Módulo de Clase

[EL ORADOR Y SU AUDITORIO]

CLAUDIA ALEXANDRA ROLDÁN MORALES

Universidad
AUTÓNOMA
de Occidente

[EL ORADOR Y SU AUDITORIO]

Los Módulos de clase son una publicación del Programa Editorial de la Universidad Autónoma de Occidente. Este material presenta contenidos parciales y/o material de apoyo de cursos dictados en la institución.

Claudia Alexandra Roldán Morales
Profesora Departamento de Lenguaje
Facultad de Comunicación Social
Universidad Autónoma de Occidente

Gestión Editorial
Dirección de Investigaciones y Desarrollo Tecnológico
Programa Editorial
programaeditorial@uao.edu.co

Diagramación
Juan Manuel Escobar Velasco
juanuel22@hotmail.com

2009 Universidad Autónoma de Occidente
Km. 2 vía a Jamundí, A.A. 2790 Cali, Valle del Cauca-Colombia

El contenido de esta publicación no compromete el pensamiento de la Institución,
es responsabilidad absoluta de sus autores.

Sección de Publicaciones e Impresiones

Impreso en Colombia
Printed in Colombia

Universidad
AUTÓNOMA
de Occidente

- SI YO LE CONVENCIESE A USTED DE QUE MI PLAN ES ADMISIBLE, ¿LO ADMITIRÍA USTED?
- NO. EN ABSOLUTO. Y SI YO LE CONVENCIESE DE QUE SU PLAN ESTÁ EQUIVOCADO, ¿LO RETIRARÍA USTED?
- NUNCA. JAMÁS.
- VALE, ESTUPENDO. DIALOGUEMOS PUES.

Introducción

La argumentación es una actividad tan antigua como el hombre. Estamos inmersos en un contexto argumentativo todo el tiempo. La mayor parte de nuestras argumentaciones son espontáneas, informales e intuitivas. Una discusión con nuestra media naranja o con nuestros padres, una charla sobre los aspectos positivos o negativos de algo, son algunos de los ejemplos en los que argumentamos a diario. Sin embargo, existen otras situaciones en las cuales es necesario acudir a una argumentación mucho más formal como lo es escribir y analizar textos: ensayo, reseña crítica, debate, editorial, *spot* publicitario, ponencia, etc., lo que exige de nosotros ciertos conocimientos. Es allí donde entra a jugar el módulo que tienes en tus manos, no obstante es importante aclarar que éste no pretende abordar todos los aspectos que atañen a la argumentación, está diseñado para que comprendas algunos puntos claves que te permitan reconocer la complejidad del proceso argumentativo. Para ello nos acercaremos a algunos postulados teóricos de Chaim Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca consignados en el "Tratado de la argumentación". Examinaremos entonces las implicaciones que tiene la argumentación tanto para quien argumenta como para el público a quien se dirige.

Este módulo se construye como complemento para el trabajo que se desarrolla en la asignatura de Lógica Argumental, pero puede servir de apoyo a otros espacios académicos en los que sea necesario el abordaje del estudio de la argumentación. Está organizado en cinco sesiones de clases en las que se desarrolla un referente conceptual, se ofrece el análisis de un texto a manera de modelo y se proponen actividades tanto en presenciales como virtuales - foros y blogs- . Al final, se halla un apartado valorativo para conocer algunas apreciaciones sobre el módulo y la orientación del profesor.

Los objetivos a alcanzar son:

- Comprender que toda argumentación supone un contacto intelectual.
- Entender el significado que le concede Perelman y Olbrechts - Tyteca L al auditorio.
- Reconocer la importancia de construir un auditorio de acuerdo con la ocasión.
- Reconocer la importancia que tiene en la argumentación la opinión de aquellos a quienes se quiere influir.
- Reconocer la distinción entre Auditorio Universal y Auditorio particular.

I. EL ORADOR Y SU AUDITORIO

Actividad previa al desarrollo del módulo

Lee y analiza el capítulo II "La argumentación, el orador y su auditorio" de PERELMAN, Chaim **y Lucie** OLBRECHTS-TYTECA y formule dos (2) preguntas sobre lo que no logras entender de ese capítulo. Marca la página, y si es posible el (los) párrafo(s) de, donde surge tu inquietud.

Sesión 1.
EL CONTACTO INTELECTUAL

Objetivo
Comprender que toda argumentación supone un contacto intelectual.

Actividad
Lee el texto y observa cómo se presenta el contacto intelectual en la argumentación.

Según Perelman, argumentar es influir por medio del discurso a un auditorio para que se adhiera a ciertas tesis. Lograrlo, según el autor, implica **considerar las condiciones psíquicas y sociales de los sujetos a quienes se dirige**. En otras palabras, quien está interesado en convencer a otro de su punto de vista debe conocer, las características del sujeto, sus creencias, valores, estatus, entre otros, información necesaria para definir los puntos de acuerdo básicos para la argumentación. Por consiguiente, es fundamental preguntarse ¿A quién se dirige la argumentación? ¿Cuál es el público objetivo? ¿Qué características tiene? Sin estas consideraciones la argumentación estaría condenada a fracasar "*pues, toda argumentación pretende la adhesión de los individuos y, por tanto, supone la existencia de un contacto intelectual*" (Perelman y Olbrechts – Tyteca, 1989, p.48).

Perelman y Olbrechts – Tyteca son muy claros en afirmar que argumentar exige una serie de consideraciones. La primera, está referida al conocimiento del lenguaje, que permite que los seres humanos nos comuniquemos. Sin embargo, expresa que éste no es suficiente puesto que el conocerlo no garantiza el contacto intelectual. Según los autores, existen unas reglas tácitas que indican cómo establecer la comunicación y sólo se aprenden en la interacción social. Es así que, conocer el lenguaje para comunicarnos no nos habilita para argumentar, es ineludible manejar ciertas reglas sociales que están implícitas y que pretenden llevar a feliz término la comunicación. Estamos hablando de que entrar en contacto intelectual con el otro no sólo se presenta comunicándonos a través del discurso sino que es primordial **el conocimiento de ciertas normas sociales que adquirimos al ser usuarios de una lengua en un contexto determinado**. "*Para argumentar, es preciso, en efecto, atribuir un valor a la adhesión del interlocutor, a su consentimiento, a su concurso mental. Por lo tanto, una distinción apreciada a veces es la de ser persona con la que se llega a discutir*" (Perelman y Olbrechts – Tyteca, 1989, p. 50).

En consecuencia es **preciso considerar la opinión del otro a quien me dirijo**. El orador debe tener en cuenta que el punto de vista que va a defender no es un "dogma de fe" ni está revestido de un autoridad tal que lo que dice es incuestionable

y que por ende, convence a su auditorio. Recordemos que para conseguir que el auditorio se adhiera a su tesis es inpresindible estar en conocimiento de los argumentos que pueden incidir en él, sus características psíquicas y sociales. **La construcción de un discurso para convencer y/o persuadir debe dar cuenta de la apreciación del auditorio a quien se dirige**. Bueno, si bien es cierto que en la argumentación saber ciertas reglas sociales que regulan la comunicación es necesario, no es menos cierto que **es primordial ser escuchados por otros que estén dispuestos admitir casualmente nuestro punto de vista**. Sobre este aspecto, es importante aclarar que es necesario no sólo tener en cuenta ser escuchado sino ser pertinente con el tema y con la elección de las personas con quienes nos disponemos a discutir ya que como lo dice Aristóteles, citado por Perelman y Olbrechts – Tyteca (1989: 52), hay situaciones que no merecen ser discutidas:

> *"No sólo –escribe él- no se puede discutir con cualquiera, sino que es preciso evitar el debate sobre ciertos asuntos. Aquellos que, por ejemplo, se plantean la cuestión de saber si es preciso o no honrar a los dioses y amar a sus padres, tienen la necesidad de una buena corrección; y aquellos que se preguntan si la nieve es blanca o no, sólo tienen que mirar"*

Actividad

Leamos el texto que está a continuación y analicemos cómo se presenta el contacto intelectual en la argumentación.

