

Epáginas de FILOSOFÍA

Año VII - Nº 9 - Publicación del Departamento de Filosofía - Facultad de Humanidades - Universidad Nacional del Comahue - Diciembre de 2000

Campagna, María Cristina y Lazzeretti, Adriana
Lógica, Argumentación y Retórica, Buenos Aires, Ed. Biblos, 1998.
 Por Liliana Silvia Caramuti
 U.N.Co.

La introducción del libro da la bienvenida a esta época de incertidumbre, inaugurada en la segunda mitad del siglo XIX, en la que “los efectos destructivos de la tecnología, el fracaso del proyecto de paz mundial, las voces de quienes habían sido sometidos en nombre del progreso, socavaron el pedestal del ídolo que Occidente había adorado durante veinticinco años”, cuando “comenzaron a abrirse grietas en el sólido edificio de la razón”.

Hoy se reconoce el carácter construido de las verdades y la posibilidad de participar en su formación. Para ello, debemos analizar qué sostenemos y por qué; qué creemos y en base a qué sustento. Y para esta empresa, aunque imprescindible, no basta la lógica: la palabra hablada y el esfuerzo compartido por consolidar una verdad juegan su papel en la historia del pensamiento, especialmente en esta época en que los medios de comunicación están modificando las formas de adherir a las verdades.

La primera parte del libro nos presenta las nociones básicas referidas a la lógica y al lenguaje, mientras que la segunda se refiere específicamente a los lenguajes lógicos, comenzando por la lógica aristotélica y recorriendo la proposicional, la de términos y la de clases, para terminar con una somera presentación del paso desde las lógicas matemáticas (apofánticas, bivalentes, asertóricas y extensionales) hacia las multivalentes, que trabajan con valores intermedios entre el de verdad y el de falsedad, lógicas divergentes que rompen con la tradición formal.

La tercera y última sección desarrolla la hipótesis de que la retórica y la cuestión del poder están ligadas en la historia de la cultura de la política, y recorre su larga trayectoria de amores y rechazos. Sócrates y los sofistas, Platón, Aristóteles, Cicerón, Séneca, San Agustín, Santo Tomás, Descartes, Kant -entre otros-, quedan reflejados en este recorrido, enmarcando sus estrategias retóricas en el contexto social en el cual participaban, tratando de ilustrar la tesis de partida: cuando de dominar a otros pueblos o de aglutinar al propio se trata, la retórica suele mutar hacia una fuerte apelación a los sentimientos, mientras que en tanto dominan las actitudes democráticas, se valora considerablemente la argumentación racional.

Y hoy...? La *Nueva Retórica* de Perelman (1958) hace que muchos lo consideren el Cicerón del siglo XX: la retórica viene a ser un complemento de la teoría de la demostración que estudia la lógica formal; “se basa en la razón práctica y sirve de

sostén para la aplicación de la acción, de la ética, de la justicia y, por qué no, a la política y los medios de comunicación”. Bajo el sugestivo título “La verdad instaurada por los medios de comunicación: verdad o persuasión?”, las autoras sostienen que los medios han instaurado una nueva realidad y, en consecuencia, una nueva verdad. Se presentarán las nuevas relaciones entre percepción y objeto –surgidas de la posibilidad de alterar la representación de la realidad–, los nuevos modos de entender la realidad, la correspondencia entre forma y contenido y la avidez por el rating. “La de los medios de comunicación es otra forma de producción de verdades, tal como la del conocimiento científico. En este proceso, en la eficacia de la palabra rigen las mismas reglas de la retórica, en las que se tiene en cuenta el carácter del orador, las particularidades de la audiencia o público, la apelación a las emociones y la verosimilitud.”

En el último apartado del libro se sostiene que en los acuerdos o desacuerdos generados por los medios de comunicación juega un papel relevante el grado de empatía o identificación que el oyente posee con cada periodista o comunicador, y no se trata, en el fondo, de acuerdos o desacuerdos basados en la verdad de lo que se está diciendo. Ante este panorama, las autoras plantean dos alternativas (desacreditar a los medios de comunicación como transmisores de verdad o relativizar el concepto de verdad a las distintas situaciones concretas de comunicación), esbozan las implicancias de cada opción y se definen por la segunda, siendo toda esta última parte la que más polémica e interés podría generar entre los lectores, más aun teniendo en cuenta que muchas de las posturas que las autoras sostienen parecen no quedar completamente desarrolladas, ofreciendo flancos para un interesante y seguramente productivo debate.