

Retórica y humildad.

Reflexiones sobre el *ethos* del orador

Alberto Gil*

*Una de las razones por las que se recela de la Retórica es el hecho de que se utilice para encender los afectos y manipular a las masas. Este reproche ya era conocido en la Antigüedad, y por ello los clásicos trataron siempre de buscar la medida justa entre la afectividad (*pathos*), la argumentación como tal (*logos*) y la autoridad del orador (*ethos*). A partir de la Retórica del Renacimiento se añadió una virtud poco presente en la Antigüedad: la humildad, que resulta ser clave para la eficacia comunicativa. En el artículo se analiza la relación entre Retórica y humildad, partiendo del análisis del *ethos*.*

Palabras clave: *Retórica, Comunicación, Ethos, Logos, Pathos, Virtudes, Empatía, Afectividad, Verdad.*

*One of the reasons why rhetoric is mistrusted is the fact that it is used to appeal to the emotions and to manipulate the masses. These allegations were already known in the Antiquity, and the Classics have always tried to find the fair measure between affection (*pathos*), argumentation (*logos*) and the authority of the speaker (*ethos*). Since the Renaissance rhetoric, a new virtue not common in the Antiquity has been considered. This virtue is humility, which is the key to communication effectiveness. In the present article, we analyse the relationship between rhetoric and humility by first examining *ethos*.*

Keywords: *Rhetoric, Communication, Ethos, Logos, Pathos, Virtues, Empathy, Affection, Truth.*

Con motivo del trigésimo aniversario del Seminario de Retórica General de la Universidad de Tubinga, el crítico literario Marcel Reich-Ranicki hizo mención en su conferencia magistral al conocido prejuicio sobre la problemática relación entre Retórica y verdad¹. Como en la oratoria se trata de convencer a los oyentes y de moverlos a actuar de un modo determinado, el orador no sólo suele activar el conocimiento, sino también los afectos del público, buscando estimular éstos últimos. Así pues, se plantea, con palabras de Reich-

* *Alberto Gil es catedrático de Teoría de la Traducción en Lenguas Románicas y Director de los Cursos de Retórica en la Universidad del Sarre (Alemania).*

76 Ranicki, la cuestión de los límites entre influencia y manipulación. El crítico alemán aconsejaba andarse con cautela respecto a la Retórica y afirmaba contundentemente: “El orador de masas con éxito es impensable sin una aleación notable de demagogia”. A diferencia de lo que Roman Herzog había defendido poco antes, Reich-Ranicki no consideraba como presupuestos de la Retórica las apelaciones a la credibilidad del orador como su valor más importante, sino en todo caso como su resultado. Para Reich-Ranicki la síntesis de Retórica y moral es “un noble sueño y nada más”. En esta postura sigue vigente el rechazo de la Retórica por parte de Platón, quien en su enfrentamiento con la sofística veía el lenguaje convertido en un instrumento de poder. Los sofistas decían cada vez menos pero perseguían fines cada vez más utilitaristas, robándole así a la lengua su carácter de mensaje, ya que la privaban de su relación con la realidad².

Frente a estas posturas escépticas cabe replantearse la relación entre emoción y argumentación: un discurso brillante, que arrastra, ¿tiene que ser de por sí sospechoso? ¿No hay más bien una complementación entre el *logos*, el *ethos* y el *pathos* aristotélicos? Un camino viable para responder a estas preguntas es dirigir nuestra mirada al orador mismo y, más concretamente, a su *ethos*, una perspectiva que se está reforzando últimamente en la Retórica científica³. Efectivamente, el orador dispone de un instrumental muy eficaz para enseñar o para estafar, para edificar o para destruir. En el presente trabajo se pretende recordar algunas afirmaciones esenciales sobre el orador de las que jalonan el camino que conduce desde la antigüedad greco-romana, pasando por el cristianismo, hasta hoy. Al final del recorrido será posible encontrar la virtud que no sólo impida que la Retórica se convierta en un instrumento de manipulación, sino que eleve la pala-

1 Reich-Ranicki, M. (1997).

2 Véase en este sentido el sugerente análisis de Pieper, J. (1980).

3 Un buen ejemplo de ello es el volumen publicado por Amossy, R. (1999).

bra a aquel arte “enormemente apreciado e imprescindible” que se cuenta entre “las mayores necesidades de la humanidad”, como dijo Goethe ya en sus años de madurez (1815)⁴.

I. Importancia del orador en la Retórica clásica

En su estudio sobre el instrumental retórico en Aristóteles y Cicerón, Schweinfurth-Walla⁵ muestra que Aristóteles no consideraba que la diferencia entre la Retórica y la dialéctica estuviera en la técnica de estas artes, sino en su objeto. Técnicamente se puede discutir en ambas disciplinas tanto a favor como en contra de un hecho, pero mientras que la dialéctica busca en principio la apariencia de verdad, la Retórica intenta comprender y comunicar lo que es en sí realmente verdadero. El utilizar correctamente, es decir, con recta intención, un instrumento tan poderoso implica una gran responsabilidad para el orador. Pero como Aristóteles estaba convencido de que el hombre, por su propia naturaleza, es capaz de conocer la verdad, y de que igualmente, por su propia naturaleza, lo verdadero y lo justo tienen mayor fuerza en él que sus contrarios, transmitió en su *Retórica* una imagen positiva del arte de hablar bien⁶.