EL ARTE DE DESINFORMAR
Hector Abad Faciolince; Semana, 13 de Marzo de 2006

Después de los noticieros de televisión, que aquí tienen el esquema ineluctable de balas, goles y colas (dos tercios se van en deporte y farándula), entre las 8 y las 11 de la noche, el horario en que los ciudadanos corrientes tenemos más tiempo para ver televisión, los colombianos estamos sometidos a la más vergonzosa licuadora de estupidez televisiva, a la más devastadora ausencia de información. No hay análisis, no hay conocimiento, no hay debate, no hay un solo instante de reflexión o seriedad: todo está dedicado a la vulgaridad más frívola y al entretenimiento tonto para personas con una edad mental de 8 años (salvo el contenido sexual, que es para chorros hormonales adolescentes).

Antes, al menos, los que pudiéramos permitirnos algún tipo de televisión por cable y supiéramos inglés, podíamos enterarnos de algo más a través de CNN, o pensar en algo distinto gracias a los debates independientes y a la información ponderada de la BBC. Pero en mi cable (EPM) también esto se acabó y quedamos en manos de la información vergonzosamente manipulada de Fox, un canal de un nivel tan malo que parece colombiano, sino peor. Así las cosas, el panorama nacional e internacional se ha vuelto desolador y la única opción que tiene una persona que no quiera ser manipulada, o que no quiera probar la tenebrosa experiencia de que su encefalograma se vuelva una línea plana, es apagar la televisión, abrir un libro, o tratar de informarnos por Internet.

Al cabo de los años, en manos de un ente de control eunuco y sin ganas de controlar nada (la inútil y cara Comisión Nacional de Televisión), podemos darnos cuenta de la marranada que cometimos al permitir que los canales de televisión más importantes de Colombia les fueran entregados a los dos grupos económicos más grandes del país. Como reses pasivas que van al matadero sin saber que las van a degollar, les entregamos la herramienta fundamental de información pública a los dos grupos económicos con mayor poder: Ardila y Santo Domingo. Y éstos han demostrado que lo que les interesa es multiplicar sus millones, no formar ciudadanos informados, pensantes y conscientes. Nos tratan como aquello en lo que nos están convirtiendo: consumidores de basura.

Esto se puede ver a lo largo de todo el año, pero en coyunturas excepcionales como el período electoral, la aberración informativa en la que estamos se hace más evidente. De algunos candidatos hay publicidad, hay propaganda, hay eslóganes, pero no hay una brizna de inteligencia, de discusión, de debate de ideas por televisión. Lo poco que se nos dice es pagado, y brevísimo, con lo cual nos meten por ojos y nariz al que más plata tenga, no a quienes tengan las propuestas mejores o peores. La condición primordial para poder hacer un acto libre (y votar se supone que es un ejercicio de libertad), es informarnos bien antes de decidir, pero la televisión colombiana nos niega esa posibilidad, con pocas excepciones para noctámbulos o para televidentes de canales regionales o capitalinos.

Si en los regímenes totalitarios se lava el cerebro con el martilleo incesante de las mismas verdades manipuladas del régimen, en estas sociedades supuestamente libres nos lo están lavando a punta de un detergente mental si se puede más corrosivo: la estupidez, la ausencia total de pensamiento, la frivolización de todos los problemas, o la negación de lo compleja que es la realidad, mediante su total ocultamiento (la realidad suplantada por el reality). Se nos somete a la

manipulación de los instintos ('tetas y nalgas'), a la falsa liberación de un entretenimiento sin reflexión, a la reproducción interminable de banalidades, lugares comunes, o mentiras que acaban por parecer verdades por el efecto de la reiteración sin fin.

Si al menos los grandes canales nos dieran cada día – y así fuera por turnos obligatorios – la opción de elegir, no entre dos ridiculeces sino entre un programa serio y una idiotez, es verdad que tal vez uno de ellos perdería publicidad y plata por algunas horas, pero al menos esa parte de la población que está harta de ser tratada como si fuéramos retrasados mentales, lo agradecería. La televisión es también un servicio público, no una simple máquina de hacer billetes.

Los "enfrentados" de las horas con mayor audiencia no pueden ser siempre dos o tres programas idiotas seguidos, que además tienen la desfachatez de postergar las noticias, ni siquiera hasta el muy tardío horario previsto, sino hasta casi la medianoche. La libertad se da cuando hay más de una opción; si las opciones son casi idénticas en su tontería, la única elección posible es no elegir: apagar la televisión. Aunque los ciudadanos pensantes que pedimos otro servicio fuéramos solamente el diez por ciento, esta minoría tiene derecho a una televisión distinta a la espantosa porquería que nos están vendiendo. Y aunque esta perorata no sirva de nada, la escribo para que quede como constancia de que hay reses que vamos al matadero protestando, bramando por una televisión menos estúpida que la que nos dan.

Para analizar el contacto intelectual del escritor en el artículo "El arte de desinformar" es necesario que examinemos el medio en el que salió publicado. Esto nos permitirá acercarnos a las condiciones psíquicas y sociales de los lectores. De acuerdo con la reseña que hace la biblioteca Luis Ángel Arango, la revista "Semana" fue fundada y dirigida por Alberto Lleras Camargo en Colombia el 28 de octubre de 1946, quien había sido Presidente de la República. Actualmente, es dirigida por Alejandro Santos Rubino y es pensada como un medio que ofrece información a aquellos que no tienen tiempo para seguir los diarios y requieren de trabajo analítico de expertos que ofrezca una síntesis a diversos hechos de actualidad[1]. Es una revista que circula semanalmente tanto de forma impresa como digital.

La revista está orientada por cualificados periodistas que examinan aspectos políticos y económicos del país. Quienes se acercan a esta publicación son personas interesadas y con ciertos conocimientos para comprender las informaciones que

[1]Rodríguez Maldonado, Tatiana. Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas SEMANA Y CAMBIO 1998-2004. Edición en la biblioteca virtual http://www.lablaa.org/blaavirtual/todaslasartes/monografia/mono2a.htm.

circulan. Después de haber caracterizado la revista, consideramos importante conocer al orador – escritor -. Héctor Abad es un periodista y escritor reconocido que nació en Medellín y ha sido columnista en diversas revistas y periódicos Colombianos. Se destaca por ser un sujeto crítico que no escatima en decir lo que piensa de una manera mordaz y cruda[2].

En el artículo el periodista, se construye como un sujeto crítico y analista que conoce y sabe sobre la situación de la televisión en Colombia. El auditorio está conformado por los lectores de la revista semana. Es evidente que el orador considera las condiciones psíquicas y sociales puesto que presenta informaciones basadas en hechos que permiten inferir que está dirigido a profesionales o universitarios interesados en informarse sobre diversos aspectos de actualidad de una manera verídica y objetiva. Al mismo tiempo, el orador perfila un sujeto inteligente que tiene cierto saber para comprender los postulados y que siendo parte de los ciudadanos colombianos está atraído por informarse y formarse a través de la herramienta fundamental de información pública. Las características nombradas anteriormente, le permiten al orador asumir que su mirada crítica va a ser acogida y que logró el contacto intelectual con su auditorio. Pese a que el auditorio de la revista Semana es un auditorio heterogéneo, el orador lo caracteriza dentro de un grupo que tienen algo en común, ser colombianos que como ciudadanos tienen el derecho a exigir una información de calidad.

De otro lado, es importante mencionar que el orador utiliza la estrategia de inmiscuirse en el discurso para congraciarse con el auditorio, utilizando la primera persona del plural; de esta manera se convierte ante los ojos del auditorio en una víctima más de la manipulación de uno de los emporios económicos más grandes del país.

Taller de Análisis No. 1

Lee la siguiente columna de opinión publicada en El Tiempo - 23 marzo de 2005- de Florence Thomas y analiza las características del orador, su intención y determina las condiciones psíquicas y sociales que el orador consideró en los sujetos a quienes se dirige.

[2]ESCOBAR MESA, Augusto. Universidad de Antioquia. Héctor Abad Faciolince. Publicada en http://www.colombiaaprende.edu.co/recursos/superior/handle/literaturacolombiana/pdf_files/perfil1.pdf.

