

FILOSOFIA E PERSUASIONE.
CRITICA DELLA CONCEZIONE
NON PRAGMATICA
DELL'ARGOMENTAZIONE FILOSOFICA

DAVIDE FRICANO*

1. PERCHÉ LA FILOSOFIA NON SI SAREBBE OCCUPATA DI PERSUASIONE

SCORRENDO la letteratura filosofica più qualificata non v'è riscontro di testi che avrebbero avuto come oggetto diretto d'indagine la persuasione. Non ci sono testi "classici", né di storiografia filosofica, che riportino infatti nel loro titolo tale termine; il che suggerisce l'idea che il concetto corrispondente non sarebbe stato considerato tema suscettibile di trattazione specificamente filosofica. Si registra, è vero, una diffusa serie di studi sull'"argomentazione"¹ e di trattazioni riguardanti la retorica, ma l'assunto che sta alla base di tale letteratura è che oggetto di riflessione filosofica deve essere la tecnica dell'argomentazione; una tecnica che non comprende la trattazione del fenomeno della "persuasione". In tal senso la stessa retorica viene considerata degna di attenzione filosofica soltanto se concepita come arte di un argomentare che non coinvolge direttamente la persuasione, né autorizza analisi peculiari di questo stato psico-cognitivo.

Questo significa in poche parole che: a) i testi classici concernenti la retorica (pensiamo alle opere di Isocrate, Platone ed Aristotele tanto per citare i filosofi più importanti) non si sarebbero occupati, *eo ipso*, di "persuasione"; b) che la retorica può essere filosoficamente trattata soltanto *previa esclusione* (ed in virtù di tale esclusione) di qualsiasi nesso che la colleghi con la persuasione stessa. Da qui nascono le concezioni della retorica semantica di Richards e Valesio (retorica intesa, cioè, come disciplina che si occupa specificamente di garantire il corretto recepimento del significato dei termini e delle proposizioni impiegate dagli interlocutori), della retorica ermeneutica di Grassi (che si occuperebbe di attivare sollecitazioni emotive prive di supporti probativi razionali), della retorica poetica del Gruppo μ di Liegi (votata allo studio del-

* Dipartimento Filosofia, Storia e Critica dei Saperi dell'Università degli Studi di Palermo. E-mail: davidecarlo.fricano@istruzione.it

¹ A cominciare dai testi-chiave di PERELMAN e OLBRECHT-TYTECA, *Trattato sull'argomentazione*, e TOULMIN, *Usi dell'argomentazione*.

le figure poetiche riproducibili in un discorso). In sostanza ciò che accomuna tutte queste concezioni della retorica è l'idea che essa debba occuparsi di linguaggio e comunicazione in genere ed essendo la persuasione solamente una delle tantissime funzioni del linguaggio (peraltro non presente in tutte le fasi o parti dell'atto retorico) non è detto che la retorica sia legata indissolubilmente a tale funzione, né – dunque – che se ne debba occupare in modo prevalente.²

La persuasione si rivelerebbe, pertanto, campo fertile d'indagini riservate alla psicologia (soprattutto quella sociale), la cui letteratura effettivamente risulta inflazionata di testi dedicati a tale tema.

Resta da vedere quali sarebbero le ragioni a monte di tale presunta esclusione della persuasione dall'area degli studi filosofici.

1. 1. *I vizi della persuasione*

Esiste un'idea negativa che ha accompagnato il profilo complessivo di tale concetto. Tale idea si è andata affermando nel corso di una piccola storia culturale del termine ed ha avuto origine in una duplice sede: filosofica e letteraria. L'immagine che deriva da quest'idea negativa di persuasione raffigura quest'ultima come uno stato psicologico e cognitivo che si traduce nel cambiamento – indotto in qualcuno – di opinioni, credenze e conoscenze. Tale cambiamento corrisponderebbe ad una sorta d'inganno, catalogabile come una “truffa logica” riconducibile essenzialmente all'occultamento da parte del retore delle reali intenzioni che ne animano l'operare comunicativo. La cripticità di tali intenzioni finisce per impedire al destinatario (cioè il “persuasivo”) di essere di fatto *libero* di accettare le tesi proposte, rivelandosi così vittima di una *costrizione* imposta dai trucchi logico-comunicativi attuati dal persuasore. Tre sarebbero, allora, i vizi sostanziali della persuasione: 1) si tratterebbe di un processo comunicativo *ingannevole*, 2) ciò contribuirebbe a determinare anche la sua natura di comunicazione *coattiva*, 3) che presupporrebbe, ai fini della propria realizzazione, la necessaria *passività* del destinatario.

Vi sarebbero diffusi riscontri testuali a supporto di tale prospettiva. A partire dagli insegnamenti filosofici aristotelici e ciceroniani³ per i quali la persuasività del retore transita dalla sua abilità di occultare le cose *ne ars appareat* (posto che uno dei segreti della retorica autenticamente efficace è quello per cui *ars est artem celare*), da quelli platonici presenti nel *Gorgia* (e nella severità di

² Tale principio ha influenzato anche alcune prospettive in linguistica. Sorprende, infatti, notare che uno dei dizionari più diffusi e autorevoli della lingua italiana non reca nella definizione del lemma “retorica” alcun riferimento al concetto di “persuasione” (cfr. G. DEVOTO - G.C. OLI, *Vocabolario illustrato della lingua italiana*, Le Monnier, Milano 1967).

³ Rispettivamente in ARISTOTELE, *Retorica* (III, 2, 1404b 18 e 35-36) e in CICERONE, *De Oratore* (II, 153).

giudizio in esso riservata all'arte del persuadere),⁴ fino ad arrivare all'ambito letterario e mitologico: si pensi ad alcuni protagonisti delle liriche di Pindaro, tanto per cominciare; la ninfa Pizia, infatti, ascolta il centauro Chilone dire ad Apollo che sono segrete le chiavi della persuasione saggia, cioè depositaria dei misteri della seduzione e frequenti risultano in mitologia gli accostamenti alla Dea Afrodite ed alle potenzialità che ne derivano, come attestato ad esempio dall'*Encomio di Elena* redatto da Gorgia. Nelle *Coefore* essa è associata all'eloquio ingannevole,⁵ nell'*Inno alle Muse* della *Teogonia* di Esiodo il potere persuasivo è collegato al dono dell'eloquenza vista come capacità di produrre piacevoli e dolci parole con cui l'aedo e il re portano gli ascoltatori a pensare ciò che essi vogliono che pensino.⁶ Questa idea di mendace ed oscura manipolazione è ulteriormente avvalorata dal fatto che il termine "persuasione" in letteratura è accompagnato spesso da qualificazioni verbali quali "filtro", "farmaco", droghe cioè in grado di adulterare lo stato naturale di qualcosa, in questo caso di un processo mentale e comunicativo. Altrove essa è associata ad *Anagkaie* (alla prevaricazione), come fa Erodoto nelle *Storie*,⁷ foriera di grandi rovine così come illustrato anche nell'*Agamennone*,⁸ il che ci riporta alla sua associazione semantica con l'atto di forzare, costringere: *peitho* e *peithomai* stanno infatti per "faccio obbedire", "vinco", "obbedisco", "sono vinto". Sulla base di questi rilievi critici si è andata consolidando una lettura della comunicazione filosofica articolata sulla discriminazione rispetto all'uso persuasivo della "parola". In definitiva la parola filosofica, quella che determina conoscenza, in quanto strettamente aderente all'Essere, alla realtà, sarebbe espressione di un confronto attuato non tanto tra individui, quanto tra ciascun individuo ed una verità oggettivamente data. Paradigmatico, rispetto a tale prospettiva, il frammento eracliteo in cui è scritto: «ascoltando non me, ma il *logos*, è saggio convenire che tutto è uno».⁹ Gli aforismi eraclitei, in realtà, rappresenterebbero il caso-limite rispetto alle tipologie comunicative attivabili in campo filosofico per dare corpo verbale alla conoscenza.¹⁰ La formazione di un'opinione

⁴ Cfr. PLATONE, *Gorgia* 449d – 460a.

⁵ Si leggano in particolare la battuta conclusiva di Oreste nell'antistrofe XI della Lamentazione Funebre, nonché il Secondo ed il Terzo Episodio.

⁶ Soprattutto nei seguenti versi: 35-41, 49-50, 64-68, 78-86, 91.