Para comprender mejor la concepción aristotélica del papel que juega el orador es preciso recordar que, para el filósofo griego, tanto el *ethos* del emisor como las emociones que intenta activar en el receptor (*pathos*) y el contenido racionalmente convincente (*logos*), pertenecen a las pruebas que han de presentarse por medio del discurso⁷. En el segundo libro de la *Retórica*⁸ Aristóteles señala tres virtudes que garantizan la calidad del *ethos*: ponderación, autenticidad, solidaridad. Lo importante es que estas cualidades aparezcan en el

4 La cita está tomada de Curtius, R. (1955)], p. 92 y ss.

5 Schweinfurth-Walla, S. (1986), pp. 80-83.

6 A este respecto véase sobre todo *Retórica* 1355 a 14-17.

7 *Retórica*, 1356 a 3-6.

8 *Retórica*, 1378 a 5-6.

78 discurso, pero eso no implica -como bien apunta Eggs⁹- que el orador como persona no necesite poseer esas virtudes, sino que ha de actualizarlas en el discurso.

Como es bien conocido, Aristóteles distingue tres géneros de discursos, para los que la argumentación presenta matices diferentes. Así, en el género judicial las pruebas concretas constituyen la parte esencial del discurso, mientras que en el deliberativo (en la asamblea) los ejemplos son los instrumentos argumentativos más valiosos, ya que esas experiencias se pueden proyectar hacia el futuro. Finalmente, en el género demostrativo, es decir, en el discurso epidéictico, se parte de hechos concretos y se trata de presentarlos como útiles y bellos¹⁰. Naturalmente, en este caso no son las pruebas y los ejemplos los instrumentos más convincentes, sino la credibilidad del orador¹¹. Concretamente Aristóteles dice que la autoridad del orador es más importante que la irrefutabilidad de los argumentos¹². En consecuencia, en el contexto del discurso ceremonioso, el Estagirita se concentra en las virtudes morales, a las que no considera simplemente como bienes del espíritu, sino como potencias cuya actualización conduce en gran medida a la realización del bien en todos los sentidos¹³. Por eso las virtudes más importantes son las que más sirven a los otros, como la justicia, la fortaleza y la generosidad. De ello se puede deducir que la credibilidad del orador y su orientación hacia el receptor representan los elementos esenciales del discurso.

Esta atención a la cualidad ética del orador configura también el concepto de Cicerón y Quintiliano sobre el *perfectus orator*. Para

9 Eggs, E. (1999), p. 43.

10 Precisamente en la evolución de la Retórica este tipo de discurso -como bien apunta Curtius, R. (1955), p. 99- ha ido ganando en importancia desde el helenismo. Por ello estará en el centro de las siguientes reflexiones.

11 *Retórica*, 1418 a 1-4.

12 *Retórica*, 1418 a 12.

13 *Retórica*, 1366 a 37.

Cicerón, en principio este es el que -en sentido aristotélico- puede defender el pro y el contra de cualquier cuestión¹⁴. Sin embargo, cuanto mayor sea el efecto que el orador quiera alcanzar con sus palabras, más necesarias serán su probidad y su prudencia¹⁵. La razón es que la garantía del éxito de un discurso depende de que los oyentes sean favorables al orador. Y como la mayoría de las personas toman decisiones más a través del corazón que de la inteligencia, las emociones del público juegan en los discursos un papel preponderante¹⁶. Este *conciliare ad benevolentiam* lo consigue el orador, según Cicerón¹⁷, no tanto con la palabra como mediante su integridad ética, actualizada en el discurso por su comportamiento extraverbal, una dimensión que se pone de relieve especialmente en contextos jurídicos: los corazones de los jueces se pueden ganar sobre todo con la dignidad, los hechos y la fama del orador y su cliente (*dignitate hominis, rebus gestis, existimatione vitae*). Por supuesto, esas cualidades son más eficaces -así lo resalta Cicerón-, si el orador realmente las posee; son difícilmente imitables si el orador carece de ellas¹⁸. Así, el orador no ha de preocuparse por posibles efectos manipuladores al transmitir sus emociones si éstas son auténticas. En este caso su fuerza convincente es tan grande que una voz tenue y la contención en la mímica y en las palabras (*lenitas vocis, vultus pudoris significatio, verborum comitas*) representan el instrumental más adecuado, mientras que sus contrarios aparecen más bien como sospechosos. Consecuentemente son, según Cicerón¹⁹, más convincentes

14 “Qui Aristotelio more de omnibus rebus in utramque partem possit dicere”, *De Oratore*, III, 80.

15 *De Oratore*, III, 55.

16 *De Oratore*, II, 178.

17 *De Oratore*, II, 182 y ss.

18 “Quae facilius ornari possunt, si modo sunt, quam fingi, si nulla sunt”, *De Oratore*, II, 182 y ss.

19 *De Oratore*, II, 183.

80 la modestia, la sencillez y la generosidad que la euforia, la combatividad y la dureza.