LOS NUDOS DEL AMOR

Hablaré nuevamente del amor. Tengo la mala costumbre de volver regularmente a él. Porque, si bien es cierto que hemos cambiado aprendiendo a subvertir las viejas metáforas que nos significaban, el amor sigue siendo para la gran mayoría de nosotras un asunto de primera importancia aún cuando ya no es el único centro de gravedad de nuestras vidas como hace un siglo. Lo difícil ahora es componer, es equilibrar nuevas formas de ser en el mundo, a veces contradictorias pero que definen hoy a las mujeres modernas y urbanas. Y después de dos o tres décadas de aprendizaje de nuevas prácticas de sí, el amor sigue ahí. Un amor que debe confrontarse ahora con nuevas y múltiples aspiraciones duramente ganadas y frente a las cuales no hay retrocesos posibles.

Entonces está el amor, pero está el otro amado que obliga a componer con la diferencia; está el amor, pero está la necesidad de realización personal; está el amor, pero está la vida cotidiana que devora el amor; está el amor, pero está el deseo de autonomía, a menudo mortal para la vida de pareja; está el amor, pero está el deseo de hijos que se interpondrán en el dúo amoroso; está el amor, pero está el ejercicio de la ciudadanía; está el amor, pero está la vida laboral o profesional; está el amor, pero está el inaugural deseo femenino de soledad; está el amor heterosexual, pero surgen otras opciones a la esquina del deseo; está el amor, pero están los inconscientes y las historias de cada cual; está el amor, pero están los otros amores del pasado; está el amor, pero está la fragilidad de lo humano; está el amor, pero están sus viejos imaginarios que siguen actuando; está el amor, pero está el odio, tan cerca...

Definitivamente, el advenimiento de una mujer sujeto social, de una mujer sujeto de derechos y de deseo, generadora de palabra, de cultura, de mundos, nos coloca en el centro de difíciles encrucijadas que lo más a menudo tenemos que resolver solas. Ya no podemos sacrificar todo a nombre del amor, ya no queremos seguir con esta cultura del amor que nos definía hace un siglo; una cultura que era portadora de algunas felicidades y de muchas desgracias cuando las mujeres necesitábamos entonces ser amadas para existir.

Ya no, pero equilibrar nuevos deseos, nuevas posibilidades con antiguas nostalgias, hacer el duelo de viejos imaginarios y concepciones románticas del amor para dar entradas a estas inaugurales maneras de significar nuestras existencias, no es fácil ni puede hacerse en una o dos generaciones, más aun cuando sentimos que los hombres que más

amamos no han logrado solidarizarse del todo con nosotras. Y esta solidaridad solo podrá generarse cuando ellos asuman que ese nuevo camino emprendido por las mujeres para redefinirse ellas en el amor, representa una oportunidad para plantearse una nueva pregunta relativa a su masculinidad, ya no desde una conciencia de la pérdida de este lugar privilegiado en la ecuación del amor, sino desde la profunda convicción de participar en la construcción de un nuevo pacto amoroso, más fértil desde la equidad y por esto más humano.

Sí, pero mientras logramos convencerlos, tenemos que ser acróbatas y lanzarnos al vacío, sin red. Nos tocó aprender a volar. Y bien, después de todo, no lo hacemos tan mal y, por lo menos, volamos.

Taller de Análisis No. 2

Selecciona la actividad según el programa que curses: Comunicación Social, Publicidad o Diseño Gráfico.

a. Supongamos que eres un periodista y tienes que escribir para el periódico ADN un artículo de opinión titulado el calentamiento global. Antes de escribirlo es necesario que analices el público a quién va dirigido y algunos datos del periódico. A partir de lo trabajado, escribe un párrafo que dé cuenta del análisis realizado.

PLANEANDO LA ESCRITURA DE UN ARTÍCULO DE OPINIÓN	
¿Cuál es la intención?	
¿Qué características tienen las personas que leen el periódico?	
¿Qué formas de decir debo utilizar? ¿Amistoso, familiar, solemne, rebuscado, informal, vulgar?	
¿Qué saben sobre el tema?	
¿Qué características tiene el periódico?	

b. Supongamos que eres un publicista o un diseñador gráfico y tienes que crear un anuncio publicitario para el periódico ADN sobre el calentamiento global. Antes de crearlo es necesario que analices el público a quién va dirigido y algunos datos del periódico. A partir de lo trabajado, escribe un párrafo que dé cuenta del análisis realizado.

PLANEANDO LA ESCRITURA DE UN ARTÍCULO DE OPINIÓN	
¿Cuál es la intención?	
¿Qué características tienen las personas que leen el periódico? ¿Qué particularidades tiene el periódico?	
¿Qué formas de decir debo utilizar? ¿Amistoso, familiar, solemne, rebuscado, informal, vulgar?	
¿Qué tipo de pautas aparecen en el periódico?	

Taller de Análisis No. 3

Dado el discurso enganchador del actor Antonio Sanín, los comerciales de Shampoo Ego gozaron de gran éxito. A continuación se presenta la transcripción del comercial de expectativa referencia No. 2. Debes analizar las características que tuvo en cuenta el orador para construir su auditorio.

Se ha dado cuenta que las mujeres son más inteligentes que los hombres. Las mujeres tienen ese tonito correcto para decir todo en la vida. Una mujer nunca le dice a uno estás gordo. Le dice ¿quieres más ensaladita? Una mujer nunca le dice a uno estás borracho. Le dice a uno ¿vas a pedir otro trago? Dale. Pídelo. Y son tan inteligentes que jamás utilizarían nuestros productos o a caso usted ha visto a una mujer afeitándose en la ducha, mi amor que pena, es que estoy utilizando tu crema de afeitar porque se me acabo la mía? No en cambio, nosotros sí usamos sus productos femeninos, ahh no me cree, vaya usted a la ducha y le aseguro

que usted usa ese shampoo moradito o el que tiene fotos de mujeres estrambóticas que huele a frutas tropicales para rizos definidos ¿acaso usted quiere tener rizos definidos? No, nosotros los hombres necesitamos nuestro propio shampoo. Uno que evite la caspa, que prevenga la caída del pelo, que huela a varón y punto. Porque el pelo de las mujeres es diferente o acaso usted ha visto una mujer calva o con entradas, ahh los hombres no podemos seguir usando shampoo para mujeres, pero pronto esto tiene que cambiar.

Foro No. 1

Hasta ahora hemos estudiado lo que Perelman denomina "El contacto intelectual". Teniendo en cuenta el desarrollo de los talleres y las dificultades que tuviste al realizarlos, participa en el foro que abre con la pregunta: **"¿para qué sirve identificar las características psíquicas y sociales del auditorio en la argumentación?"**

Escriba las conclusiones del foro No. 1:

Sesión 2.
EL ORADOR Y SU AUDITORIO

Objetivo
Comprender el significado que le concede Perelman y Olbrechts - Tyteca L al auditorio.

Actividad
Lee el texto y observa qué define el auditorio.

Existen situaciones como congresos, coloquios o seminarios en los que los ponentes asumen que sus exposiciones sobre experiencias, sistematizaciones o investigaciones les permite dar por sentado que el auditorio está a ciencia cierta interesado. De acuerdo con Perelman y Olbrechts – Tyteca, esto es un legado de doctrinas filosóficas como el racionalismo[3] y el cientificismo[4] que postulaban que el sólo hablar de hechos conllevaba a creer que lo que lo dicho era cierto y que no había lugar a dudas. Considerando lo que se dice como verdades absolutas. Sin ninguna excusa es fundamental que un orador tenga en cuenta a su auditorio. Haciendo una analogía, podríamos comparar la reflexión previa del orador para la construcción del auditorio, al momento en que decidimos preparar una cena para alguien especial, tenemos presente sus gustos gastronómicos, el significado que le atribuye a las velas y las flores sobre la mesa, cuidamos de tener la casa limpia y ordenada; finalmente, atendemos nuestra presentación personal y vigilamos hasta el más imperceptible detalle de manera que se advierta que tenemos en cuenta al convidado.