⁷ ERODOTO, *Storie*, Libro VIII, 111. Persuasione è la dea che Temistocle riferisce accompagnare gli ateniesi ed accompagnarsi a sua volta a Necessità, una necessità che costringe e forza gli alleati ad elargizioni di denaro, peraltro non accordate.

⁸ Cfr. soprattutto l'antistrofe I del primo stasimo. La pratica di una persuasione contraria alla Giustizia viene ricondotta direttamente ad Ate (rovina generatrice, a sua volta, di *Hýbris* ossia violenza). ⁹ ERACLITO, *Frammento* edito in DIELS-KRANZ 22 B 49 a.

¹⁰ Riporto qui una delle osservazioni mosse a margine dell'esposizione sintetica del contenuto di questo articolo effettuata in occasione del seminario "Filosofia e Persuasione" organizzato dalla sezione palermitana "Santino Caramella" della Società Filosofica Italiana il 20 gennaio 2010.

esatta, ancor più veritiera, infatti dovrebbe generarsi dall'ascolto di discorsi correttamente argomentati e documentati, facenti appello ad una matura coscienza critica. In filosofia, val la pena ricordare, la comunicazione è argomentazione prima ancora che sentenza (o verso poetico). In ogni caso, a questo stile discorsivo, che vede nell'argomentazione l'incarnato linguistico dei crismi dell'oggettività e del rigore cognitivo, farebbe da contraltare la parola persuasiva, fattrice di una verità intesa come pura efficacia, cioè calibrata unicamente sugli effetti reali che determina, ossia sul mondo verbale che riesce a creare non sempre (per non dire quasi mai) corrispondente allo stato di cose reale. Il modello di tale tipo di comunicazione sarebbero i sofisti, con il loro operare linguistico rivolto alla mozione degli affetti attraverso l'incanto e la fascinazione verbale, stigmatizzati da Aristotele in un testo¹¹ nato proprio per denunciare i loro stratagemmi comunicativi che ne rendono l'atto linguistico opaco e, soprattutto, espulsi dalla città ideale vagheggiata da Platone, condannati ad un esilio che *mutatis mutandis* corrisponde all'estraneità della persuasione rispetto alla filosofia. La persuasione, del resto, secondo tale prospettiva equivarrebbe ad un semplice stato psicologico soggettivo che può verificarsi o meno¹² dopo un'argomentazione, sia a seguito di quest'ultima sia del tutto indipendentemente da essa. Se l'argomentazione è la parte autenticamente filosofica della retorica, la persuasione – che non è a quella regolarmente connessa – si identifica con l'area extrafilosofica dell'arte retorica, fino a sconfinare al di fuori degli orizzonti epistemologici della retorica stessa.

1. 2. *La Retorica come tecnica dell'argomentazione*

Questo luogo comune ha allora alimentato le interpretazioni critiche, storiche del primo trattato tecnico sulla retorica scritto da un filosofo. Stiamo parlando della *Retorica* di Aristotele. Perelman nobilita per esempio la retorica aristotelica al prezzo di snaturarla rendendola una sorta di dialettica, cioè lo studio dei meccanismi logici dell'argomentazione. Il paradigma critico che si fa strada, quindi, è questo: la retorica aristotelica coincide con lo studio delle *cause*, dei mezzi che possono produrre persuasione (consigliare,¹³ accusare, difendere,¹⁴ elogiare, biasimare), ossia: essa non è l'arte del persuadere,

¹¹ Cfr. ARISTOTELE, *Confutazioni sofistiche*.

¹² Possiamo considerare questo un quarto vizio tradizionalmente attribuito alla persuasione: l'aleatorietà. Vizio peraltro connesso ad un quinto difetto: il fatto di essere considerata corrispondente ad uno stato psicopseudocognitivo alogico, radicalmente soggettivo e, addirittura, alinguistico.

¹³ Il cui fine, lungi dall'essere la persuasione, sarebbe - ad avviso di Aristotele - l'"utile" (ARISTOTELE, *Rhet.*, 1358 b 21-23).

¹⁴ Compito del retore che opera in ambito giudiziario è dimostrare che il fatto sia avvenuto o meno (IDEM, *Rhet.*, 1354 a 27-29). Aristotele non fa accenno alcuno, qui, alla persuasione.

ma del “persuasivo”, di ciò che “può essere” tale.¹⁵ S’impongono, in proposito, due brevi considerazioni: la prima è che proprio su questo punto si gioca la differenza con la concezione gorgiana della retorica (almeno del Gorgia protagonista dell’omonimo dialogo platonico) intesa come produttrice effettiva di persuasione, cioè arte che garantisce il successo nel conseguimento dell’effetto-persuasione attraverso il ricorso all’onnipotenza della parola che ne ripropone la versione di strumento cogente, di vera e propria forzatura della volontà di cui abbiamo sopra parlato; la seconda è che l’idea di retorica espressa da quel paradigma è in linea con l’attribuzione ad essa della natura funzionale di “tecnica”. Nel vocabolario concettuale della filosofia aristotelica, infatti, la tecnica è strettamente connessa al concetto di “causa”: in *Metaf.*, 981 a 24 – b 2, è scritto chiaramente che coloro che possiedono la tecnica sono più sapienti di coloro che possiedono semplicemente l’esperienza, in quanto i primi conoscono le cause delle cose e i secondi no; in *Rhet.*, 1354 a 9 lo Stagirita scrive che è compito della tecnica individuare le cause per cui raggiungono il loro scopo coloro che agiscono con metodo o spontaneamente.¹⁶ Ora, se in termini aristotelici possiamo ritenere accettabile la classificazione della “tecnica” come capacità, potenza (e dunque possibilità, non già certezza) di produrre un comportamento attivato sulla base di regole, e nello stesso tempo lo studio, l’insieme di conoscenze utili a dar luogo metodicamente a quel tipo di comportamento, si può ragionevolmente concludere che la retorica, in quanto espressamente qualificata come “tecnica” da Aristotele, sia la disciplina volta unicamente ad elaborare le regole da seguire per confezionare una “buona” argomentazione, ossia un’argomentazione rigorosa, valida, corretta ed efficace, cioè un’argomentazione che causi, sia causa di persuasione. Ma il conseguimento e lo studio di quest’ultima non rientrerebbero nel novero delle competenze del retore la cui sapienza tecnica è sapere di “cause” e non di “effetti”. Così, dunque, è stato spesso letto e interpretato il significato della *Retorica* aristotelica: essa sarebbe un trattato di teoria dell’argomentazione, non della persuasione.

2. PERCHÉ LA FILOSOFIA SI È OCCUPATA DI PERSUASIONE

Eppure, già a livello puramente “empirico”, intuitivo, considerare la persuasione come una sorta di residuo appendicolare, del tutto accidentale rispetto all’articolazione della procedura argomentativa, restituisce una configurazione dell’atto retorico che desta alcune perplessità. Veramente dai testi aristotelici traspare questo tipo di rapporto tra retorica, argomentazione e persua-

¹⁵ *Endechómenon pithanón*, ARISTOTELE, *Rhet.*, 1355 b 10-11 e 1355 b 27-29, 33-35.

¹⁶ Per le definizioni aristoteliche di “causa” come principio di generazione, movimento, come scopo, materia e forma delle cose, si veda ARISTOTELE, *Metafisica*, 983 a 30 – b 23-31, nonché 1013 a 24-33.

sione? Davvero la lettura della *Retorica* autorizzerebbe una riduzione dell'atto retorico al puro asse argomentativo con relativa esclusione della persuasione? A giudizio di Aristotele si può elaborare un'argomentazione senza curarsi del conseguimento della persuasione?

Domandarsi se la persuasione non influisca in alcun modo, non giochi cioè nessun ruolo in riferimento al correlativo atto argomentativo posto in essere per conseguirla, chiedersi se si possa autenticamente argomentare scegliendo propedeuticamente di prescindere dal persuadere comporta che si rileggano con attenzione gli scritti filosofici tradizionalmente offerti come espressione di una risposta positiva a tali interrogativi per scoprire se, invece, non sia legittima anche una lettura di verso opposto.