Quintiliano lleva mucho más adelante estas ideas de Cicerón sobre la integridad moral del orador, lo que no sorprende conociendo sus esfuerzos por reinstaurar las antiguas virtudes romanas. Para ello toma como punto de partida del orador-modelo la definición de Catón el Mayor: el *orator* es un hombre bueno, que sabe hablar bien (*vir bonus dicendi peritus*), partiendo de la base de que *bonus* es el elemento más importante de la definición²⁰. Para ser un hombre bueno se necesita una excelente formación, pues si bien la virtud se pone en movimiento por las fuerzas naturales, llega a su culminación por medio del saber²¹. En sus exigencias, Quintiliano es maximalista: al *perfectus orator* no le basta con dominar la técnica de la Retórica, sino que además ha de poseer todas las virtudes²². Un ideal tan elevado es comprensible en Quintiliano si se tiene en cuenta que para él el orador es también un profesor de oratoria, al que se confían muchos jóvenes. Por eso no titubea al hablar de la *sanctitas docentis*²³. En el libro XII Quintiliano profundiza en esa integridad moral, partiendo de la base de que aunque el orador es un hombre de mundo (*vir civilis*), involucrado en la vida práctica de la sociedad²⁴, y no un

20 *Institutionis oratoriae*, XII 1, 1.

21 “Virtus, etiam si quosdam impetus ex natura sumit, tamen perficienda doctrina est”, *Institutionis oratoriae*, XII 2, 1.

22 “Oratorem autem instituimus illum perfectum, qui esse nisi vir bonus non potest, ideoque non dicendi modo eximiam in eo facultatem, sed omnis animi virtutes exigimus”, *Institutionis oratoriae*, I, Prooemium 9.

23 *Institutionis oratoriae* II 2, 3. Los conceptos de *sanctitas* y *sanctus* han sido reanalizados: del significado de un lugar delimitado para los dioses han pasado a denotar cualidades de los dioses, hombres y héroes, poniendo de relieve un alto grado de ejemplaridad. En este sentido se adaptaron estas palabras en el cristianismo, donde finalmente llegaron a significar la transformación de la naturaleza por la gracia. Pauly, A. y Wissowa, G. (1920), pp. 2247-2252.

24 *Institutionis oratoriae*, XII, 7.

filósofo desasido de los negocios de los demás; su arte de hablar bien está íntimamente unido con la filosofía. La tarea del orador es para Quintiliano la de establecer una relación entre el saber teórico y la práctica, entre reflexión y acción. Por eso concierne a la Retórica que en el terreno de la lógica el orador supere las ambigüedades, que construya argumentos lógicos, etc²⁵. Desde el punto de vista ético, el orador hablará convincentemente sobre justicia, fortaleza, templanza, piedad, etc., si no sólo conoce teóricamente esas virtudes, sino que también las pone en práctica en su vida privada²⁶. En el contexto de la filosofía de la naturaleza Quintiliano subraya la necesidad de hablar con profundidad: sólo la reflexión sobre los bienes más elevados posibilita hablar bien (*optima*). Como ejemplo de esta dimensión especulativa pone a Cicerón, cuya formación lleva más la impronta de la Academia que del Foro²⁷.

Por lo que respecta a las virtudes del orador, Quintiliano hace referencia al canon tradicional romano: fortaleza, justicia, fidelidad, continencia, frugalidad, desprecio del dolor y de la muerte (*fortitudo, iustitia, fides, continentia, frugalitas, contemptus doloris ac mortis*)²⁸. Sin embargo, el autor de las *Institutionis oratoriae* es consciente de que el ejercicio de tales virtudes y sus exigencias de formación no es una tarea fácil. Como motivación escoge un argumento apoyado en la voluntad²⁹, cuya fuerza motora es una clara referencia al *ego*: la propia fama. Así pues, el deseo de ser mejor que los mejores es motivador. Quintiliano cierra su obra con la apelación a esforzarse por

25 *Institutionis oratoriae*, XII, 10.

26 *Institutionis oratoriae*, XII, 17.

27 *Institutionis oratoriae*, XII, 20 y ss.

28 *Institutionis oratoriae*, XII, 30.

29 “Discere meliora volentibus promptum est”, *Institutionis oratoriae*, XII, 11-12.

82 conseguir la excelencia del discurso, para llegar a la cumbre o, por lo menos tan alto que supere a la mayoría³⁰.

Ante ideales de formación de esta categoría asombra comprobar lo pragmático, es más, lo consecuencialista que es Quintiliano respecto a la verdad. En el contexto de la cuestión sobre el nivel científico de la Retórica hace referencia a la crítica más corriente hacia esta disciplina: no decir la verdad y mover las pasiones³¹, a lo que responde que no es ninguna vergüenza si hay una buena razón para ello³². Una “buena razón” es, para Quintiliano, que de otra manera el juez no podría cambiar de opinión o el inexperto jurado no llegaría a salir de su error. Se justifica diciendo que hay que luchar con artificio cuando el carácter voluble del auditorio así lo exija. Además, continúa, quien ha perdido el camino seguro sólo podrá volver a él por atajos y vericuetos³³. A estas alturas cabe preguntarse cómo es posible tal contradicción entre esa moral maximalista y una postura ética tan claramente consecuencialista. La respuesta se encuentra en el objetivo mismo de la formación retórica que imparte Quintiliano³⁴: si el orador debe someterse a una fuerte disciplina para aumentar su propia fama, la motivación de su actividad no es fundamentalmente un servicio comunicativo, sino más bien una afirmación de sí mismo³⁵. En este sentido se puede entender el objetivo de la oratoria: “*oratori bene dixisse finis est*”. Evidentemente, no se trata del éxito a cualquier

30 “Ipsam igitur orandi maiestatem [...] toto animo petamus nitamurque semper ad optima, quod facientes aut evademus in summum aut certe multos infra nos videbimus”, *Institutionis oratoriae*, XII 11, 27 y 30.