[3] "(De racional); sust. m. 1. [Filosofía] Doctrina filosófica que defiende la omnipotencia e independencia de la razón sobre cualquier otra facultad humana: la filosofía de Descartes es el máximo exponente del racionalismo del siglo XVII. Antónimos Empirismo, irracionalismo. (1) [Filosofía] "Racionalismo" y "racional" son dos términos que derivan de la misma raíz etimológica: el sustantivo latino ratio, que significa "razón". En consecuencia, en su sentido más amplio, suele considerarse que un racionalista es alguien que concede un énfasis especial a las capacidades racionales del hombre y que tiene una fe especial en el valor y la importancia de la razón y de los argumentos racionales". Tomado de: http://www.enciclonet.com/documento/racionalismo/.

[4] "(De científico); sust. m. 1. Teoría que afirma que la ciencia nos proporciona las auténticas verdades acerca del mundo y que la investigación científica es suficiente para satisfacer las necesidades de la inteligencia humana: el cientificismo tuvo su auge en Europa en los comienzos de la Era Moderna. 2. Teoría que afirma que los métodos científicos deben aplicarse en todos los dominios de la vida intelectual y moral: el triunfo del cientificismo en psicología ha propiciado el desarrollo vertiginoso de dicha disciplina". Tomado de: http://www.enciclonet.com/documento/cientificismo/.

De otro lado, los autores explican que el orador puede establecer el contacto intelectual con un determinado grupo, ignorando al resto de personas, es el caso de revistas o publicaciones científicas, dado que éstas determinan de ante mano el contacto que se puede establecer con el público y es entonces responsabilidad del orador mantenerlo. Por ejemplo, por regla general una revista de divulgación científica tiene cierto reconocimiento acreditado por el trato especializado en determinados temas disciplinares siendo que al relatar hechos y verdades, por parte del orador, no se hace necesario hacer explícitas las técnicas para cautivar al auditorio, para que se interese en lo que se dice, puesto que la revista sólo es leída por una comunidad científica que le incumbe ese tema. Así el orador sólo tendrá que mantener el contacto intelectual que la institución científica ha construido para ganar dicho reconocimiento.

Por ejemplo, la Revista Colombiana de Marketing de la Facultad de ingeniería de Mercados de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, tiene como objetivo promover la construcción de la disciplina del marketing a través de la publicación de artículos que aborden su epistemología desde cualquier paradigma científico[5]. De esta manera, las personas que se acercan a leer dicha revista dan categoría de verdad a lo que en ésta se profesa. No obstante, es importante anotar que quienes están interesados en escribir deben considerar las características de la temática que tiene la revista, los criterios de publicación del comité editorial, para así establecer las particularidades del público interesado y organizar su argumentación, "*no hay que ignorar la importancia de este problema previo por el mero hecho de que, en un gran número de campos –ya sea educación, política, ciencia o administración de la justicia-, toda sociedad posea instituciones que facilitan y organicen el contacto intelectual*". Perelman y Olbrechts - Tyteca L (1989: 53).

Los autores explicitan que para cautivar a un auditorio es necesario ostentar ciertas características que lo hagan acreedor a usar la palabra y a ser escuchado. Es así que, la calidad del orador puede variar de acuerdo con las circunstancias en las que se encuentre, algunas veces deberá actuar como un adulto, como un ser humano, perteneciente a un colectivo, como un director, entre otros. "*El contacto que se produce entre el orador y su auditorio no se refiere únicamente a las condiciones previas a la argumentación: también es esencial para todo su desarrollo*" Perelman y Olbrechts - Tyteca L (1989: 54).

Hasta aquí se ha dicho que el auditorio está conformado por todos aquellos sujetos que deseamos se adhieran a nuestras tesis. Perelman y Olbrechts - Tyteca L, opinan que dicha explicación no es suficiente y puntualizan que el auditorio no siempre es el sujeto nombrado, no son los sujetos a quines se dirige cuando hace uso de la palabra sino que desde el punto de vista retórico es "*el conjunto de aquellos en*

[5] Tomado de Redalyc: Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal en http://redalyc.uaemex.mx/principal/auxHomRevRed.jsp?cverev=109&id=1.

quienes el orador quiere influir con su argumentación. Cada orador piensa, de forma más o menos consciente, en aquellos a los que intenta persuadir y que constituyen el auditorio al que se dirige sus discursos". Perelman y Olbrechts - Tyteca L (1989: 55) De esta manera, podemos afirmar que no todas las personas que están frente al orador se constituyen como auditorio. Por ejemplo, desde el punto de vista penal en Colombia cuando un abogado está defendiendo a un sujeto tiene enfrente al fiscal, al acusado o al representante, pero a quien se dirige es al juez.

Taller de Análisis No. 4

De acuerdo con los planteamientos teóricos de Perelman y Olbrechts - Tyteca L trabajados en esta sesión, compara y analiza los textos que se presentan a continuación e intenta responder las siguientes preguntas: ¿las personas a quienes se dirige el orador pueden ser consideradas como el auditorio? ¿Qué diferencias presentan los textos en cuanto a la construcción del auditorio? ¿Qué particularidades tienen los medios en los que aparecen los textos y cómo incide esto en la construcción del orador? Sustenta tus respuestas.

Fragmento de la Entrevista en la Escuela de la noche con William Ospina, santiaguino. Premio Rómulo Gallegos por *Lizardo Carvajal* en Hojas Sueltas Junio 09 de 2009

Cuando los pasajeros del Vuelo de Avianca que descendió de las alturas bogotanas a los cañaduzales de Palmira, esperaban su maleta, William Ospina, con su chaqueta por equipaje, salía por esa puerta grande que se convierte en una especie de pasarela de los recién llegados. Un abrazo nos estrechó la existencia y fue cuando le escuché decir: "*Lizardo son treinta años sin vernos*". Era el 15 de marzo de 2008.

Yo no lo podía pensar, porque William sigue igualito, sigue como aquel muchacho que dibujaba y escribía para esa hojita suelta de los años setenta: *Causa Popular*, que editábamos junto a Mario Flórez y otros amigos de la Usaca.

Ahora, en casa de Andrea, su hija; de Nicolás, su nieto y de Julián el pintor que ama Andrea, dialogamos. Ese diálogo lo quiero compartir con ustedes.

Lizardo Carvajal: uno, a veces tiene la tentación de lograr alguna instantánea, cuando un amigo se le cruza en una entrevista. Creo que mucha gente además quisiera tener esa instantánea tuya, esa definición.

William Ospina: yo nunca me he preocupado por tener una definición de mí mismo. Me parece que como uno vive adentro, uno es todas las cosas, uno es todo lo que vive, todo lo que encuentra, todos los seres que conoce. A uno le toca decir que uno es la vida, el mundo, el universo, todo lo que uno se encuentra.

L.C.: ¿Entonces los amigos que están en ti?

W.O.: bueno son muchos. A mí en esta época me gusta mucho hablar de la *Escuela de la Noche*, que es el nombre de un ensayo que hice sobre la educación y que era el nombre de una tertulia literaria que tenía Shakespeare con Ben Johnson en Londres, en el Siglo XVII, porque uno está permanentemente aprendiendo y yo de nadie he aprendido más que de mis amigos. Ellos son la *Escuela de la Noche*. Mis amigos de la adolescencia, de la Universidad, los muchísimos amigos que hice en Cali, que son digamos mis amigos más permanentes y algunos maestros cuyo magisterio ha sido siempre el magisterio de la amistad y de la conversación, como Estanislao Zuleta, Mario Flórez, Henry Valencia, Gerardo Rivera. Yo me he pasado la vida estudiando en la *Escuela de la Noche* con mis amigos.

L.C.: ¿En esa *Escuela de la Noche* hay autores?
¿Cuáles?

W.O.: muchos y dependiendo de las épocas. Recuerdo que el primer libro que leí fue la *Odisea* por accidente. Era el único libro que había en mi casa. Se lo regalaron a mi padre. Yo tenía nueve años y me apoderé de él. Era mi juguete favorito. Después un profesor en el colegio Fray Damián González, el profesor Salcedo, me acuerdo muy bien, me regaló los cuentos de Tomás Carrasquilla.