In tal senso lo scopo di questo articolo non è *puramente* quello di offrire uno spunto di riflessione volto a proporre, ed auspicare, una lettura della persuasione in termini filosofici, una specie di innovativa teoria filosofica della persuasione; piuttosto è quello ben più pressante di promuovere un'interpretazione alternativa rispetto a quella "classica", *in primis* rintracciando le ragioni testuali, le radici storico-filosofiche che possano legittimarla e poi evidenziando – denunciandole – le incongruenze della letteratura secondaria che l'ha trascurata. Ciò implica innanzitutto l'esigenza di attuare un esame filologico, un'esegesi critica proprio del testo da noi assunto come modello-base, vale a dire quello aristotelico, affinché si mostri come tale trattazione filosofica della persuasione *sia già stata condotta* da Aristotele, la cui tecnica retorica non si può restringere alla teorizzazione del valore retorico dell'argomentazione, ma – semmai – lo è in quanto *anche* teoria complessiva della persuasione (all'argomentazione indissolubilmente associata attraverso un tipo di rapporto che, nel quadro concettuale della filosofia aristotelica, assume valenza strutturale).

Vediamo sinteticamente quali sono le linee di questo percorso critico.

2. 1. *La persuasione è un atto linguistico*

Parlare di un'attività retorica significa, innanzitutto, discutere di un'attività linguistica¹⁷ e quindi, stando a quello che Aristotele scrive nella *Politica*, specificamente umana. Ogni ente ha infatti un agire, un'attività che lo qualifica per quello che è, un'attività la cui compiuta realizzazione costituisce il fine naturale di quell'ente, lo scopo per cui quell'ente sussiste ed è costituito in

¹⁷ «La retorica è l'arte della parola e del discorso mirante alla persuasione. Lo specifico fine della retorica è dunque la tecnica di produzione della persuasione e consiste in un'enucleazione e messa in atto di quegli elementi che nel linguaggio umano producono persuasione. Bisogna distinguere la pratica della retorica dalla riflessione filosofica sulla medesima» (G. REALE, *Storia della filosofia antica*, Vita e Pensiero, Milano 1993, p. 92).

una certa maniera (come l'ascia ha il fendere per sua attività naturale¹⁸ e l'occhio il vedere). Ora, mentre vegetare e sentire sono attività che l'uomo condivide con altre specie animali, la natura ha fatto sì che quella umana fosse l'unica specie ad essere dotata di *logos*, di quell'inestricabile legame logico (e, per certi versi, ontologico) tra pensiero, realtà e linguaggio;¹⁹ la specificità dell'anima umana è quindi agire in relazione al *logos*, e comunque non senza esso.²⁰ Cos'è questo *logos*? Esso si presenta come attività biocognitiva essenziale, principio di riorganizzazione di tutte le altre importanti attività biocognitive umane: percezione, desiderio, immaginazione, memoria, tutte possibili e decodificabili grazie alla capacità linguistica naturale posseduta dalla specie umana. Prova ne sia il fatto che il successo nell'articolazione effettiva di tale attività corrisponde all'*eudaimonia*, la felicità, cioè il «ben vivere e ben fare».²¹ Soltanto l'uomo può infatti godere della felicità, essendone esclusi tutti gli altri animali,²² in quanto privi, appunto, di *logos*. Il complesso, l'insieme delle attività di specie dell'uomo dà luogo ad una vita intesa come quel particolare agire dell'animale linguistico, cioè di quell'animale che «ha *logos*, sia nel senso che si lascia *persuadere* col *logos*, sia nel senso che possiede il *logos* e ragiona».²³ Il riferimento al persuadere (*epipeithès*) contenuto nel brano è significativo: esso costituisce una delle azioni cognitive eseguibili soltanto in virtù del linguaggio, alla pari con altre analoghe attività gnoseologiche (quali il confutare, l'argomentare, il dimostrare), tanto è vero che Aristotele nega agli animali non umani la capacità di persuadere e di persuadersi; la persuasione segue l'opinione – chi ha opinioni deve essere persuaso di ciò che opina – e si accompagna al *logos*.²⁴ Tanto pervasiva è la persuasione nell'animo umano che anche la parte alinguistica dell'anima umana (quella appetitiva e desiderativa) si lascia in qualche modo persuadere (*peitharchikòn* e *peithai*) da quella caratterizzata dal *logos*:²⁵ i desideri sorti attraverso il linguaggio sono promossi per opera della persuasione (*peisthênai*), infatti desideriamo le cose perché ce ne hanno parlato persuadendocene (*peisthénetes*).²⁶ Orbene, considerato lo spazio qualitativamente e quantitativamente rilevante che Aristotele assegna alla persuasione, qui chiaramente indicata come attività linguistica (la cui presunta alinguisticità diventa dunque caratteristica ad essa del tutto estranea), appare sicuramente incongruente e desta consistenti perplessità il paradigma critico che tende ad espellerla dalla riflessione filosofica e da quella aristotelica in particolare, soprattutto con riferimento al suo luogo tematico naturale: la retorica.

¹⁸ ARISTOTELE, *De Anima* 412 b 11-15.

²⁰ IDEM, *Etica Nic.*, 1098 a 7-8.

²² *Ibidem*, 1099 b 32 - 1100 a 1.

²⁴ ARISTOTELE, *De anima*, 428 a 20-24.

²⁶ IDEM, *Rhet.*, 1370 a 24-27.

¹⁹ IDEM, *Pol.*, 1253 a 9-10.

²¹ *Ibidem*, 1095 a 19.

²³ *Ibidem*, 1098 a 3-14, il corsivo è nostro.

²⁵ IDEM, *Etica Nic.*, 1102 b 30-34.

Il passo successivo che s'impone sarà allora una rivisitazione critico-filologica dei termini chiave con cui Aristotele nei suoi testi, la *Retorica* innanzitutto, designa il concetto della persuasione, osservandone poi le ricadute lessicali e semantiche sui corrispondenti termini concettuali della lingua italiana.

2. 2. *Persuasione: un approccio semantico*

Già scorrendo rapidamente i brani sopra riportati, ci si può accorgere del fatto che Aristotele si riferisce alla persuasione ricorrendo prevalentemente a due termini ed ai verbi derivati: *pístis* e *peithó*. Questa doppia terminologia ha indotto ad operare una distinzione semantica, attribuendo a ciascun termine valenze differenti. Una prima differenziazione riguarderebbe la qualità della persuasione riferibile a ciascuna delle due parole. Ovvero: tutti e due i termini possono essere tradotti con "persuasione", ma le tipologie di persuasione che identificherebbero sarebbero eterogenee. *Pístis* connoterebbe una specie di persuasione caratterizzata da razionalità e ragionevolezza, lo stato di convincimento che deriverebbe dall'approvazione di un ragionamento lineare, trasparente ed oggettivo; *peithó*, all'opposto, designerebbe una forma di persuasione caratterizzata da quei vizi logico-argomentativi su cui ci siamo dilungati precedentemente: uno stato psicologico soggettivo, alogico (quando non illogico) e strutturalmente emotivo, del tutto aleatorio, caratterizzato da opinabilità, esito di una truffa comunicativa. Questa esigenza di discriminare semanticamente accezioni differenti a proposito della persuasione è diffusa in letteratura: nella *Critica della Ragion pura*²⁷ troviamo la distinzione tra *Überredung* ed *Überzeugung* (che possiamo accostare, rispettivamente, al tipo di persuasione sopra associata alla *pístis* e a *peithó*), Eco²⁸ propone la distinzione tra *suasione* (risultato di processo persuasivo poco trasparente, privo dell'opportuna consapevolezza di chi ne è destinatario e oggetto-soggetto, peraltro non ricollegabile ad argomentazione alcuna) e *persuasione* (frutto di un discorso persuasivo aperto e razionale, un'autentica argomentazione). Ebbene, in ordine a questa prima differenziazione si possono muovere almeno un paio di brevi osservazioni; la prima consiste in una semplice constatazione: rappresenta già un progresso ricavare all'interno dell'area semantica concernente la persuasione una gamma di significati che tendano a fornirne anche una versione "nobile", filosoficamente più accettabile, rispetto all'idea tratteggiata nel paragrafo precedente di escluderla *tout court*, integralmente, dall'ambito dei temi di pertinenza della filosofia. La seconda riguarda la sostenibilità filologica di tale differenziazione nella letteratura filosofica greca ed in quella aristotelica. Non v'è infatti traccia alcuna di

²⁷ Nella "Dottrina trascendentale del metodo", cap. II "Il canone della ragion pura", sez. III "Dell'opinione, della scienza e della fede".