31 “Et falsum dicat et adfectus moveat”, *Institutionis oratoriae*, II, 17, 26.

32 “Quorum neutrum est turpe, cum ex bona ratione proficiscitur”, *Institutionis oratoriae*, II, 17, 27.

33 “Arte pugnandum est” y “neque enim qui recta via depulsus est, reduci ad eam nisi alio flexu potest”, *Institutionis oratoriae*, II, 17, 29.

34 *Institutionis oratoriae*, XII, 11, 30.

35 *Institutionis oratoriae*, II, 17, 25.

precio, como pretendían los sofistas, sino de la actividad como tal (*in actu posita [sc. ars], non in effectu*). Esta fuerte concentración en el éxito personal lleva consigo el peligro de romper el equilibrio del trionomio aristotélico (emisor–contenido–receptor) a favor del primero. De ahí surge la cuestión de si entre las virtudes exigidas al orador no se ha olvidado una que pueda recomponer la armonía de esta tripartición. Como evidentemente tiene que tratarse de una virtud tomada del campo de la negación de uno mismo, parece oportuno buscarla en la recepción cristiana de la Retórica clásica, sobre todo en la teoría de la predicación de los siglos XVI y XVII, en los que estas cuestiones fueron objeto de intensos debates.

II. El orador en la teoría de la predicación del Renacimiento y el Barroco

A finales del siglo XVI (1575) apareció en Lisboa la *Retórica para Predicadores* del dominico español Fray Luis de Granada³⁶. Este original latino, *Ecclesiasticae Rhetoricae, sive de ratione concionandi libri sex*, se tradujo y fue editado muchas veces, por lo que influyó notablemente en la Retórica europea³⁷ durante mucho tiempo. El tratado refleja la *Retórica* de Quintiliano, si bien Fray Luis adapta esas normas a las necesidades del púlpito³⁸. El dominico español subraya innumerables veces en su tratado el doble objetivo de la predicación: “el fin es la gloria de Dios y la salvación de las almas”³⁹. Para ello se distancia de Quintiliano y de Catón el Mayor con un argumento *a fortiori*: si el orador de temas terrenos debe ser *vir bonus dicendi peritus*, ¿cuánto más ha de esforzarse el que quiere mover a los oyentes a odiar el vicio y amar la virtud?⁴⁰.

36 La primera traducción española no apareció hasta el último tercio del siglo XVIII.

37 Switzer, R. (1927), pp. 150 y ss.

38 Gil, A. (1989).

39 *Retórica Eclesiástica*, 497 B.

40 *Retórica Eclesiástica*, 501 B.

84 A diferencia de Quintiliano, para él el camino que conduce a esta meta lleva, no por el terreno de la propia fama, sino por el de la propia negación. Su fundamentación teológica⁴¹ se puede resumir de la siguiente manera: el efecto de la predicación religiosa debe sobrepasar los límites humanos, pues lleva a provocar el arrepentimiento. Estos efectos sobrenaturales no pueden ser obra de los hombres, sino exclusivamente consecuencia de la gracia. El predicador es, así pues, solamente un instrumento de Dios y su tarea consiste en rectificar su intención para no perseguir la admiración de los oyentes, sino, por medio de su persona, hacerles a Dios transparente⁴². Si la consecuencia de la humildad es la eficacia pastoral, el efecto negativo de la vanidad es el miedo al fracaso: el gran temor de la ignominia⁴³, que puede llegar incluso a paralizar al orador.

António Vieira, quizá el más famoso predicador portugués, en su *Sermão de Sexagésima* pronunciado en 1655⁴⁴, añade a este concepto de humildad una importante dimensión directamente relacionada con nuestra cuestión sobre el arte de decir la verdad: la falsificación de la palabra de Dios por los predicadores vanidosos. El *sermão* de Vieira se dirigía a los predicadores que se habían reunido aquel día en la *Capela Real* de Lisboa⁴⁵. Muchos de ellos habían cedido a las tendencias barrocas de ponerse a sí mismos y a su florido lenguaje en primer plano, en lugar de proclamar el evangelio centrándose -según

41 *Retórica Eclesiástica*, 503 B.

42 Literalmente dice Fray Luis de Granada: “A esta humildad pertenece que el hombre sacuda de sí toda la propia confianza para practicar este empleo, y que no piense que con su erudición o elocuencia, o con lo sonoro de la voz y lo elegante de su pronunciación, o con la opinión y fama popular, o con la mucha práctica y destreza de predicar puede conseguir cosa alguna; si por otra parte no le socorre el cielo y no se reviste de la virtud que desciende de lo alto”.

43 *Retórica Eclesiástica*, 499 B.