En la adolescencia, en el colegio de Fresno, leí mucho con un querido amigo, un sacerdote que se llama Gonzalo Jaramillo, me abrió las puertas de su biblioteca y allá leí a Dostoievski, Germán Hess, libros de sicología, novelas policíacas. Otros autores más anónimos eran los de las historietas que alquilábamos con mi hermano, en el barrio Guayaquil. Porque yo me pasé un par de años leyendo historietas y creo haber aprendido mucho en ellas. Creo que son un camino excelente para llevar a los jóvenes a la lectura.

Después, con el paso del tiempo, muchos autores como Gabriel García Márquez. No fui un gran lector de literatura latinoamericana, pero García Márquez y Rulfo, desde el comienzo, me marcaron muy profundamente, como me marcó Borges a partir del momento en que lo conocí. En una época solo leía a Borges y desde entonces, considero que buena parte de lo que escribo es secretamente un diálogo con él. Yo pienso que es muy difícil, después de que ha pasado por una lengua alguien como Borges, que la lengua vuelva a ser la misma y que los temas de los autores no tengan que establecer ese diálogo.

L.C.: extrañamente no me has mencionado a Thomas Mann

W.O.: porque con Thomas Mann yo tuve inicialmente una relación muy extraña. Mi amigo Mario Flórez era un gran cultor de Thomas Mann, estaba empeñado en que yo lo leyera, pero yo estaba concentrado en otras lecturas. Entonces él asumió una estrategia y es que cada año por Navidad, me regalaba la *Montaña Mágica*. Eso ocurrió así durante unos tres o cuatro años. Al quinto año fui a su casa y le dije: vengo por la *Montaña Mágica* de este año.

L.C.: ¿William tuvo biblioteca hecha con ladrillos y tablitas? ¿Cómo fue esa biblioteca?

W.O.: bueno, sobre todo, a partir del momento en que llegué a Cali, que fue cuando empecé a conseguir libros míos. Recuerdo la edición de *José y sus hermanos* que eran dos tomos de Julieta la Fe, muy bella. No la volvieron a sacar. Fue una edición que recuerdo mucho, de *Los Tres Mosqueteros*, libros de historia, libros de sociología, de marxismo, estructuralismo, algunas obras de Freud, las obras de Nietzsche, por supuesto. Para mí la lectura de *Zaratrusta* fue un relámpago.

Bueno esa biblioteca duró muy poco en las tablas y los ladrillos porque yo he sido siempre demasiado errante, demasiado nómada y, entonces, muy rápidamente volvían a las cajas. Mi biblioteca estuvo en cajas más que en estantes, buena parte de mi vida. Ahora la tengo en estantes y eso que no toda. Todavía tengo buena parte en el suelo. Pero ha ido creciendo y hasta me ha parecido un poco agobiante. No porque tenga muchos libros, sino muchos para los que yo pueda tener y resistir, porque yo soy de los que piensa que no hay que leer todos los libros. Yo prefiero unos cuantos libros bien leídos a muchos libros bien organizados.

L.C.: ¿Ese significado de leer qué es para ti, qué significancia tiene la lectura?

W.O.: para mí los libros son una gran compañía. Son una gran felicidad y son siempre un motivo de conflicto personal. Porque en una época, tal vez porque uno crece sujeto a ciertos parámetros religiosos, pensaba que uno tiene la obligación de leer los libros. Ahora he llegado a la conclusión de que uno no tiene la obligación de leer, uno tiene la obligación de intentarlo, pero los libros se tienen que ayudar a leer. Si el autor no colabora, yo rápidamente lo abandono.

Pero, gradualmente, fui descubriendo que no había acto que me gustara más. Luego, algunos amigos, tuvieron que convencerme de que yo era escritor.

Queda Prohibido
Pablo Neruda

Queda prohibido llorar sin aprender,
levantarse un día sin saber qué hacer,
tener miedo a tus recuerdos...

Queda prohibido no sonreír a los problemas,
no luchar por lo que quieres,
abandonar todo por miedo,
No convertir en realidad tus sueños...

Queda prohibido no intentar comprender a las personas,
pensar que sus vidas valen menos que la tuya,
no saber que cada uno tiene su camino y su dicha...

Queda prohibido no crear tu historia,
no tener un momento para la gente que te necesita,
no comprender lo que la vida te da,
también te lo quita...

Queda prohibido, no buscar tu felicidad,
no vivir tu vida con una actitud positiva,
no pensar en que podemos ser mejores,
no sentir que sin ti, este mundo no sería igual...

EFECTOS TOXICOLÓGICOS Y NEUROPSIQUIÁTRICOS PRODUCIDOS POR CONSUMO DE COCAÍNA[6]

1.
Profesor Asociado, Especialista en Salud Ocupacional y farmacodependencia, Facultad de Medicina, Universidad Nacional de Colombia Bogotá.

2.
Profesor Asociado, MD Psiquiatra, MSc Terapia Familiar, Facultad de Medicina, Universidad Nacional de Colombia Bogotá * Correspondencia: jatell@latinmail.com.

Resumen
Este artículo realiza una revisión sobre la historia, la cultura, los aspectos línico toxicológicos y los efectos en el comportamiento producidos por el uso agudo y crónico de la cocaína. La cocaína como sustancia psicoactiva sin importar su forma de consumo, una vez dentro del organismo sigue las mismas vías metabólicas, produciendo efecto sobre los diferentes órganos. La toxicidad de la cocaína es debida a su metabolito el benzoilecgonina un potente agonista adrenérgico directo. Los efectos sobre el sistema nervioso central producen la alteración de los sistemas dopaminergico, serotoninérgico y noradrenérgico. También se analiza la diferencia de los efectos por intoxicación aguda y crónica, para entender y explicar las diferentes fases del síndrome de abstinencia y las propuestas farmacológicas para su manejo. Se resumen algunos aspectos de los análisis post-mortem.

Palabras clave
Drogas de abuso, cocaína, toxicología, toxicidad aguda, toxicidad crónica.

Summary
We made a review about history, cultural background, clinical toxicological aspects and neuropsichiatrics effects of acute and chronic use of cocaine. Once cocaine is in the body its metabolic pathway is the same no matter the way cocaine get into the body. Cocaine toxicity is mediated by benzoilecgonine a potent adrenergic direct agonist; its

[6] Téllez Mosquera y Cote Menéndez. Revista Facultad de Medicina Universidad Nacional de Colombia Volumen 53 No. 1 Enero - Marzo 2005 tomado de: http://www.revmed.unal.edu.co/revistafm/v53n1/a2n1v53.html.

effects in the central nervous system are done by modification in neurotransmitters pathways in dopaminergic, serotoninergic and noradrenergic systems. We discused the differences between acute and chronic intoxication, its relationship with cocaine withdrawal syndrome and proposed pharmacogogical therapeutic for them. We review some post-mortem finding in differents organs.

Key Words
Abuse drugs, cocaine, toxicology, acute toxicity, chronic toxicity.

Introducción

La cocaína conocida como la benzoilmetilecgonina, es una sustancia alcaloide obtenida de las hojas del arbusto Erytroxylon coca. La planta es originaria de los países de la región andina de América. Su nombre proviene de una de las culturas más desarrolladas del Alto Perú, la aimará, en donde se le llamaba KkoKa, que significa arbusto (1). Las hojas de coca contienen varios componentes entre los que se encuentran taninos, aceites esenciales y múltiples alcaloides. Los alcaloides que contiene la hoja de coca, se dividen en dos grupos: derivados de la tropinona (cocaína, truxilina, tropacocaína y la cinamilcocaína) y derivados del pirrol (higrina y cuskigrina) (2). Hay varias especies de Erytroxylon que pueden contener trazas de cocaína, pero la mayor fuente es la del Erytroxylon coca con 0.5%-1% del alcaloide

Se estima que su cultivo y consumo en el nuevo mundo data de 3000 años a.C, y que 500 años a.C. ya se usaba masivamente por pobladores de Colombia y Perú. En toda la región andina desde el norte de Chile hasta la sierra nevada de Santa Marta, la coca jugó un papel importante en las culturas nativas y se involucró en ritos y tradiciones indígenas (3-5). Aunque los cultivos de coca fueron descritos por primera vez por el sacerdote español Tomás Ortiz en 1499 en las costas de América del Sur, en 1530 a la llegada de Francisco Pizarro a las costas del Perú, se encontró con un gran comercio de la hoja de coca, la cual era considerada sagrada por los incas y su uso estaba restringido a los nobles, los demás solo tenían acceso a ella en caso de guerra o de trabajos muy duros (6). Las culturas indígenas precolombinas masticaban las hojas de coca formando un bolo que mantenían en la boca al que le añadían cal y ceniza para obtener el alcaloide. A esta práctica se le conoce como mambeo, todavía practicado por la mayoría de nuestros indígenas y era utilizado para resistir el hambre y la fatiga (7).

