones, lo que establece una primera ligazón entre *ethos* y afectos.

### 2. Del *ethos* al argumento de autoridad (ad verecundiam)

Las teorías de la argumentación distinguen dos elementos en el centro de esta problemática del compromiso de la persona dentro de su discurso: un componente ha sido elaborado bajo la categoría de

*argumento de autoridad* (particularmente la que proviene de la experticia); el otro componente, *carismático y emocional*, ha sido excluido del campo de la argumentación. Este rechazo de la autoridad-prestigio, bajo las dos especies, la autoridad mostrada o evocada, ha sido formulado de forma categórica por Locke. Bajo el nombre de “argumento *ad verecundiam*” (literalmente, argumento fundado en la modestia), describe un conjunto de comportamientos de sumisión a la autoridad que prohíben la contradicción o el alarde u ostentación de una opinión personal. Este “sofisma de sumisión” consiste en “citar las opiniones de las personas que por su espíritu, por su sabiduría, por la eminencia de su rango, por su poder o por cualquier otra razón, se han hecho de un nombre y han establecido su reputación en la opinión pública con una especie de autoridad. Cuando los hombres son elevados a alguna dignidad, se cree que no favorece a otros contradecirlos en lo que sea, y que es faltar a la modestia poner en cuestión la autoridad de aquellos que ya la poseen. Cuando un hombre no se rinde prontamente a las decisiones de autores aprobados que los demás adoptan sumisamente y con respeto, corre el riesgo de ser censurado como un hombre lleno de vanidad, y se juzga como el efecto de una gran insolencia que un hombre tuviera la osadía de establecer un sentimiento particular y sostenerlo en contra de la corriente de la Antigüedad, u oponerlo frente al de algún doctor sabio, o de algún escritor famoso. Es por eso que aquel que puede apoyar sus opiniones sobre una autoridad tal, cree desde el vamos contar con el derecho de pretender la victoria y está dispuesto a acusar de desvergüenza a quienquiera osara atacarlas. Esto es lo que se puede llamar, a mi entender, un argumento *ad verecundiam*” (Locke, *Ensayo*, 573).

El *ethos* está definido acá en su dimensión relacional, no desde el punto de vista del locutor que desea impresionar, sino del destinatario a quien se desea impresionar. Hay que destacar que aquel que aparece como autoridad es designado por el término que resulta su contrario, la modestia, o más bien la falta de confianza en sí, que prohíbe la “palabra en contra”, es decir, la apertura de una cuestión argumentativa.

### 3. El *ethos* como exhibición de sentimientos afables

Hemos resaltado el uso constante de términos de valor afectivo en el tratamiento retórico del *ethos*: se trata siempre de situar el aporte de buenas razones sobre una tonalidad de confianza y de amabilidad recíprocas, de crear la empatía. A la inversa, la argumentación lógico-

epistémica apunta a reaccionar contra la hipnosis de la empatía (asumiendo así el riesgo de ser acusada de *faltar a la modestia*, ser acusado de *vanidad*, de *insolencia*, de *impudicia*). *Ethos* y *pathos* representan dos modalidades de un mismo trabajo sobre los afectos: “Hay dos cosas que, bien tratadas por el orador, vuelven admirable la elocuencia. Una de ellas, que los griegos llaman «ética», concierne a los temperamentos, las costumbres y toda la conducta de la vida; la otra, que denominan «patética», sirve para confundir y excitar los corazones y en esta última triunfa la elocuencia. La primera es afable, grata, propia para estimularnos la benevolencia; la otra es violenta, encendida, impetuosa, ella arranca el éxito, y cuando arrastra como un torrente, no hay medio de resistírsele” (Cicerón, *De Or.*, § 128). Mientras que, para Aristóteles, el *ethos* y el *pathos* son dos cosas claramente distintas (el *ethos* es una manifestación lingüística del carácter del orador que cuida su imagen, y el *pathos* concierne a las pasiones del público), Cicerón fusiona las dos nociones. Para Quintiliano, *ethos* y *pathos* representan dos tipos de sentimientos: “El *pathos* y el *ethos* participan a veces de la misma naturaleza, excepto que hay entre ellos una diferencia de grado, el primero en más, el segundo en menos; el amor por ejemplo es un *pathos*, el afecto un *ethos*” (*I.O.*, VI, 2, § 12). La existencia de la paradoja del comediante, la automanipulación del orador, no se le ha escapado a Cicerón: “Por su naturaleza misma, las palabras a las cuales [el orador] recurre para conmover el alma del otro lo conmueven a sí mismo más fuertemente que a ninguno de los que lo escuchan” (*De Or.*, II, § 191). De este modo, la estimulación patémica del auditorio tiene una resonancia ética sobre el orador.