44 La *Editio Princeps* (t. I) fue publicada en Lisboa en 1679.

45 Para la importancia de esta homilía como tratado de la predicación (prédica y metapredica), así como su recepción de Quintiliano y de Fray Luis de Granada véase Gil, A. (1988).

la convicción católica- en el texto y en la tradición. Pero Vieira también les echa en cara que ni siquiera en su propia lengua apuntan a la verdad en el uso de las palabras⁴⁶. El problema subyacente es la clásica cuestión hermenéutica de introducir en el texto las propias ideas, proscribiendo la función lingüística de la representación y abusando del significado de las palabras, que ya no se utilizan como signos de un contenido, sino como afirmación de uno mismo. En definitiva, Vieira muestra que la vanidad ciega al orador, impidiéndole conocer la realidad. De ahí que el predicador que busca el aplauso del público no es un traductor de la palabra de Dios, sino un comediante. Así le llama Vieira en un doble sentido, porque falsifica la verdad y porque convierte el púlpito en un teatro⁴⁷.

Por lo que respecta a los afectos, Fray Luis de Granada saca de la humildad otra consecuencia: sólo después de liberarse de la egolatría puede el predicador dedicarse apasionadamente a su oficio, la gloria de Dios y la salvación de las almas. Fray Luis⁴⁸ pone como ejemplo a Santo Domingo, cuya motivación (en realidad un gran amor a Dios y a las almas) era tan fuerte que llegó a fundar una orden de predicadores. De este amor surgen los afectos del discurso, con los que se impacta a los oyentes. Granada y Vieira coinciden con Cicerón y Quintiliano en que precisamente para el pueblo inculto la vibración afectiva es retóricamente más efectiva que las conclusiones lógicas⁴⁹. Vieira pone incluso a Jesucristo como muestra de las expresiones patéticas: en relación con el pasaje de San Lucas 8, 8, afirma que en esa ocasión Cristo confió más en el volumen de su voz

46 “É esse o sentido da mesma gramática das palavras?”, Vieira, A. (1976), p. 49.

47 “São fingimento, porque são subtilezas e pensamentos aéreos sem fundamento de verdade; são comédia, porque os ouvintes vêm a pregação como à comédia; e ha pregadores que vêm o púlpito como comediantes”, Vieira, A. (1976), p. 51.

48 *Retórica Eclesiástica*, 502 B.

49 “Porque la ruda y necia muchedumbre [...] importa aterrarla y conmoverta, no solamente con silogismos, sino también con afectos y con un gran golpe de elocuencia, la cual pide, no un razonamiento breve y angosto, sino acre, vehemente y copioso”, *Retórica Eclesiástica*, 507 B.

86 que en sus argumentos racionales⁵⁰. Sin embargo, en ninguno de los dos tratados sobre la predicación se dice nada respecto a una posible falta de verdad, tampoco en caso de necesidad, como en el libro de Quintiliano. Se encuentran, por el contrario, ideas y consejos para dirigir los afectos a un buen fin, evitando todo efecto manipulador. Fray Luis lo concreta de la siguiente manera: la verdadera pasión - que él llama *afecto de caridad*- se enciende en la reflexión, es decir, en la recepción de la fuerza divina por medio de la oración y de la contemplación. Sin este don, la Retórica es postiza y ridícula⁵¹.

En resumen, con la recepción cristiana de la Retórica clásica se pone de relieve el valor central de la humildad, que ya jugaba un papel importante en Aristóteles y Cicerón. La liberación de un *ego* demasiado poderoso deja al orador el camino libre para conocer y exponer la realidad. El resultado de este cambio de óptica es la apertura hacia la grandeza y belleza del objeto (en el contexto religioso, la revelación). El entusiasmo resultante nace y crece del objeto mismo y no del capricho o de las motivaciones vanidosas del orador. Nos queda finalmente averiguar cómo se manifiesta esta humildad, cuya eficacia en la predicación han puesto de relieve convincentemente Granada y Vieira, en el discurso fuera del púlpito. Dicho de otra manera, cuáles son las características de la modestia en los procesos comunicativos más prácticos.

50 “Bradou o Senhor, e não arrazoou sobre a parábola, porque era tal o auditório, que fiou mais dos brados que da razão”, Vieira, A. (1976), p. 45.

51 “Mas sobre todo, para conseguir este afecto de caridad, ayuda maravillosamente el estudio de la santa oración y contemplación [...]. Así sucederá que venga á encenderse en amor de ellas, y a nutrir y fomentar todos los piadosos afectos [...]. Los que sin esta interior moción del espíritu divino quieren conseguir la fuerza y acrimonia en el decir [...], son muchas veces ridículos, y de muchas maneras se engañan a sí mismos”, *Retórica Eclesiástica*, 504 B.