Sesión 3.

EL AUDITORIO COMO CONSTRUCCIÓN DEL ORADOR

Objetivo
Reconocer la importancia que tiene en la argumentación la opinión de aquellos a quienes se quiere influir.

Actividad
A partir del siguiente texto analice la importancia que tiene la adaptación del orador y su auditorio.

Perelman y Olbrechts – Tyteca enfatizan que la persona que piensa obtener la adhesión de un público previamente debe hacer una construcción del auditorio al cual se dirige, en otras palabras analizar sus **características tanto psicológicas como sociológicas** para determinar su forma de pensar, sus creencias, valores, roles sociales, comportamientos, sexo, edad, escolaridad, entre otros. Además, es preciso **considerar las circunstancias en las que se profesará el discurso** para construir el auditorio lo más cercano posible a la realidad. Un error de este tipo puede causar en el auditorio un efecto contrario al deseado por el orador. La inquietud por el auditorio es evidente desde los antiguos tratados de retórica:

> "La preocupación por el auditorio transforma ciertos capítulos de los antiguos tratados de retórica en verdaderos estudios de psicología. En la retórica, Aristóteles, al hablar de auditorios clasificados según la edad media y la fortuna, inserta varias descripciones, sutiles y siempre válidas, de psicología diferencial. Cicerón demuestra que es preciso hablar de manera distinta a la especie humana "ignorante y vulgar, que prefiere lo útil y lo honesto", y a la otra, ilustrada y culta que pone la dignidad moral por encima de todo". A su vez, Quintiliano estudia las diferencias de carácter, importantes para el orador." Perelman y Olbrechts - Tyteca L (1989: 56)

Considerar sociológicamente al auditorio permitirá **establecer que los puntos de vista de un sujeto están estrechamente relacionados con el medio social en el que vive, las personas con las que se relaciona y las funciones sociales**. A partir de dicha perspectiva es posible reconocer que **cuando se pertenece a un medio social existen opiniones dominantes, premisas admitidas que forman parte de grupos sociales, sectores, etc**.

Hasta ahora hemos dicho que para influir en un auditorio no sólo es imprescindible conocer las características, creencias, roles sociales y valores sino también construirlo teniendo en cuenta la situación de comunicación y el entorno en el cual habita. Ignorar al auditorio o construir una imagen incorrecta puede llevar al fracaso de la argumentación. Es requisito que el orador conozca las premisas de aquellos a quienes desea que se adhieran a su tesis. Es imperioso que se adapte a su auditorio.

Por otro lado, cuando un orador **se enfrenta ante un auditorio diverso o heterogéneo requiere de su pericia para agruparlos o incluirlos en categorías** a fin de lograr la adhesión de la mayor parte del auditorio. Un buen orador, ante esta situación, debe desdoblarse o crear imágenes de diferentes auditorios para convencerlo. **Una forma de clasificarlos puede estar determinada por organizar grupos sociales: políticos, profesionales, religiosos o establecer los valores que profesan**. Si el orador quiere éxito en la argumentación debe tener en cuenta las circunstancias comunicativas porque éstas determinan la constitución del auditorio. **Es así que, es obligatorio conocer las razones por las cuales se profiere un discurso, el marco contextual en el que se encuentra el orador sea éste una alocución oral o una publicación en revista, periódico, entre otros, ya que cada uno tiene exigencias propias del medio en el que aparecen, las características de los sujetos a quienes se dirige para sí adecuar el lenguaje**. Siendo así las cosas, es independiente de la actividad discursiva, es inevitable en la preparación del discurso por parte del orador, adaptarse a su auditorio. El discurso se construye en función del público en quienes pretende ejercer influencia.

Perelman y Olbrechts – Tyteca son enfáticos en afirmar que un orador que no prepare su argumentación a partir de las características de la audiencia sino que sólo atiende sus pasiones generará en su auditorio sugestión y tendrá como resultado que su discurso sea considerado poco razonable. Al respecto dicen que "…*el hombre apasionado cuando argumenta, lo hace sin prestar la atención suficiente a su auditorio al que se dirige: llevado por el entusiasmo, imagina que el auditorio es sensible a los mismos argumentos que aquellos que lo han persuadido a él*" Perelman y Olbrechts - Tyteca L (1989: 61)

Por último, sobre esta sesión, los autores resaltan que cada auditorio tiene unas características particulares que en virtud de ellas construye el orador a su auditorio y que es imposible pensar que existan formas de argumentar que son apropiados a toda clase de circunstancias y a toda clase de auditorios.

Un ejemplo que puede ilustrar lo anterior es el de los discursos políticos en épocas de elecciones. Con miras a alcanzar votos se dirigen a la muchedumbre considerada "menos favorecida" para influir a partir de ofrecer soluciones a sus problemáticas. Así se volcán agresivamente sobre las necesidades más elementales de la gente desesperada, prometiendo trabajo, exoneración de impuestos, creación de empresas que generen empleo, alternativas de vivienda, subsidios económicos, creación de escuelas, ayudas para construir sus viviendas como ladrillos, cemento,

etc. Un sin número de proposiciones realizadas por los políticos de turno que generalmente cuando son elegidos pierden la memoria o se dan cuenta que son sólo parte del un juego que los hace también títeres del sistema.

Taller de Construcción No. 5

A partir del tema trabajado en esta sesión lee y analiza el discurso del presidente de los Estados Unidos Obama que está en el blog:

http://contactointelectual1.blogspot.com/

Para hacer el trabajo puedes auxiliarte de la siguiente tabla:

ORADOR	AUDITORIO
¿Cuáles son características del medio en el que aparece? ¿Cómo incide esto en la argumentación?	
¿Cuáles son las características psicológicas: formas de pensar, creencias, comportamientos, valores, sexo, edad, escolaridad?	¿Cuáles son las características psicológicas: formas de pensar, creencias, comportamientos, valores, sexo, edad, escolaridad?
¿Cuáles son las características sociológicas: puntos de vista que están estrechamente relacionados con el medio social en el que vive, las personas con las que se relaciona y los roles sociales?	¿Cuáles son las características sociológicas: puntos de vista que están estrechamente relacionados con el medio social en el que vive, las personas con las que se relaciona y los roles sociales?
¿Cuáles son las opiniones dominantes?	¿Cuáles son las opiniones dominantes?
¿En qué circunstancias se profesará el discurso?	¿En qué circunstancias se profesará el discurso?
¿A qué grupos sociales se dirige: políticos, profesionales, religiosos para conocer y establecer los valores que profesan?	

Sesión 4.

EL AUDITORIO UNIVERSAL Y EL AUDITORIO PARTICULAR

Objetivo
Ofrecer herramientas de análisis que permitan reconocer la distinción entre Auditorio Universal y Auditorio particular.

Actividad
Lea el siguiente texto, en el que se presenta la caracterización que hacen Perelman y Olbrechts – Tyteca para la configuración de los auditorios y elabora un esquema que permita explicar la distinción entre los dos auditorios.