²⁸ Si veda U. ECO, *Il messaggio persuasivo*, in G. FENOCCHIO (a cura di), *Le ragioni della retorica*, Mucchi, Modena 1986, pp. 11-27.

tale decisa contrapposizione tra tipologie di persuasione eterogenee ascrivibili ai due termini greci, anzi in un frammento dell'*Inno alla natura* di Parmenide è espressamente scritto che la Persuasione (qui *Peithó*) tien dietro alla Verità (DK 28 B 2, v.4);²⁹ i brani aristotelici sopra riportati mostrano inoltre come non emergano apprezzabili variazioni nelle accezioni d'uso dei due termini. Una seconda differenziazione si presenta più radicale. Al termine *pístis* viene assegnato il significato di "argomentazione", mentre *peithó* significherebbe "persuasione". Il primo accostamento semantico sembrerebbe essere confermato dalla possibile traduzione di alcuni passi della *Retorica*; quando³⁰ Aristotele si riferisce all'entimema definendolo *sôma tês písteos, alias* "corpo dell'argomentazione", ne sta descrivendo la funzione strutturale, cioè quella di dare corpo, forma, al ragionamento argomentativo – dato che l'entimema corrisponde al sillogismo retorico. Inoltre Aristotele, si riferisce alle tre principali prove retori-

²⁹ La qualificazione parmenidea della persuasione come viatico alla verità consente anche di trovare un autorevole modello filosofico a sostegno della plausibilità di procedere ad una lettura che ne evidenzi la natura filosofica; modello di pari spessore rispetto a quello eracliteo, soprattutto se pensiamo che ad accostare la persuasione alla corretta conoscenza sia stato il padre della metafisica occidentale che sull'oggettività e l'universalità della verità non aveva certo posizioni più moderate di quelle eraclitee. E, in ogni caso, a proposito di queste ultime merita una precisazione l'interpretazione del suo frammento sopra citato a supporto dell'idea di un Eraclito "semplice" latore, veicolo fonetico (o grafico) di un *Logos* oggettivo, legge autonoma di funzionamento della realtà. In realtà era, paradossalmente, un *escamotage* retorico molto diffuso quello di non riferire a se stessi, ma a fonte ben più autorevole (soprattutto se ammantata di aura divina), la paternità del messaggio filosofico pronunciato, al fine di ottenere maggiore credibilità presso l'uditorio in merito al contenuto dello stesso. Un esempio renderà ancora più chiaro l'uso invalso di questo ritrovato; quando Socrate si trovò a dover spiegare quale fosse l'origine della diceria che lo voleva più sapiente tra gli uomini egli, stando a quanto scritto da Platone, avrebbe affermato: «voi Ateniesi non protestate contro di me, anche se dovesse sembrarvi che io parli con presunzione: perché non sarà mio il discorso che vi faccio, piuttosto devo attribuirne la paternità a chi è degno della vostra fiducia» (PLATONE, *Apologia di Socrate*, 20 e 5-6, corsivo nostro). Socrate qui sostiene che i giudici debbono credere non a lui, ma a ciò che lui si limita a riferire (e che avrebbe proferito l'oracolo di Delfi), così come Eraclito rivendica debita credibilità alle teorie da lui esposte non perché sia lui a concepirle, ma perché corrispondenti al contenuto del *Logos*. Questa tecnica di attribuire ad autori (personali, impersonali, divini) più credibili il contenuto di una tesi pur di fondarne la verità si ritrova celebrata non a caso in uno dei padri della tragedia retorica, ossia di quella produzione drammaturgica che maggiormente ricorre a tecniche argomentative nell'imbastire il dialogo tra personaggi: Euripide (cfr. *Melanie la saggia*, fr. 484: «non mia è la parola»). In verità, se il richiamo a modelli di pensiero autorevoli per conferire diritto di cittadinanza filosofica ad un argomento si può rivelare opportuno, d'altro canto più discutibile sembrerebbe ricorrere ai maestri del pensiero per determinarne invece l'esclusione o la marginalizzazione. In ogni caso tali richiami, sia a conferma sia a disconferma, non possono essere considerati come decisivi in un senso o nell'altro, pena la riproposizione di uno dei principi più antifilosofici che si siano mai storicamente concretizzati sul piano gnoseologico e culturale: quello d'autorità.

³⁰ Cfr. ARISTOTELE, *Rhet.*, 1354 a 15.

che, cioè l'*êthos*, il *páthos* ed il *lógos* (la forza persuasiva del carattere del retore che deve emergere dalla comunicazione linguistica, apparendo saggio – benevolente – virtuoso; le emozioni che il retore deve sapere suscitare nell'uditorio; la valenza, capacità dimostrativa dell'argomento stesso di cui si sta discutendo), proprio ricorrendo al termine *pístis*, che sembra denotare dunque lo strumento, il viatico, il processo attraverso cui conseguire la persuasione, e non già quest'ultima. Ma, anche in questo caso, l'uso aristotelico e prearistotelico di *pístis* non autorizza tale radicale diversificazione. Già in Platone (si veda il mito della caverna nella *Repubblica*) questa parola designa proprio la "convinzione", la "credenza" – seppure negativamente connotata in quanto secondo, inadeguato gradino del lungo percorso ascendente della conoscenza. Aristotele, poi, impiega la derivata forma verbale proprio in sintonia con tale accezione: ricorre al verbo *pisteúomen*³¹ intendendolo come "crediamo a (qualcuno)", "siamo persuasi da (qualcuno)" e non come "argomentiamo".

C'è però un motivo per il quale è stato possibile produrre tale equivoco semantico in sede di traduzione. Equivoco che si può facilmente chiarire se si passano in rassegna tutti i sensi con cui lo Stagirita impiega il termine in questione nell'intera *Retorica*. Questa impresa di *screening* semantico viene effettuata molto accuratamente da Grimaldi, ad oggi autore di uno dei principali commentari al testo aristotelico,³² il quale evidenzia in questa rassegna come la gamma di significati riferibili al termine *pístis* è, sebbene ampia, riassumibile in tre concetti fondamentali, il cui peso e le cui numerose, ripetute occorrenze giustificano la posizione di assoluta priorità tematica occupata da questa parola all'interno del testo aristotelico. *Pístis*, di volta in volta, significa: a) persuasione prodotta da affermazioni razionali, ragionate e ragionevoli; b) entimema o, comunque, metodo tecnico per organizzare la materia argomentativa in forma di affermazione logica (procedura utile ai fini del conseguimento della persuasione); c) la fonte probativa materiale, cioè le aree da cui sviluppare argomentazioni persuasive (in altre parole le tre prove tecniche cui sopra s'accennava: carattere, emozione, discorso). Questo termine dunque include semanticamente due aspetti interconnessi del medesimo processo comunicativo e psicologico che solo per effetto di una forzatura analitica sono stati divisi: l'argomentare e il persuadere, l'argomentazione e la persuasione. Per essere ancora più chiari: la parola in questione identifica i due atti o stati psicologico-comunicativi di cui sopra, è dotata di una flessibilità semantica che le consente, all'occorrenza, di corrispondere all'uno o all'altro, di essere usata in un senso e, anche simultaneamente, nell'altro. Resta da vedere, brevemente, come sia possibile tale compresenza.

³¹ ARISTOTELE, *Rhet.*, 1366 a 10-11.

³² W.M.A. GRIMALDI, *Rhetoric 1, II. A Commentary*, Fordham University Press, New York 1988.

2. 3. *Relazione teleologica tra argomentare e persuadere*

Una risposta filologicamente opportuna a tale interrogativo la fornisce l'interpretazione di Garver. Questa interpretazione non solo spiega come sia possibile la compresenza di questi due significati, ma traduce tale compresenza in un legame ancora più radicale, ossia una vera e propria biunivocità di rapporto. Secondo lo studioso americano:

«The fundamental problem of the *Rhetoric* is as follows: in the *Physics* and elsewhere Aristotle offers a version of causality that sounds odd to modern ears, telling us that an actual cause and its actual effect are identical: a builder and a house are distinct substances, but the builder building a house is the house being built. Conviction, belief, (*pistis*) is an effect of language and other things, a potential effect contingently connected to a variety of possible causes. How much of that effect can be made into an actual effect identical to an actual cause of someone speaking persuasively?». ³³

Aggiungendo, più perspicuamente, in altro scritto:

«What makes prof the center of the art of rhetoric, and enthymemes the body of the proof [...] is that identity of cause and thing caused, the act of persuasion and its result – and identity emphasized in Greek by the way *pistis* can refer both to the prof that bring persuasion about and the state of persuasion itself [...] the identity of actual cause and actual effect of course obtains in *technai* as well as *praxis*. [...] Note the way *pistis* is used to refer both to the effect aimed at, (1355 a 6, 1367 b 30), and to the process of proof that brings persuasion about (1354 a 14, 1356 b 6-8, 1393 a 21-24)». ³⁴

Il fatto che la bivalenza semantica della parola *pístis* non configuri l'esistenza di due significati alternativi e incompatibili, bensì intrecciati, viene confermato da altri luoghi testuali aristotelici, a cominciare dal *De Anima* in cui Aristotele scrive che al persuadere s'accompagna l'essere persuasi. ³⁵

Causa ed effetto coincidono, quindi, e questa coincidenza non deve meravigliare più di tanto, perché anche nella lingua italiana si ripropongono casi in cui un solo termine identifichi il processo con cui si produce qualcosa e, simultaneamente, l'esito, il risultato di tale processo, ossia il prodotto. "Persuasione" sta per maturazione, ma anche per ottenimento effettivo di convinzione; "argomentazione" sta per l'atto di fornire argomenti e per la catena seriale di argomenti offerti, sta cioè sia per "argomentare" che per "argomento". Occorre, però, a questo punto comprendere quale sia il tipo di rapporto in virtù del quale questi due livelli risultano interconnessi all'interno del medesimo

³³ E. GARVER, *Aristotle's Rhetoric as a work of philosophy*, «Philosophy and Rhetoric», 19, 1, (1986), p. 3.