III. Pertinencia de la humildad en conceptos modernos de comunicación y Retórica

Respondiendo a una pregunta sobre su opinión personal respecto a la situación política del momento, el conocido retórico alemán Walter Jens se centraba en determinados aspectos de la cultura retórica en Alemania⁵². Afirmaba que se puede ser optimista respecto al futuro del discurso público si “vuelven a estar en vigor ciertas virtudes imprescindibles como son la cortesía, la modestia -es decir, el reconocimiento de los propios límites-, así como la sabiduría y la humildad”. Esto, sostuvo, sirve también para la cultura del discurso público, pues cuando se recapacita sobre los argumentos del otro, si uno se deja convencer y es capaz de aceptarlo públicamente, entonces vuelve a estar en vigor una humanidad que había pasado de moda. Literalmente: “esto es para mí humanidad: decir que me he equivocado”. El retórico alemán mantiene que la fórmula más convincente es mostrarse como uno realmente es y no camuflarse. Lo contrario significa dejarse dominar por la vanidad: “un burgués que, de repente, se da al arte de quedar bien, está perdido”. La importancia que concede Jens a la modestia tiene un fundamento psico-comunicativo, como pone de relieve Schulz von Thun⁵³ al hablar de la “revelación de sí mismo” en su conocido modelo “Las cuatro caras del mensaje”. Esta imagen quiere poner de relieve que las noticias no sólo constan de un contenido concreto, sino que proporcionan también información a través del carácter y el comportamiento del emisor. “Revelación” contiene una parte aceptada (“mostrarse libremen-

52 Jens, W. (2001).

53 Schulz von Thun, F. (1989). El modelo viene a decir que un mensaje que manda un emisor a un receptor tiene los siguientes cuatro aspectos: revelación de sí mismo por parte del emisor, el contenido mismo de la noticia, la apelación al receptor y la relación que se establece entre emisor y receptor. Estas cuatro dimensiones comunicativas están presentes en toda interacción y cualquier atentado contra de una de ellas afecta decididamente al proceso comunicativo.

te”) y otra obligada (“desenmascararse”)⁵⁴. Ésta última está frecuentemente unida a un “miedo a la revelación”, porque se teme no dar la imagen deseada⁵⁵. Por eso muchas veces se añaden, como ingredientes de la comunicación, técnicas que pretenden dar la apariencia de una cierta superioridad. Contra esa artificialidad, Schulz von Thun aconseja, con una frase tomada de la psicología clínica: “intenta ser tú mismo”, que se concreta en la coordinación de tres aspectos de la personalidad: vivencia interior, conciencia de sí mismo y comunicación⁵⁶. Pues bien, a continuación veremos cuáles son las dimensiones retóricas de ese esfuerzo de autenticidad por parte del orador. En primer lugar, la modestia y la humildad.

Ya hemos visto que Walter Jens define la modestia como el reconocimiento de los propios límites. Unida a la humildad actúa la “virtud más importante”, la “empatía”, que es, según Jens, la capacidad de ponerse en la situación del otro⁵⁷. Digamos de paso que Jens utiliza la humildad (originariamente empleada en un contexto religioso) y la modestia (una virtud moral) como sinónimos, lo que es legítimo en el contexto de la Retórica. En las líneas siguientes se mantendrá esta sinonimia. Primero se tratará de responder a la pregunta de cómo está ligado el hecho de reconocer los propios límites a la capacidad de ponerse en la situación del otro. Conocer los propios límites es parte integrante del conocimiento de uno mismo y es la base para poder actuar⁵⁸. Efectivamente, quien quiera ser alguien distinto de lo que realmente es, está condenado a la pasividad y a la frustración, pues nadie podrá conseguir una meta de este tipo. Sin

54 Schulz von Thun, F.(1989), p. 18.

55 Schulz von Thun, F. (1989), p. 38.

56 Schulz von Thun, F. (1989), p. 43.

57 Jens, W. (2001).

58 Es más: el conocimiento de sí mismo es un rasgo inconfundible de la sabiduría, como se ejemplifica en la famosa frase del templo de Apolo: “Conócete a ti mismo”.

embargo, el reconocimiento de sus limitaciones no es algo estático; puede incluso ser muy dinámico, ya que, como bien se sabe, nadie ha llegado a las fronteras de su madurez. Pero saber dónde están implica la posibilidad de llegar a ellas, y de ahí surgen innumerables perspectivas de desarrollo personal.

Una consecuencia importante de aceptarse tal y como se es -en lugar de cultivar fantasías- es el reconocimiento de los límites de los otros, especialmente de los interlocutores. Estas fronteras marcan el territorio reservado a la gestación y desarrollo de la propia vida y de sus decisiones, y tiene derecho a ser respetado por todos. Guardini sitúa este fenómeno en el contexto de la virtud del respeto: “con el respeto el hombre renuncia a lo que tanto le gusta: poseer y utilizar cosas y personas para la consecución de sus propios intereses. En lugar de hacer eso, con el respeto, el hombre da un paso atrás, guarda las distancias, con lo que surge un espacio en el que puede aparecer y brillar todo aquello que merece nuestra veneración”⁵⁹. Esta postura puede calificarse de empatía en el verdadero sentido de la palabra. La anticipación a la reacción del otro o la vibración con sus mismas emociones no se envenena utilizándola como un instrumento de poder, sino que se lleva a cabo con respeto. Como es natural, la empatía crece con el aumento de la relación con el otro, una postura que surge de la modestia y de la superación del egoísmo.

Con respecto a la relación entre humildad y verdad se puede afirmar que prescindir conscientemente del propio lucimiento hace que la verdad brille aún más, ya que el orador se concentra en el contenido y en los interlocutores. Así es más fácil conocer lo esencial de algo y hacerlo patente. La consecuencia retórica práctica de esta virtud

⁵⁹ Guardini, R. (2002), p. 181. Es el espacio que se sobrepasa en la manipulación. El orador lleva a cabo este allanamiento de la morada de la reflexión y decisión de los otros cuando no tiene nada valioso que oponer, temiendo así no poder convencer sólo con los argumentos. Para el tema de la manipulación constituye una buena introducción la obra de López Quintás, A. (1984).