En última instancia, el *ethos* corresponde por lo tanto a una forma de sentimiento dulce, perdurable, que define la tonalidad de base del discurso; sobre este afecto tímico, del tipo del humor, vienen a sumarse las modulaciones patémicas que son las emociones propiamente dichas. La problemática del *ethos* y del *pathos* se superpone.

## II. Los afectos

La retórica argumentativa es una retórica referencial, orientada por la investigación de la prueba. En el enfoque aristotélico, el uso argumentativo de estas emociones está sometido, como a un *deus ex machina*, a un imperativo no moral sino cognitivo: “Es necesario no pervertir al juez, conduciéndolo hacia la cólera, el temor o el odio; eso significaría falsear la regla de la cual uno debe servirse” (*Ret.*, I, 1354a24; p. 72). La supremacía de los afectos sobre la percepción y

el juicio está afirmada en Cicerón, por boca del orador Antonio: "En efecto, nada es más importante para el orador [...] que ganar el favor del que lo escucha, sobre todo de provocar en él tales emociones que en lugar de seguir el juicio y la razón, ceda al arrastre de la pasión y a la confusión de su alma" (*De l'or.*, II, §78). La misma afirmación extrema se reencuentra en Quintiliano: "Y, de hecho, los argumentos nacen, la mayor parte del tiempo, de la causa y la mejor causa provee siempre gran número de ellos, de manera que si se gana gracias a ellos, debemos saber que el abogado ha hecho solamente lo que debía. Pero ejercer violencia sobre el espíritu de los jueces y desviarlos precisamente de la contemplación de la verdad, tal es el rol propio del orador. Esto no lo enseña el cliente, no está contenido dentro de los expedientes del proceso" (*I.O.*, VI, 2, § 4-5). Se entiende que tales afirmaciones hayan dado lugar a reacciones violentas. Sin embargo, su costado autopublicitario no debe ser subestimado, ni tampoco la relación que evocan entre la palabra retórica y la palabra mágica.

En la retórica argumentativa los afectos son designados bajo el término general de *pathos* y se dividen en "emociones de base", características de la situación de argumentación. Aristóteles distinguía: "La cólera y la calma (la suavidad, la paciencia); la amistad y el odio, el temor y la confianza; la vergüenza, la cortesía; la piedad y la indignación; la envidia y la emulación" (*Ret.*, II, 1378-1388, pp. 61-89). Esta lista varía poco (Cicerón, *De l'or.*, II, § 206; Quintiliano, *I.O.*, VI, 2, § 20). Se trata siempre de emociones positivas como la amistad (el afecto), la confianza, la alegría, la esperanza, la piedad... o negativas, como la cólera (la indignación, el descontento), el odio, el temor, la vergüenza, la envidia... Según el caso, la retórica debe estimular o neutralizar esos afectos (retorno a la calma). Se podría agregar además la melancolía, el arrepentimiento, el orgullo, el amor, la alegría...

Para la teoría retórica, es imposible estudiar la argumentación desatendiendo las emociones que están ligadas a las situaciones argumentativas de base, el debate político y la confrontación judicial. Todo lleva a pensar que este hecho no ha perdido su actualidad. Sin embargo, algunas teorías de la argumentación están construidas en gran medida sobre la negación de los afectos, en beneficio de una razón discursiva sin emociones.

### III. Las "pasiones falaces"

La teoría de las falacias (paralogismos, contaminantes del discurso) corresponde a una crítica lógico-epistémica de las argumentaciones

o de los razonamientos tal como aparecen en el lenguaje ordinario. Según la definición clásica, un paralogismo es, de forma general, un discurso viciado y vicioso, que se parece a un razonamiento válido: se juega sobre el sentido de las palabras, se toma el efecto por la causa, se responde a una pregunta, pero no a la pregunta planteada, la conclusión no hace más que reformular las premisas, etc.; y éste es el punto que nos interesa: se imponen o se adoptan conclusiones y comportamientos absurdos jugando con los sentimientos de la gente. Esta concepción crítica es profundamente dialogal, con un fuerte aspecto polémico.

Los afectos son considerados los contaminantes mayores del comportamiento discursivo racional; el buen discurso argumentativo sería un discurso estoico, sin emociones. La argumentación retórica es en consecuencia el blanco típico de esta crítica; las "pasiones" componen una familia de falacias, los sofismas *ad passiones*, que es necesario identificar para eliminarlas. Éste es "el" punto de articulación y de oposición esencial entre la argumentación retórica y la argumentación lógico-epistémica.