³⁴ IDEM, *The human function and Aristotle's art of rhetoric*, «History of philosophy quarterly», VI, 1989, pp. 136 e 142-143.

³⁵ Cfr. ARISTOTELE, *De Anima* 428 a.

atto retorico. Alla luce di quale principio, concetto, legame filosofico si fonda la loro piena corrispondenza?

La relazione che lega, fa coincidere e coesistere la causa in atto con l'effetto in atto è la finalità, il fine, l'essere – cioè – il secondo scopo del primo; in tal senso l'effetto è causa finale, ragion d'essere dell'atto che viene articolato, infatti viene definito come «bene»,³⁶ *archè* (principio originario ed elemento di risoluzione di ciò che è). Vediamo in che modo si costruisce questa relazione teleologica.

Aristotele scrive che ciò che è persuasivo, che produce persuasione, è tale per qualcuno;³⁷ questo “qualcuno” è lo scopo o fine – *télos* – del discorso. Il ragionamento aristotelico è, infatti, il seguente:³⁸ chi elabora giudizi è detto “giudice”; il giudice è colui che ascolta il discorso retorico per potere prendere una decisione (una sentenza giudiziaria, una deliberazione politica; dipende dal genere di discorso retorico cui sta assistendo); esso rappresenta il fine del discorso stesso, è colui che va persuaso, infatti coloro che persuadono danno luogo ad un giudizio perché l'uso dei discorsi persuasivi è diretto ad un giudizio³⁹ (in *Rhet.*, 1358 a 39 – b 1 è scritto chiaramente che il fine del discorso è diretto a colui al quale si parla, cioè l'ascoltatore, essendo tale il giudice⁴⁰). Ora, Aristotele delinea nella *Metafisica*⁴¹ una concezione strutturalmente teleologica dell'ontologia: il fine è fondamento interno dell'attività di cui è tale. Il fine più proprio, il bene di ciascun ente consiste infatti nella piena realizzazione della propria forma, dell'essenza in cui si risolve la propria natura, per cui alla causa finale Aristotele assegna una priorità epistemologica, se non ontologica (nella misura in cui si traduce nell'attuazione del significato primo dell'essere – la sostanza – e nella natura specifica del Primo Motore Immobile posto al vertice della realtà). Essendo una “causa”, il fine ha – al pari delle altre cause – funzione e valore costitutivi: il che vuol dire, in ambito retorico, che l'atto argomentativo che ha come scopo intrinseco e connaturato la persuasione deve modellarsi su questo scopo, adeguarsi a quest'obiettivo interno, il quale dovrà – perciò stesso – essere sempre possibile, conseguibile. Detto altrimenti: il ragionamento persuasivo sarà attivabile sul presupposto che sia possibile ottenere la persuasione di chi ci ascolta. Tale presupposizione si po-

³⁶ IDEM, *Rhet.*, 1363 a 5-6.

³⁷ IDEM, *Rhet.*, 1356 b 28.

³⁸ IDEM, *Rhet.*, 1358 a 36 – 1358 b 4; 1391 b 8-13; 1403 b 10.

³⁹ È appena il caso di notare che il termine “giudizio”, nelle sue versioni etimologiche (greca e latina), è caratterizzato dalla bivalenza semantica di cui abbiamo scritto sopra: *iudicium* designa sia la sentenza che il processo giudiziario (di cui la prima è parte integrante), *krínomai* significa sia il giudicare che il contendere.

⁴⁰ Importante rilevare che Aristotele parla di “giudice” sia in senso lato (colui che elabora un giudizio, delibera dopo aver ascoltato il retore, in sostanza: l'ascoltatore in genere), sia in senso stretto (chi emette una sentenza al termine di un processo giudiziario).

⁴¹ In particolare: Libro I cap. 3, Libro II cap. 2, Libro V cap. 18, Libro XII cap. 7.

ne allora come regola tecnica che dà senso e vita all'atto retorico, il quale si costituisce dunque sull'apertura al proprio interno dell'argomentazione alla persuasione effettuabile. Nel testo aristotelico vi sono molteplici riscontri diretti, indiretti e *a contrario* di questo assunto: se l'ascoltatore-giudice è già, a monte, persuaso di ciò di cui il retore dovrà discutere, su cui l'oratore dovrà argomentare, allora risulterà del tutto inutile avviare il ragionamento persuasivo.⁴² Il che vale anche per l'evenienza opposta: qualora l'ascoltatore dovesse pregiudizialmente rivelarsi assolutamente impermeabile a qualsiasi tentativo di essere persuaso (evenienza, questa, tutt'altro che rara: si pensi all'irritazione di Socrate causata dalla refrattarietà di Alcibiade a qualsiasi tipo di tesi e/o argomentazione proposta dal maestro).

Questa lettura riconferma la centralità della dimensione del contingente (*endechémenon*), della possibilità, all'interno della tecnica retorica: quest'ultima non concerne soltanto lo studio di ciò che può essere, è possibile che sia persuasivo, ma anche la possibilità che ciò che è persuasivo sia, venga ad esistere. Ed il "persuasivo" autenticamente – tecnicamente – possibile è quello che presuppone a sua volta la propedeutica possibilità di conseguire la persuasione.⁴³ La retorica si occupa dunque anche della necessità di prevenire

⁴² IDEM, *Rhet.*, 1395 b 28 – ove Aristotele scrive che un entimema prolisso sarà inefficace dal punto di vista persuasivo, perché si dilungherà su cose evidenti; in 1391 b 9 – Aristotele afferma che riguardo a quel che è noto ed è già stato giudicato non c'è più bisogno di discutere; 1417 a 12 – Aristotele raccomanda di non perdere tempo soffermandosi su cose su cui sono tutti d'accordo.

⁴³ Nella concezione retorica, del resto, la possibilità – nelle sue più varie sfaccettature teoriche – caratterizza l'argomentazione e la persuasione in modo versatile e polifunzionale. Votati alla possibilità sono i soggetti ideali del processo persuasivo, ossia i destinatari più auspicabili dell'atto retorico: i giovani (ARISTOTELE, *Rhet.*, II, 12). Questi, infatti, coltivano per natura "anagrafica" la speranza, che è uno stato d'animo collegato al futuro, tempo aperto per definizione all'incontro con la possibilità (si veda quanto Aristotele scrive sui futuri contingenti nel *De Interpretatione*). Il possibile, poi, è connesso al persuasivo (*Poet.*, 1451 b 16-17). Basti pensare al fatto che il ragionamento persuasivo, per es., deve poter partire da premesse caratterizzate da un grado così alto di possibilità da corrispondere alla probabilità (*eikós*, cfr. *Rhet.*, 1402 b 17-20) e, in ogni caso, il retore deve possedere le premesse sul possibile e l'impossibile – in ordine alla fattibilità delle azioni che suggerisce (*Rhet.*, 1359 a 11-15). Per cui possibile dev'essere sia ciò su/di cui si persuade (l'azione che si persuade a compiere, l'idea che si persuade ad abbracciare), nonché la persuasione stessa in quanto corrispondente all'atto di "deliberare" realizzato dal giudice (cfr. *Etica Nic.*, 1113 a 4 e 11; *Rhet.*, 1357 a 1-2) destinatario del processo persuasivo. Deliberare significa decidere, e le decisioni devono vertere su ciò che non è impossibile o che comunque è non necessario che accada, e vengono prese dal giudice a partire da ciò che è probabile, succede per lo più (cfr. *Etica Nic.*, 1112 a 24, b 8; *Metafis.*, 1015 a 34-35; *Rhet.*, 1357 a 13-17, 24-28, 32 e b 1, 1402 b 36-39). Va precisato che i termini cui Aristotele ricorre, di volta in volta, sono differenti: *endechémenon*, *dynatón*, *eikós*. *Stricto sensu* il primo significa "ciò che può essere, si dà l'eventualità che accada o meno", il secondo "ciò che ha capacità, potenzialità, facoltà d'essere", il terzo "ciò che è verosimile, probabile". A proposito dei primi due termini è evidente che ciò che ha

la possibilità della persuasione ai fini della costruzione dell'argomentazione, e ciò depone a favore dell'idea che il destinatario dell'atto persuasivo, anziché essere passivo e coartato, si riveli un libero ed attivo co-protagonista dell'atto retorico che assume, perciò stesso, caratura dialogica.