De acuerdo con lo estudiado en las sesiones anteriores, podemos afirmar que **existen tantas clases de auditorios como discursos propuestos**, entendiendo el discurso no sólo como la intervención oral en un espacio determinado o como el texto escrito para un fin específico, puesto que en la sociedades actuales, las deliberaciones sobre diversas temáticas se hacen también a través de otros productos comunicativos, que incluyen la imagen y el sonido.

> "Quien argumenta no se dirige a lo que se considera facultades tales como la razón, las emociones, la voluntad; el orador se dirige al hombre completo, pero, según los casos, la argumentación buscará efectos diferentes y utilizará cada vez métodos apropiados, tanto para el objeto de un discurso, como para el tipo de auditorio sobre el cual quiere actuar" (Perelman, 1997. Pág. 33).

La noción de *auditorio* propuesta por Perelman, nos remite al grupo de personas - **seres dotados de razón -, sobre el cual el orador pretende influir con la eficacia necesaria para hacer que se adhiera a sus premisas**. De igual manera, plantea la necesidad de establecer una distinción entre quienes aceptan determinados tipos de argumentos de forma particular y quienes lo hacen de manera universal; en el primer caso, se refiere a un **selecto grupo de personas versadas en un tema específico: *un auditorio particular*** y en el segundo, a la existencia de un ***auditorio universal*, compuestos por seres dotados de razón a quienes se dirigen principalmente los filósofos, en su calidad de buscadores de lo absoluto, que basan sus argumentos en premisas universalizables, comprendidas y aceptadas por toda la humanidad**.

Desde la filosofía, Perelman plantea la existencia de un auditorio ideal – Universal - que compuesto por seres dotados de razón comprende y se adhiere de manera indiscutible a premisas verdaderas que atañen a la interpretación lógica del mundo, sin embargo, esta afirmación no excluye **la razón como capital intelectual de los miembros del auditorio particular, puesto que se requiere de la razón para el entendimiento y la comprensión de las premisas que versan sobre temas específicos**.

En esta distinción planteada por Perelman de dos tipos de auditorios, la adhesión también adquiere características que aportan a la distinción de los mismos; **el orador que se dirige al auditorio que Perelman define como Universal, busca convencer y el orador que se dirige a un auditorio Particular busca persuadir**. La distinción entre convencer y persuadir, basada en criterios puramente racionales, que a su vez nos permite caracterizar los dos tipos de auditorio, se vale de la caracterización de dichos auditorios para aclarase a sí misma, así pues, "*nosotros nos proponemos llamar persuasiva a la argumentación que sólo pretende servir para un auditorio particular, y nominar convincente a la que supone que obtiene la adhesión de todo ser de razón*" (Perelman y Olbrechts – Tyteca, 1989, p. 67).

Los límites entre el persuadir y el convencer, en algunos casos se tornan imperceptibles, para darles claridad, ubiquémonos dos disciplinas, la publicidad y el derecho:

Para el caso de la publicidad y su efecto persuasivo, el orador construye un *auditorio particular*, del cual espera no sólo la adhesión a sus premisas, sino el cambio de ciertas conductas de consumo de un producto determinado, una marca de productos de aseo para el hogar, por ejemplo.

En el Derecho, el abogado que busca convencer al jurado de la inocencia de su cliente, orienta su disertación apelando a la inteligencia de su auditorio y al carácter racional y lógico de las premisas que enuncia, **a las que supone que por regla general se adhiere todo ser de razón**. No trata de motivarlo a la acción, puesto que universalmente, en ningún caso, se parte de la base de que el jurado tenga por culpable al cliente, recuerde usted la frase: "todos son inocentes o culpables hasta que se compruebe lo contrario".

De igual manera, la distinción que se propone entre auditorio universal y particular, depende de la construcción que haga el orador a partir de lo que sabe de sus oyentes, este es el caso de la ciencia:

> "Ciertos auditorios especializados se asimilan voluntariamente al auditorio universal, como el auditorio científico que se dirige a sus iguales. El científico se dirige a ciertos hombres particularmente

competentes y que admiten los datos de un sistema bien determinado, constituido por la ciencia en la cual están especializados. No obstante, a este auditorio tan limitado, el científico lo considera por lo general, no un auditorio concreto, sino el verdadero auditorio universal: supone que todos los hombres, con la misma preparación, la misma capacidad, la misma formación, adoptarían las mismas conclusiones". Perelman y Olbrechts – Tyteca, 1989, p. 78).

Para una mayor comprensión de lo expuesto, hagamos un breve análisis de dos fragmentos de textos que por sus características configuran los dos tipos de auditorio de acuerdo con lo propuesto por los autores.

Fragmento No. 1 - Corresponde a la caracterización del auditorio particular

"Implantes en pacientes VIH-positivo. A propósito de tres casos"[7]

INTRODUCCIÓN

En los años ochenta, se desató una cierta alarma social ante los efectos de una enfermedad que era nueva y desconocida (1). Se diagnostica en España el primer caso de SIDA en el año 1981, más concretamente en la ciudad de Barcelona (2). Desde ese momento se produce un incremento significativo de notificaciones de esta enfermedad en todo el mundo, tanto del número de muertes, como el de nuevos pacientes infectados. No será hasta aproximadamente el año 1996, cuando con la introducción generalizada de los tratamientos antirretrovirales, se produzca por primera vez una disminución tanto del número de muertes como de nuevos casos.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), actualmente más de 60 millones de personas están infectadas por el Virus de la

[7] Ferrús-Torres E, Piñera-Penalva M, Berini-Aytés L, Gay-Escoda C. Periodon Implantol. 2008; 20, 3: 165-172. 166/AVANCES EN PERIODONCIA Volumen 20 - Nº 3 - Diciembre 2008 Tomado de http: //scielo.isciii.es/pdf/peri/v20n3/original3.pdf.

Inmunodeficiencia Humana (VIH), siendo la primera causa de muerte en África subsahariana y cuarta en todo el mundo. (2) Afortunadamente, la evolución de estos pacientes ha cambiado mucho desde el inicio de la pandemia. El aumento tanto de la calidad como de la esperanza de vida de estos pacientes, con la implantación de los nuevos protocolos terapéuticos ha convertido esta enfermedad en una patología crónica. Todo ello ha producido un incremento significativo de las demandas de tratamiento estético dental y funcional de estos pacientes, considerándose actualmente las prótesis implantosoportadas como una alternativa de tratamiento a las prótesis removibles que estaban condenados a soportar. Sin embargo, todavía no disponemos de una experiencia amplia fiable ni clínica ni experimental y existe poca literatura al respecto.

El objetivo de nuestro trabajo es mostrar nuestra experiencia en el tratamiento mediante una rehabilitación bucodentaria implantosoportada en pacientes VIH positivo y valorar los parámetros a tener en cuenta por parte del cirujano bucal, en el estudio preoperatorio.

De acuerdo con lo planteado por Perelman, encontramos en el texto rasgos que caracterizan al auditorio particular. El establecimiento del contacto intelectual entre el orador y su auditorio, que se mediatiza por el léxico y por los puntos de acuerdo, en los que se basa el inicio de la argumentación, construyen un auditorio particular, versado en un tema específico, que para el caso está concentrado en los trabajos de investigación que atienden problemáticas de la salud.

Las palabras utilizadas para la exposición de los argumentos, aunadas a las especificidades de los temas tratados, nos muestran que nuestros conocimientos básicos sobre el VIH (SIDA) como una pandemia que ataca sin distinción a cualquier ser humano, que se contagia, entre otras vías, por contacto sexual, no son suficientes para comprender la totalidad del texto, puesto que está dirigido a un auditorio particular caracterizado por su grado de conocimiento en el tratamiento de patologías propias de un área específica de las ciencias de la salud: la periodoncia.

Fragmento No. 2 Corresponde a la caracterización del auditorio universal

DISCURSO DE RIGOBERTA MENCHÚ TUM EN LA RECEPCIÓN DEL PREMIO NOBEL DE LA PAZ 1992[8]

… Me llena de emoción y orgullo la distinción que se me hace al otorgarme el Premio Nobel de la Paz 1992. Emoción personal y orgullo por mi Patria de cultura milenaria. Por los valores de la comunidad del pueblo al que pertenezco, por el amor a mi tierra, a la madre naturaleza. Quien entiende esta relación, respeta la vida y exalta la lucha que se hace por esos objetivos.