90 consiste en poder prescindir de algunas ideas cuando la necesidad de hacer comprensible el discurso lo exige. Se omite todo aquello que únicamente pueda dar la impresión de erudición pero que no pertenece esencialmente al mensaje. Se trata a veces de dolorosos recortes de contenido que se llevan a cabo en favor del objeto mismo y de su mejor comprensión por parte de los interlocutores.

Finalmente, para comprender mejor la relación entre la humildad y las emociones es útil volver la mirada al emisor. Gracias a la humildad pueden superarse mejor los propios fracasos, con la consecuencia de que así uno se libera más fácilmente de tensiones retóricas, como por ejemplo, el miedo al fracaso. El que se concentra en su tarea puede relacionar más fácilmente la crítica recibida con aspectos concretos de su discurso, y no con su persona. Guardini resume esta realidad con el concepto de “enigmática dialéctica de la persona” y añade: “cuanto más se busca el hombre a sí mismo, tanto más se escapa de sí; cuanto más intenta hincharse, más raquítico se queda. El vanidoso, que sólo vive para sí, cree realizarse cada vez más, pero, en realidad, se va autodestruyendo en su interior, porque no llega a surgir en él ese espacio vital que sólo proporciona el olvido de sí mismo. En el salir del yo hacia el tú o hacia la tarea encomendada se despierta y crece la propia personalidad”⁶⁰.

La dimensión emocional del discurso ocupa muchas veces el centro de la investigación retórica: Daneš⁶¹ subraya precisamente la omnipresencia de los factores emocionales del discurso así como su estrecha concatenación con los elementos cognitivos. Las emociones ejercen incluso una función catalizadora tanto para fomentar como para retraer el proceso discursivo. Frente a posiciones contrarias al estudio de las emociones en el análisis del discurso, Daneš⁶² postula

60 Guardini, R. (2002), p. 301.

61 Daneš, F. (1999), pp. 6-9.

62 Daneš, F. (1999), p. 8: “*Emotions should not be hidden, but cultivated*”.

que no se omitan los sentimientos, sino que se tienda a una armónica unión entre emoción y cognición. En la psicología de la comunicación se encuentra un apoyo a esta tesis en la cuarta cara del mensaje, la “relación”, en la que se estudia la dimensión emocional de la comunicación. En la interacción siempre está presente la conciencia de lo que siente el emisor por el receptor y viceversa⁶³. Aquí interesa la relación positiva, llamada “valoración” y caracterizada por el respeto y el reconocimiento de la igualdad del interlocutor, incluso cuando hay conflictos y se precisan duras negociaciones. Es evidente que, precisamente en estos casos, la virtud de la humildad proporciona la alteridad suficiente, que impide que el emisor intente conseguir la victoria por todos los medios y ponga en primer plano la consecución de sus propios intereses. Gracias a ello puede desarrollarse en el discurso una cultura de las emociones, que surgen del contenido y se mantienen al servicio del contenido, careciendo de todo peligro manipulador. Este discurso emocional no se halla necesariamente en contradicción con la verdad: si se parte de la base de que la Retórica está al servicio de la convicción, la tarea del orador consistirá -a diferencia de la del puro analítico- en proporcionar acceso a la realidad y en encontrar posibilidades de desarrollo en cualquier situación, independientemente de lo desastrosa que parezca. La movilización de los oyentes se consigue desde el objeto mismo por medio del conocimiento y de las emociones⁶⁴. Esta emocionalidad fundada en la verdad no es un *pathos* sentimental, sino fruto de la reflexión, y nace de un profundo conocimiento del tema a tratar. Su expresión retórica es el intercambio que ve Guardini entre el silencio y la palabra. Ambos están en una relación parecida a la inspiración y la espiración. Explica esta compenetración de la siguiente manera: “el silencio es la fuente de la palabra. Se nota enseguida si

63 Schulz von Thun, F. (1989), pp. 47 y ss.

64 Véase la importancia del *movere* en el contexto del *delectare* y *docere* en Quintiliano (*Institutionis oratoriae*, XII 10, 59).

92 ésta proviene del silencio o no. Lo que viene del silencio es profundo y lleno de contenido. Sólo quien sabe callar, sabe hablar bien. La palabra sólo será completa y clara si procede de la reflexión⁶⁵. La reducción de la actividad discursiva, que representa otra expresión más de la humildad, se convierte en la garantía número uno de la eficacia retórica.

IV. Conclusiones

Podemos afirmar que, tanto en la Retórica antigua como en la Retórica religiosa del Barroco, se plantean al orador y a su capacidad de reflexión serias exigencias de integridad -dentro y fuera del discurso-. La relación entre Retórica y moral, que calificaba Reich-Ranicki de “noble sueño”, se hace realidad en la persona del orador cuando su intención no es el propio lucimiento, sino el servicio al mensaje y a los interlocutores. Del predicador se exige que sea un acueducto de los mensajes divinos a los hombres, y no un charco de vanidad que impida la corriente⁶⁶. Lo mismo puede decirse de la Retórica en general: el arte de decir la verdad es una cuestión de humildad. El orador centrado sólo en sí mismo atrae la atención del receptor hacia el emisor, interceptando el conocimiento del mensaje. Goethe lo formulaba así en un famoso dístico: “¿Qué es lo más difícil de todo? Lo que más fácil te parece/ Ver con tus propios ojos lo que tienes ante tus ojos”⁶⁷.