2. 4. *La persuasione come atto logico non coattivo*

Questa rivalutazione della figura dell'interlocutore dell'atto argomentativo (ossia del soggetto/oggetto della persuasione) è convalidata da molteplici riscontri sia in letteratura (filosofica e psicologica),⁴⁴ sia nel testo aristotelico. Già la lingua italiana ci viene in soccorso. Ciò che, infatti, viene di solito presentato come indizio di una manchevolezza della persuasione rispetto all'argomentazione (come vedremo nel successivo paragrafo) è semmai rivalutabile come segno della discutibilità della prospettiva che riduce il destinatario della persuasione ad oggetto passivo e manipolabile di un atto comunicativo. Mentre si può dire "io argomento", non si può fare altrettanto col verbo "persuadere", non è possibile dire "ti persuado" o, se si preferisce, col dirlo non sto perciò stesso facendolo. Questa è appunto una conferma della co-titolarità dello stato conseguito (che sarà veramente tale quando sia il parlante che l'uditore ne saranno "convinti"). È il "persuaso" ad avere l'ultima parola sull'effettivo conseguimento dello stato correlativo, soltanto lui potrà legittimamente determinare e, soprattutto, attestare l'avvenuto cambiamento delle proprie opinioni e/o delle proprie intenzioni d'agire.

E il testo aristotelico? Innanzitutto la dimensione – sopra trattata – del "possibile", inteso come ambito di pertinenza specifico della retorica, ridimensiona fortemente lo spazio riservato alla necessità. Il necessario è l'opposto del possibile, mentre conosce tangenze rilevanti con ciò che è coattivo,⁴⁵ costrittivo, con ciò che deve per forza essere, ed essere in un certo modo e non altrimenti. Per cui, se la retorica, l'argomentazione e la persuasione si costruiscono nell'area della possibilità possono concedersi soltanto ad un aspetto molto particolare della "necessità": quella ipotetica o condizionale. Di quest'ultima

questa capacità, potenzialità di essere implica, a monte, che è possibile che sia, così come ciò che è possibile che sia comporta che possieda anche la potenzialità d'essere; entrambi – poi – si differenziano dalla necessità (sulla connessione di questi due concetti cfr. *Metaf.* 1003 a 2-3, 1050 b 10-13). Il terzo identifica, come già detto, un grado intenso di possibilità tanto da qualificare un tipo di comportamento, evento, fatto o atto che "è normale, giusto, abituale" che si presenti, proprio a causa della frequenza con cui si verifica.

⁴⁴ Si pensi a quanta cura Perelman dedica nel tratteggiare doviziosamente le varie tipologie di uditorio (particolare, singolare, universale) ai fini della corretta articolazione dell'argomentazione. Sulla stessa linea interpretativa del ruolo del destinatario dell'atto di persuadere M. MEYER, *La retorica*, Il Mulino, Bologna 1997; W. NASH, *Rhetoric: the wit of persuasion*, Oxford Blackwell, 1989; I. WORTHINGTON, *Persuasion: greek rhetoric in action*, Routledge, London 1990.

⁴⁵ ARISTOTELE, *Metaf.*, 1015 a 28.

Aristotele tratta nel *De Interpretatione*⁴⁶ allorquando riferisce che si presentano casi, eventualità, fatti che non devono per forza verificarsi – ma che lo faranno nel momento in cui si daranno determinate condizioni. Attuatesi quelle condizioni, allora si verificheranno i fatti che ne conseguono. In termini retorici, come vedremo tra breve: posto il fine della persuasione, premessa la sua possibilità, si devono attuare determinati mezzi alla produzione del quale fine sono indissolubilmente legati, deputati.

Sempre a proposito di brani aristotelici utili a rivedere l'idea di un interlocutore passivo e coartato, ricordiamo che il retore deve confezionare l'atto argomentativo modulandolo sulla base delle istanze e delle caratteristiche precise di chi va persuaso e dell'atto che deve mettere in campo quest'ultimo.⁴⁷ In altre parole, non è colui che deve essere persuaso a subire l'argomentazione, adattandovisi, piegandovisi per la flessibilità imposta dalla violenza dell'atto retorico, dando luogo alla persuasione – come segno evidente di questa costrizione pseudologica. All'opposto, è l'argomentazione ad essere partorita sulla base delle fattezze psichiche e caratteriali del soggetto da persuadere: non è il retore a condizionare il giudice, bensì viceversa (o, se proprio si deve leggere l'atto retorico nei termini impropri del condizionamento, al massimo l'uno – che argomenta – condiziona l'altro – che è persuaso – tanto quanto il secondo, a monte dell'intero processo, ha condizionato il primo). Tecnicamente l'azione pregressa che il destinatario dell'atto retorico esercita su colui che argomenta emerge con chiarezza da alcuni elementi: 1) le premesse del ragionamento argomentativo sono “endossali”; si basano, cioè, su *éndoxa* ovvero opinioni autorevoli in quanto maggiormente diffuse nella comunità e concepite dai più sapienti;⁴⁸ 2) l'intero sillogismo retorico si articola a partire da *tópoi*, ossia luoghi comuni o schemi argomentativi che hanno dimostrato maggior efficacia nel produrre persuasione, rivelandosi fattori consolidati di persuasione.⁴⁹

Già questi due ritrovati tecnici mostrano come l'argomentazione venga concepita e posta in essere incorporando principi, credenze, stili di pensiero e

⁴⁶ Cfr. *ibidem*, 19 a 23-27.

⁴⁷ Si pensi proprio alla possibilità: dal fatto che il giudice delibera soltanto su ciò che è possibile o probabile (ARISTOTELE, *Etica Nic.*, 1112 b 8) e mai sul necessario (*ibidem*, 1112 a 24), ossia ciò che – al contrario del contingente – non può essere altrimenti (*Metaf.*, 1015 a 34-35), ebbene proprio da questo fatto discende che l'argomentazione retorica, persuasiva ha come premesse cose possibili e verte su cose possibili (*Rhet.*, 1402 b 17-20). Il fine determina e condiziona i mezzi, non viceversa. O, meglio ancora, si registra un reciproco condizionamento, come più volte ribadito.

⁴⁸ Dopo averne illustrato la definizione ed il valore nei *Topici* (100 b 21-23) Aristotele ne “riparla” nella *Retorica* (1398 b 21-26).

⁴⁹ Cfr., ad es., ARISTOTELE, *Rhet.*, 1403 a 17-18. Vale la pena notare che tra questi modi di argomentare sperimentati con particolare successo, Aristotele include quello del “possibile e dell'impossibile”, ribadendo così la centralità di tali concetti nell'ambito della tecnica retorica (1391 b 29-34).

ragionamento che colui che argomenta presume di rinvenire in chi lo ascolta. La nervatura strutturale dell'argomentazione retorica, quindi, corrisponde a ciò che il retore reputa possa "essere" e pensare chi lo ascolta, giudica, decide e vota. Riproduce perciò la mentalità dell'uditorio, risultandone profondamente influenzata.