Considero este Premio, no como un galardón hacia mí en lo personal, sino como una de las conquistas más grandes de la lucha por la paz, por los derechos humanos y por los derechos de los pueblos indígenas, que a lo largo de estos 500 años han sido divididos y fragmentados y han sufrido el genocidio, la represión y la discriminación.

Permítanme expresarles todo lo que para mí significa este Premio.

En mi opinión, el Premio Nobel nos convoca a actuar en función de lo que representa y en función de su gran trascendencia mundial. Es, además de una inapreciable presea, un instrumento de lucha por la paz, por la justicia por los derechos de los que sufren las abismales desigualdades económicas, sociales, culturales y políticas, propias del orden mundial en que vivimos, y cuya transformación en un nuevo mundo basado en los valores de la persona humana, es la expectativa de la gran mayoría de seres que habitamos este planeta.

Este Premio Nobel significa un portaestandarte para proseguir con la denuncia de la violación de los Derechos Humanos, que se cometen contra los pueblos en Guatemala, en América y en el mundo, y para desempeñar un papel positivo en la tarea que más urge en mi país, que es el logro de la paz con justicia social.

El Premio Nobel es un emblema de la paz y del trabajo en la construcción de una verdadera democracia. Estimulará a los sectores civiles para que, en una sólida unidad nacional, aporten en el proceso de negociaciones en busca de la paz, reflejando el sentir generalizado -aunque algunas veces no expresado por el temor- de la sociedad guatemalteca; el de sentar las

[8] Tomado de http://encontrarte.aporrea.org/media/31/rigoberta.pdf.

bases políticas y jurídicas para darle impulso irreversible a la solución de las causas que dieron origen al conflicto armado interno.

Sin duda alguna, constituye una señal de esperanza para las luchas de los pueblos indígenas en todo el Continente.

También es un homenaje para los pueblos centroamericanos que aún buscan su estabilidad, la conformación de su futuro y el sendero de su desarrollo e integración sobre la base de la democracia civil y el respeto mutuo.

El significado que tiene este Premio Nobel lo demuestra los mensajes de felicitación que llegaron de todas partes, desde jefes de Estado -casi todos los Presidentes de América-, hasta las Organizaciones Indígenas y de Derechos Humanos, de todas partes del mundo. De hecho, ellos ven en este Premio Nobel no solamente un galardón y un reconocimiento a una persona, sino un punto de partida de arduas luchas por el logro de esas reivindicaciones que están todavía por cumplirse.

El fragmento inicial del discurso pronunciado por una de las más reconocidas lideres de la lucha por la democracia y el respeto a los derechos humanos, nos permite ejemplificar de una manera clara, la construcción del auditorio universal, como nos lo proponen los autores trabajados en el presente modulo.

La pretensión de Rigoberta Menchú de cruzar las fronteras y lograr la adhesión de un auditorio universal, se ubica en el punto de partida de su disertación y en los puntos de acuerdo en los que basa su argumentación, dirigida en principio a los asistentes al recinto de la premiación y en segundo lugar, a todo el mundo a través de los medios de comunicación.

Pero lo universalizables de sus premisas, no están centradas exclusivamente en la posibilidad de masificación de su discurso a través de los medios, también tienen en cuenta los puntos de acuerdo con el auditorio que construye, parafraseando a Perelman: “seres dotados de razón y entendimiento”, que comprenden que el respeto a los derechos humanos es pilar fundamental en la construcción de la democracia, y a quienes se les atribuye el respeto a la vida como premisa fundamental que guía sus actos.

Como se ve, es definitivamente un auditorio ideal, que comprende las sentidas necesidades de los pueblos, de un mundo más pacífico y humano.

Finalmente, para *Perelman y Olbrechts – Tyteca,* existe otro terreno de la argumentación que concierne al universo íntimo del orador, la deliberación íntima, en la mayoría de los casos, incumbe a la adhesión a las premisas que se configuran

para el auditorio universal, por ser el deliberante un ser dotado de razón y entendimiento, no obstante, esa no es la única condición que se cumple en la deliberación intima. “En numerosas ocasiones, una discusión con los demás sólo es el medio que utilizamos para ilustrarnos mejor. El acuerdo con uno mismo no es más que un caso particular del acuerdo con los demás” (Perelman y Olbrechts – Tyteca, 1989, p. 87), corresponde entonces, también al auditorio particular, según sea el caso.

Taller de Análisis No. 6

Seleccione por lo menos tres publicaciones impresas y establezca para cada una de ellas las características preliminares que construyen el auditorio al cual van dirigidos los artículos que ahí se publican.

Sesión 5.

EL ORADOR Y SU AUDITORIO, EN LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS

- **Objetivo**
  Recapitular lo aprendido durante las sesiones de trabajo y analizar la pertinencia y aplicación de los elementos de la teoría de la argumentación en los productos comunicativos que realizan los comunicadores sociales y los publicistas.

- **Actividad**
  En equipos de cuatro personas realiza las siguientes lecturas: "La argumentación, el orador y su auditorio", en PERELMAN, Chaim, El imperio retórico. Retórica y argumentación. Norma: Bogota, 1997. Pág.28 a 42 y la "Lección 2 Sobre los auditorios", en GÓMEZ, Adolfo León. Argumentos y Falacias. Facultad de Humanidades. Univalle. Cali 1993. Pág. 46 a 66. A partir de cada una de los textos mencionados, elaborar esquemas que recojan la teoría expuesta y que sirvan como apoyo a la discusión sobre los contenidos trabajados en este módulo.

Foro No. 2

Hemos terminado el módulo sobre el orador y su auditorio. Teniendo en cuenta el desarrollo de los talleres y las dificultades que tuviste al realizarlos, participa en el **foro** que abre con la pregunta: **"¿cómo se aplica en la publicidad y en la comunicación social el concepto de auditorio? ¿Qué importancia tiene el concepto y diferenciación de los auditorios en la construcción de una pieza publicitaria? ¿Qué entendemos por adaptación del orador a su auditorio en la publicidad y en la comunicación social?.**

Actividad final de la primera parte

Después de haber analizado la primera parte del *tratado de la argumentación* intenta responder las preguntas que te planteaste al inicio del módulo y explica qué te permitió hacerlo.

EVALUACIÓN FORMATIVA

Con este cuestionario se busca realizar una evaluación global del contenido programático del módulo, la metodología, los materiales y la asesoría. Respóndelo y envíelo a su profesor

Respecto al módulo

1.
¿En tu opinión, este módulo ha contribuido a su proceso de formación como estudiante de la comunicación?

2.
¿Los objetivos que se plantearon al inicio se cumplieron?

3.
¿Cuál es el aporte que ha hecho este módulo a tu formación?

Respecto al profesor

1.
¿Crees que te permitió avanzar en la construcción del conocimiento? ¿Por qué?

2.
¿Qué sugerencias harías para mejorar?

Respecto a tu desempeño

1.
¿Cuál ha sido tu responsabilidad frente al trabajo propuesto?

2.
¿Has tenido en cuenta los aportes de tus compañeros y del profesor?

3.
¿Has realizado las actividades propuestas y participado en los foros?

Escribe un texto en donde comentes las fortalezas y las debilidades del curso.

Bibliografía

PERELMAN Y OLBRECHTS - TYTECA L. Tratado de la Argumentación y la nueva retórica. Gredos: Madrid, 1989.

PERELMAN, Chaim. El imperio retórico. Retórica y argumentación. Ed. Norma: Bogotá, 1997.

GÓMEZ, Adolfo León. Argumentos y Falacias. Facultad de Humanidades. Univalle. Cali, 1993.

TRUJILLO A. Julián Fernando. Retórica, argumentación y comunicación. Revista El Hombre y la Máquina. No. 19. Año XV. Cali. 2003

TRUJILLO A. Julián Fernando. Lógica Argumental, un acercamiento a la teoría de la argumentación aplicada. Impreso por Fundación Filosófica y ciudad, Santiago de Cali, febrero, 2001