Existen entonces globalmente dos actitudes prescriptivas frente a las emociones: la retórica las instrumentaliza, la teoría de las falacias las rechaza. Hay una apelación falaz a las emociones tanto a las emociones negativas (como el deseo de venganza) como a las positivas (como el entusiasmo), cuando la emoción reemplaza al juicio. Es una forma de manipulación que se le atribuye muchas veces a la presencia de un público al que es necesario seducir.

Es característico el hecho de que no sea jamás el autor de la apelación a las pasiones quien hable de apelar a las pasiones; es su oponente quien lo invalida por esta denominación, según la declinación: "*En cuanto a mí, yo razono; tú, por tu parte, te enervas*". Es una estrategia frecuente.

Un buen número de elementos de la lista de argumentos falaces recogidos por Hamblin (1970: 41) hacen referencia a las "pasiones" y se constata que prácticamente todas esas pasiones son las de la retórica argumentativa.

### IV. Los afectos dentro de las teorías modernas de la argumentación

#### 1. Una difícil puesta al día

La línea de obras que refundan la argumentación aparecidas en

los años 50 no enfrentan la cuestión de los afectos. Toulmin propone un modelo contractual-legal de la argumentación; este modelo de racionalidad procesual no permite percibir el problema de las emociones. El tratamiento dispensado a las emociones por Perelman y Olbrechts-Tyteca demandaría un desarrollo más extenso: las "pasiones" están presentes en el *Tratado*, pero no son tematizadas jamás; se puede decir que la obra propone una "retórica sin emociones", lo que resulta poco menos que un oxímoron. Las teorías generalizadas de la argumentación, orientadas hacia la lingüística de la lengua y la lógica natural, desarrolladas desde los años 70 (Ducrot, Grize) no le otorgan ningún tratamiento especial al problema de los afectos.

El estudio normativo clásico de la argumentación tiene al menos el mérito de no negar la existencia de una cuestión de emociones, incluso si le ha aportado una solución radical eliminándolas. Los trabajos más recientes han reevaluado, sin embargo, ciertos tipos de argumentos que apelan a la emoción (Walton, 1992, 1997). Desde este punto de vista, han sido examinados principalmente cuatro grandes tipos clásicos: el argumento populista (*ad populum*), la apelación a la piedad (*ad misericordiam*), la amenaza, la apelación al temor (*ad baculum*) y finalmente la argumentación sobre la persona (*ad hominem*) relacionada, como hemos visto, a los afectos etóticos.

El caso de la familia de actitudes discursivas recogidas bajo el nombre de argumentación populista o demagógica (*ad populum*) provee un excelente ejemplo. No es evidente que este reagrupamiento tenga una gran coherencia teórica, pero provee un buen ejemplo de la forma en que ha sido discutido el problema de las emociones desde un punto de vista lógico-epistémico. En un primer sentido, confundiendo emociones y valores, se puede considerar que la argumentación populista está fundada sobre los valores específicos de un grupo y no sobre valores universales. Bajo esta definición, el argumento no funciona en forma diferente del argumento *ad hominem*, forma válida de refutación; hablar de argumentación populista es una forma entre otras de no solidarizarse con un grupo estigmatizando una argumentación a la cual no adherimos. Si se define la maniobra como "una tentativa de ganar el asentimiento popular por una conclusión suscitando el entusiasmo de las masas" (Copi, 1972, 29; citado por Woods y Walton, 1992: 74), no se avanza más, dado que tanto las buenas como las malas argumentaciones pueden suscitar emociones fuertes (uno se puede entusiasmar por la verdad y experimentar una justa indignación); la presencia de una emoción no es el criterio que permita rechazar una argumentación.

## 2. Reconstruir las emociones

Toda investigación se define sobre unos objetos y se inscribe dentro de un proyecto, y es en función de estas intenciones teóricas que conviene apreciar su posición frente a la cuestión de las emociones. Si se pretende construir un modelo normativo de la argumentación y se estima que la construcción de la razón argumentativa se debe hacer contra las emociones, normalmente se hará pasar a primer plano el control, incluso la eliminación, de las emociones; por ejemplo, la caracterización de un discurso como "populista" tiene por finalidad estigmatizar el chantaje emocional y la demagogia discursiva, cuestión muy interesante que no concierne más que al discurso político. Pero si se trata de describir la argumentación con el fin de comprender sus mecanismos, hace falta proveer los medios para hablar de las emociones; aun cuando se piense que las emociones deben ser controladas, incluso eliminadas, es necesario intentar definir lo que es exactamente esta "impureza" del discurso.