Ma c'è un terzo aspetto che restituisce all'uditore una funzione attiva all'interno del processo retorico: i caratteri intrinseci, specifici dell'argomentazione retorica per eccellenza, vale a dire l'entimema. Esso è il sillogismo retorico,⁵⁰ essendo elemento probativo e dimostrativo.⁵¹ Rappresenta il ragionamento deduttivo persuasivo per eccellenza, e – per esplicitare al meglio le proprie funzioni – deve possedere alcune caratteristiche riassumibili in una qualità essenziale: la logicità. L'entimema deve essere: a) chiaro (la chiarezza assicura la comprensione dell'intero ragionamento da parte dell'ascoltatore e la si può assicurare evitando il ricorso ad un linguaggio troppo tecnico e specialistico); b) breve (la brevità assicura anch'essa chiarezza e perspicuità, tradizionalmente compromesse da ragionamenti prolissi che fanno smarrire il filo tematico del discorso). La brevità viene assicurata da uno stratagemma tecnico: a differenza degli altri sillogismi delineati da Aristotele l'entimema risulta privo dell'esplicitazione di una delle premesse. Ciò non solo per assicurarsi la corretta comprensione del significato⁵² dell'intera argomentazione, ma anche per rendere attivamente partecipe l'ascoltatore dell'articolazione dell'argomentazione stessa. Il giudice, infatti, completerà autonomamente la parte di sillogismo volutamente omessa dal retore e ne risulterà, perciò stesso, compartecipe e coautore. Ed il ragionamento con cui, poi, il giudice trarrà le debite conclusioni da quanto ascoltato e sintetizzerà, dando corpo logico alla persuasione è, come sappiamo, la deliberazione. Abbiamo già visto che il giudice è colui che delibera, ma non abbiamo ancora mostrato esempi di come la deliberazione si strutturi sul piano logico e cognitivo. Il giudizio è un atto di cognizione; lo insegna proprio Aristotele. Il giudice delibera, ossia decide e determina: *krísis* (giudizio) conosce come forma aggettivale *kritós* (scelto, eccelso) cui in latino corrisponde *certus* (cioè cernere, setacciare, distinguere): il giudizio è sempre opera di discernimento, di differenziazione (ed in tal senso lo impiega la lingua greca, da Omero a Platone, e lo predispose la radice indoeuropea corrispondente, **korei* - /**kri*). Quell'operazione si ispira dunque al valore della differenza, motrice di conoscenza come Aristotele sottolinea nella *Metafisica*.⁵³ Un esempio di come e co-

⁵⁰ ARISTOTELE, *Rhet.*, 1395 b 24-25, 1400 b 38 – 1401 a 1.

⁵¹ *Ibidem*, 1355 a 6-7, 1356 b 6-8, 1393 a 22-23.

⁵² La corretta determinazione semantica di parole e proposizioni, volta a garantirne un'altrettanto adeguata ricezione (che, dunque, si presuppone essere capacità riconosciuta a chi deve essere persuaso), è preoccupazione diffusa nel testo aristotelico, a partire ad es. da ARISTOTELE, *Rhet.*, 1407 a 33-39.

⁵³ Cfr. *ibidem*, 980 a 27.

sa il giudice sia chiamato a deliberare è il sillogismo pratico, di cui Aristotele tratta nell'*Etica Nic.*⁵⁴ e nel *De Anima*.⁵⁵ Esso è la scelta dei mezzi deliberati per il conseguimento di un fine dato in un determinato contesto; tale scelta è effetto a sua volta di un ulteriore giudizio (*kritèn*) ben deliberato. La sua premessa maggiore corrisponde al principio, *logos* (espresso discorsivamente), che è il *télos* a partire dal quale individuare i mezzi atti al suo conseguimento. Ebbene, il sillogismo pratico rappresenta l'interfaccia speculare dell'entimema retorico, il quale viene riarticolato secondo le dinamiche del primo sillogismo una volta che è stato fatto proprio, interiorizzato e completato dal giudice. Occorre soffermarsi su questo punto perché è quello che mostra con maggiore chiarezza quanto possa rivelarsi infondata l'idea che la persuasione corrisponda ad un non meglio definito stato psicologico emotivo (*ergo* illogico o alogico),⁵⁶ soggettivo e/o addirittura non linguistico, e dunque non di pertinenza o natura filosofica. A voler essere pignoli, si potrebbe facilmente mostrare come la "soggettività" di uno stato psicologico o di una facoltà non costituisca di per sé motivo valido per escluderla dal novero dei temi filosofici; altrimenti non ci spiegheremmo come mai la filosofia si occupi approfonditamente di "immaginazione", di "fantasia".⁵⁷ Ma ciò che preme maggiormente è, invece, evidenziare la strutturale logicità della persuasione ed il suo porsi come ragion d'essere logica dell'argomentazione stessa, perché logica, sillogistica è la procedura con cui il giudice soggettivamente (in senso letterale, in quanto cioè "soggetto" che vaglia liberamente le ragioni dell'argomentazione e liberamente accoglie, eventualmente, le stesse) elabora deliberazioni che incorporano l'argomentazione pregressa, a sua volta concepita sulla base della possibilità di persuadere qualcuno e modellata sulle linee della persuasione desiderata, a conferma dell'indissolubilità tra causa probativa ed effetto/fine "persuasione" riassunti nel concetto di *pístis*. La logicità dell'argomentare richiede analoga logicità dell'esito positivo di tale argomentare, dello scopo per cui si argomenta.

2. 5. Trasparenza della persuasione

In ultimo, l'apertura dell'argomentazione alla persuasione (e viceversa) si rivela trasparente e rende, perciò, altrettanto trasparente l'intero atto retorico

⁵⁴ Cfr. *ibidem*, 1144 a 31-34.

⁵⁵ Cfr. *ibidem*, 434 a 16-18.

⁵⁶ L'emotività che rientra nel gioco linguistico persuasivo non è incompatibile con la razionalità. Le emozioni possono contribuire ad avvalorare l'avvenuta dimostrazione dei fatti (ARISTOTELE, *Rhet.*, 1419 b 25-27), purché non estranee all'argomento di cui si discute; tanto è vero che Aristotele si dilunga per buona parte del secondo libro (nei capp. 2-11) a descrivere tipologie d'emozione e fa di queste ultime anche una delle tre prove tecniche con cui produrre persuasione.

⁵⁷ La percezione, la fruizione e la produzione artistica, connesse strettamente a tali concetti, hanno dato vita – come oggetto di studio – addirittura ad un ramo specifico della filosofia: l'estetica.

che ne deriva. Spesso, definendo la persuasione uno stato psicologico legato all'inganno comunicativo, all'opacità logica, si confonde la persuasione in sé con gli ulteriori fini per i quali essa viene attivata. In realtà ad essere oscuri, occulti possono essere gli ulteriori fini per cui si persuade qualcuno (o qualcuno è persuaso), non la persuasione in se stessa conseguita. Tanto per cominciare, vale la pena ricordare che l'intento di persuadere qualcuno è reso più che trasparente dal contesto altamente ritualizzato in cui Aristotele colloca l'attuazione del processo retorico: nella liturgia dell'assemblea politica (genere deliberativo della retorica), del tribunale giudiziario (genere giudiziario) o della cerimonia di celebrazione/commemorazione di qualche figura autorevole della comunità (genere epidittico). I ruoli sono chiari, ovvi: chi vi partecipa sa di trovarsi lì o per cercare di persuadere o per essere eventualmente persuaso di qualcosa. In ogni caso, per capire meglio questa erronea dinamica di sovrapposizione di scopi comunicativi, sarà utile richiamare una teoria⁵⁸ elaborata intorno agli anni '70 in Italia da D. Parisi e C. Castelfranchi, molto promettente (anche a giudizio di De Mauro)⁵⁹ ma che non ha trovato adeguato seguito di produzione e applicazione scientifica. Mi riferisco alla "scopistica". Secondo tale prospettiva ogni atto retorico si costruisce sulla sovrapposizione gerarchica di scopi (primari, secondari e così via) che stanno a monte dell'atto persuasivo, per conseguire i quali l'atto persuasivo stesso prende vita. Si argomenta, allora, per persuadere (scopo primo); ma si persuade "di", "che", "a" (ritenere x, credere a y, fare z); ebbene le ragioni e le reali intenzioni per cui si vuol far fare o credere qualcosa a qualcuno possono essere occulte, e tali motivazioni corrispondono agli ulteriori scopi che s'intendono conseguire (secondari, terziari ecc.).⁶⁰ Si può persuadere in modo molto chiaro e trasparente il popolo ateniese a dichiarare la guerra ai persiani, ma i reali motivi (l'utile⁶¹ della polis o l'arricchimento personale), le intenzioni con cui e per cui

⁵⁸ D. PARISI – C. CASTELFRANCHI, *La retorica come scopistica della comunicazione*, in F. ALBANO LEONI – R.M. PIGLIASCO (a cura di), *Retorica e scienze del linguaggio*, Bulzoni, Roma 1979, pp. 5-10.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 338.