La compostura del propio yo, por el contrario, posibilita concentrarse en el contenido y reflexionar sobre él. El entusiasmo que resulta del conocimiento de la realidad despierta las emociones propias y ajenas, que pueden poner en movimiento al receptor. Aquí confluyen el *ethos*, el *logos* y el *pathos*. En ese sentido, el discurso emocio-

65 Guardini, R. (2000), p. 134.

66 *Retórica Eclesiástica*, 501 B.

67 *Xenie* 169. Schmidt, E. y Suphan, B. (1893), p. 19.

nal no tiene por qué ser sospechoso, sino, con las citadas palabras de Goethe, algo “enormemente apreciado e imprescindible”, que ha de contarse entre “las mayores necesidades de la humanidad”.

Bibliografía

Adam, Jean Michael (1999), “Images de soi et schématisation de l’orateur: Pétain et De Gaulle en juin 1940”, en Amossy, Ruth (ed.), *Images de soi dans le discours. La construction de l’ethos*, Delachaux y Niestlé, Ginebra, pp. 101-126.

Aristóteles (1985), *Retórica*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid.

Cicerón, Marco Tulio (2002), *Sobre el orador*, Gredos, Madrid.

Curtius, Ernst Robert (1955), *Literatura europea y Edad Media Latina*, Tomo I, Fondo Cultura Económica, México.

Daneš, František (1999), “Extra-logical Factors in Argumentation”, en Rigotti, Eddo (ed.), *Rhetorik and Argumentation. Proceedings of the International Conference, Lugano, April 22-23, 1997, USI, Facoltà di Scienze della comunicazione*, Niemeyer, Tübinga, pp. 3-12.

Eggs, Ekkehard (1999), “Ethos aristotélicien, conviction et pragmatique moderne”, en Amossy, Ruth (ed.), *Images de soi dans le discours. La construction de l’ethos*, Delachaux y Niestlé, Ginebra, pp. 31-60.

Gil, Alberto (1988), “O sermão no sermão - Predigt und Metapredigt bei António Viera”, *Aufsätze zur Portugiesischen Kulturgeschichte*, nº 19, pp. 233-250.

Gil, Alberto (1989), “El predicador y el oyente. Principios semióticos en la Retórica de Fray Luis de Granada”, en Laurenti, Joseph L. y Williamsen, Vern (ed.), *Varia Hispanica. Estudios en los Siglos de Oro y Literatura Moderna. Homenaje a Alberto Porqueras Mayo*, Reichenberger, Kassel, pp. 197-209.

- 94 Granada, Fray Luis de (1945), *Los seis libros de la Retórica Eclesiástica o de la manera de predicar*, BAE, Madrid.
- Guardini, Romano (2000), *Cartas sobre la formación de sí mismo*, Palabra, Madrid.
- Guardini, Romano (2002), *La esencia del cristianismo. Una ética para nuestro tiempo*, Cristiandad, Madrid.
- Jens, Walter (2001), “Deutschland erlebt eine rhetorische baisse”, *A Tempo*, en www.kultur-netz.de/archiv/literat/walter_jens.html.
- López Quintás, Alfonso (1984), *Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre*, Narcea, Madrid.
- Pauly, August y Wissowa, Georg (1920), *Paulys Realencyclopädie der Classischen Altertumswissenschaft*, 2. Reihe, 2. Halbband, Metzler, Stuttgart.
- Pieper, Josef (1980), “Abuso de poder, abuso de lenguaje”, en *La fe ante el reto de la cultura contemporánea*, Rialp, Madrid, pp. 213-245.
- Quintiliano, Marco Fabio (1999), *Institutionis oratoriae libri XII*, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca.
- Reich-Ranicki, Marcel (1997), “Gefürchtet, verachtet, gebraucht und geliebt. Von Mark Anton über Hitler bis zu uns: Eine Rede über Glanz und Elend der Redekunst”, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 16 de agosto.
- Schmidt, Erich y Bernhard Suphan (ed.) (1893), *Xenien 1796. Nach den Handschriften des Goethe- und Schiller-Archivs*, Weimar.
- Schulz von Thun, Friedemann (1989), “Psychologische Vorgänge in der zwischenmenschlichen Kommunikation”, en Fittkau, Bernd; Müller-Wolf, Hans-Martin y Schulz von Thun, Friedemann (eds.), *Kommunizieren lernen (und umlernen). Trainingskonzeptionen und Erfahrungen*, Hahner Verlagsgesellschaft, Aachen-Hahn, pp. 9-100.

Schweinfurth-Walla, Sigrid (1986), *Studien zu den rhetorischen Überzeugungsmitteln bei Cicero und Aristoteles*, Gunter Narr Verlag, Tübinga.

95

Switzer, Rebecca (1927), *The Ciceronian style in Fr. Luis de Granada*, Instituto de las Españas, Nueva York.

Vieira, P. António (1976), *Sermão da Sexagésima*, Diabril, Lisboa.