Se podría globalmente distinguir tres tratamientos de la emoción en la argumentación: por un lado, una visión de los afectos como esencialmente falaces; por otro, una teoría del paralelismo, que encapsula las emociones dentro de un "módulo emocional", paralelo al "módulo lógico". Finalmente, se puede sostener la tesis de la indiscernibilidad, según la cual es imposible construir un punto de vista, un interés, sin asociarlo a un afecto, donde las reglas de construcción y de justificación de los afectos no son diferentes de las reglas de construcción y justificación de los puntos de vista. Esta última posición parte de constatar que irreductiblemente existe lo emocional dentro de las situaciones argumentativas. Los locutores adhieren a sus discursos, sus valores y sus intereses están en juego, ellos dudan, experimentan el estrés debido a una cuestión abierta que será necesario resolver, la irritación contra las posiciones rivales, un sentimiento de triunfo ("¡Ganamos las elecciones!") o de rabia y humillación ("¡Los electores todavía no entiendan nada!").

Si se admite que no todos los discursos son argumentativos, que los discursos argumentativos no lo son en el mismo grado, si no se identifica la argumentatividad con lo emocional, entonces habrá que admitir que el modelo de las emociones dentro del discurso argumentativo depende de un modelo de las emociones dentro del discurso en general, quedando ampliamente abierta la cuestión de las especificidades del rol de la emoción dentro de la argumentación.

Sea como fuere, se imponen precauciones metodológicas. Todo abordaje de las emociones corre dos riesgos simétricos: la empatía y

la alexitimia (*a-lexi-timia*, "que no tiene palabras para la emoción"). En la *postura alexitímica*, las emociones son reificadas, el analista las observa (o pretende observarlas) como un astrónomo observa las galaxias; reivindica una posición no participante, escindida de la emoción que estructura y circula alrededor de su objeto, y se proclama liberado de toda relación, de toda empatía frente a su objeto. El riesgo simétrico es precisamente la *posición empática*, es decir, la fusión y la confusión del analista con su objeto. El pretendido análisis deviene una simple seudoparticipación en el evento, el corpus no es más que la mancha de tinta y el análisis se transforma en una variante del test de Roscharch. Se encontrará una guía que permita sortear estos dos escollos dentro de un método que le otorgue toda su importancia a la verbalización de las emociones.

## V. Conclusión

Los modelos retóricos del discurso argumentativo ponen los afectos y su manipulación en primer plano. En defensa de lo contrario, la teoría crítica de las falacias constituye el estudio de la argumentación como disciplina alexitímica. Las teorías modernas definen el objeto de estudio de la argumentación de forma tal que la cuestión de los afectos no se plantea. El análisis argumentativo debe darse los medios de abordar de forma global la cuestión de los afectos apoyándose sobre un modelo coherente de la construcción discursiva del contenido patémico, indisoluble del contenido lógico del discurso.

## CAPÍTULO VII

### Ensayo de argumentación comparada: sobre la argumentación teológico-jurídica en el islam

En conformidad con lo que se practica en la mayoría de las obras sobre argumentación, los capítulos precedentes proponen una visión de la argumentación fundada sobre una base greco-latina y sus desarrollos contemporáneos. Este tipo de presentación puede sugerir que no existe en el fondo más que un paradigma argumentativo, que se desarrolla o se repite, más o menos, desde los griegos hasta las últimas investigaciones; pero se trata de una visión parcial de la realidad. Unas restricciones indebidas del campo de la argumentación excluyen fragmentos completos de nuestra propia cultura y, en primer lugar, las argumentaciones cristianas. Este déficit es sorprendente en el caso de obras que fundan la argumentación sobre la persuasión-seducción intelectual en vista de una adhesión, creada o reforzada, a nuevas visiones del mundo: definir la argumentación por su finalidad no es otra cosa que la *conversión* y la fortificación de las creencias, y no hay distancia entre la creencia y la fe. Sobre este tema, hay especialistas y una literatura, en cuyo fundamento se encuentra el *De doctrina cristiana* de San Agustín (354-430). Los brillantes trabajos de los historiadores sobre los orígenes de la predicación cristiana, la "palabra nueva" del siglo XIII, no han encontrado eco del lado de las teorías de la argumentación. El furioso trabajo de apologética cristiana del siglo XIX está aún sin estudiar, y los nuevos lenguajes religiosos proveerían admirables objetos y problemas a la teoría de la argumentación. Pero hay que ir más lejos: los estudios de argumentación deben abrirse a las tradiciones del pensamiento no occidentales, como la tradición china, las tradiciones hebraica desde las reglas hermenéutico-argumentativas de Hillel, la codificación tibetana del debate argumentativo, las ricas tradiciones africanas que organizan la discusión y tantas otras.

Se necesita entonces un esfuerzo de "etnodescentración", que demanda la introducción de una perspectiva comparada. Puede ser