⁶⁰ La logica che struttura le tre grandi prove retoriche teorizzate da Aristotele (carattere, emozione, dimostratività del tema discusso) è pressappoco questa; esse identificano "cose" di cui persuadere l'uditorio in modo strumentale, cioè al fine (ulteriore) di persuaderlo di qualcos'altro. Si convince l'interlocutore del buon carattere del retore (scopo primo) affinché dia credito al suo discorso (scopo secondo) e si lasci persuadere a fare qualcosa (per es. a votare una legge) in modo che il retore stesso ottenga qualcos'altro (scopo terzo) che può essere dichiarato o meno. Questo peraltro rafforza il rapporto di interconnessione tra argomentazione e persuasione: la persuasione può fungere da argomentazione diretta, finalizzata al conseguimento di ulteriori stati di persuasione.

⁶¹ Il che ci fa comprendere perché Aristotele in *Rhet.*, 1358 b 21-23 abbia anche scritto che il fine di consigliare è l'utile. Premesso che subito dopo aggiunge anche che è il "dissuadere" (che non corrisponde ad un semplice "esortare a non fare", ma ad un vero e proprio "persuadere a non fare", riconfermando – seppure in negativo – che scopo del consigliare

lo si fa possono essere criptiche. Il fine primo è evidente, i fini ulteriori no. Emerge perciò che la persuasione soffre di un'idea negativa nell'immaginario critico collettivo soltanto perché, semmai, eredita vizi e difetti imputabili agli elementi che vi si pongono a monte o a valle e che per effetto di un'approssimazione analitica non soltanto non vengono adeguatamente isolati e distinti dalla persuasione stessa, ma in questa indebita fusione sono addirittura depurati delle proprie patologie logico-comunicative che vengono scaricate interamente sulla persuasione inquinandola (e facendola apparire come l'unica ad esser tale). In definitiva non ha senso: 1) nobilitare filosoficamente l'argomentazione squalificando la persuasione se quest'ultima è l'esito di un inganno posto in essere con un *argomentare* sofisticato e poco perspicuo; 2) ritenere la persuasione l'espressione di un intendimento occulto, se invece l'atto di argomentare e persuadere è svolto in modo lineare ed aperto, mentre ad essere nascosti sono, eventualmente, i fini ulteriori che si vogliono conseguire persuadendo qualcuno a fare qualcosa.

3. PERCHÉ LA FILOSOFIA DEVE ANCORA OCCUPARSI DI PERSUASIONE

La persuasione è dunque un atto linguistico, a sua volta interno ad un altro atto linguistico più complesso – cioè quello retorico – dato che la fattibilità del primo costituisce la premessa indispensabile, la ragion d'essere logica dell'altra componente dell'atto retorico, quella che ha goduto di esclusiva considerazione filosofica: l'argomentazione. Questo, naturalmente, non vuol dire che un'argomentazione che non persuade non possa essere valutata come argomentazione. Questo modo *radicalmente* pragmatico di classificare l'argomentazione è ben differente (e certamente non sostenibile) dalla prospettiva *ragionevolmente* pragmatica per la quale un'argomentazione che non nasca con l'intento direttamente associato di persuadere (o, peggio, nasca con la consapevolezza di non poter persuadere) non si può ritenere tale. Una siffatta "argomentazione" configurerà, semmai, un atto che mutua e riproduce i caratteri di un'argomentazione tecnicamente valida e legittima, senza però potersi identificare. Austin, il teorico degli atti linguistici, direbbe che si tratta di un'argomentazione "eziolata".⁶² Apparterrebbe perciò alla classe di usi linguistici che imitano le regole di costituzione di atti comunicativi validi, senza però esser tale. Come quando un attore recita una battuta di un copione o una poesia; citando un esempio austiniano, quando il poeta John Donne scrive «go

è il persuadere), in ogni caso in quel brano il Filosofo evidentemente si riferisce allo scopo ultimo e non a quello immediato dell'atto di consigliare.

⁶² Metafora tratta dalla botanica. Indica il processo di ingiallimento delle foglie causato dalla carenza di fotosintesi clorofilliana riconducibile ad una scarsa esposizione al sole. Enunciati eziolati sarebbero, dunque, quelli che non godono della luce (solare) delle normali condizioni che regolano la comunicazione.

and catch a falling star» non sta davvero invitando performativamente il lettore a volare per afferrare una stella cadente. Il contenuto è fittizio, anche se espresso secondo regole sintattiche e lessicali corrette, e fittizio rende l'intero enunciato. Austin definiva gli usi eziolati anche come "parassitari" perché vivono un rapporto simbiotico con l'uso fisiologico del linguaggio, ne traggono anzi continua linfa vitale e ispirazione replicandone modalità e criteri di articolazione. Ecco allora che un'argomentazione preventivamente chiusa all'occorrenza della persuasione è un'argomentazione puramente recitata, che imita artificiosamente la forma di un vero argomentare. Esempio ancora più perspicuo: il luogo o momento di esposizione delle linee generali di questa comunicazione è stato un seminario. "Seminare" in senso pieno non equivale fisicamente, ma direi anche semanticamente, all'esecuzione del gesto di spargere semplicemente semi sul terreno. Se il contadino lo facesse su roccia o terra arsa, con la chiara coscienza che tali semi non daranno frutti, non potrà dire di aver fatto la "semina", di aver seminato, ma soltanto di aver gettato semi. Distinguere ciò che è argomentazione da ciò che ne ha le "sembianze", ne copia gli aspetti senza esserlo (e lo stesso dicasi a proposito della persuasione) è fondamentale ai fini della trattazione di uno dei capi d'accusa sopra mossi al concetto di persuasione, cioè la sua presunta aleatorietà, indefinitezza (patologia logico-linguistica da cui sarebbe invece immune l'argomentazione). In sostanza l'argomentazione, contrariamente alla persuasione, sarebbe semanticamente individuabile, cioè si può essere certi di quando ci si trova di fronte ad un'argomentazione realizzata (discriminandola da ciò che non lo è), tanto che – come evidenziato nel paragrafo precedente a proposito di un altro aspetto del rapporto argomentazione/persuasione – mentre è possibile dire "io argomento", non ha senso dire "ti persuado" proprio a causa dell'aleatorietà dello stato correlativo dovuta alla mancanza di sicuri criteri identificativi dello stesso. Per cui, ricorrendo indebitamente ad una sorta di *sineddoche* semplificatrice che sa molto di scorciatoia, la persuasione viene assurta (ma verrebbe da dire "degradata") a sintesi terminologica e concettuale di tutte le indifferenziate (o, peggio, negative) tipologie di variazione di stati di credenza. I problemi, però, sorgono quando linguisticamente ed operativamente devono essere indicati in modo preciso ed entrare in funzione i parametri identificativi dell'argomentazione; nella prassi, infatti, essi si rivelano estremamente generici. Nemmeno dire "io argomento" rende perciò stesso un'argomentazione ciò che precedentemente è stato (o successivamente sarà) pronunciato da chi parla, né garantisce che lo sia. Argomentare, infatti, non è *sic et simpliciter* catalogare e offrire argomenti, ma è farlo soltanto in presenza di determinate regole tra le quali, appunto, secondo noi va inserita prioritariamente la possibilità del verificarsi della persuasione. Quest'ultima, peraltro, va ben distinta da stati diversi da essa, seppure apparentemente affini (suggestione, plagio, manipolazione, intimidazione ecc.), mentre – curiosamente – a supporto della

nebulosità che nella pratica comunicativa spesso avvolge la produzione tecnica dell'argomentazione, non disponiamo a proposito di questa di analoghi e acribici riferimenti terminologici alternativi per marcare l'isolamento semantico di ciò che somiglia all'argomentazione ma che tale non è. Per cui argomentazioni e pseudoargomentazioni, argomentazioni trasparenti e argomentazioni ingannevoli, finiscono per essere di fatto tutte denominate "argomentazioni". Quindi, se proprio – obliterando grossolanamente le distinzioni semantiche sopra accennate – si vuole indistinta la persuasione da altre modalità e altri stati di cambiamento dei propri pensieri e del proprio modo d'agire, *eo ipso* potrà essere considerato anche l'atto argomentativo indistinto⁶³ dagli altri atti volti ad esporre le proprie opinioni, venendo così a cadere una delle ragioni fondamentali per le quali si è sempre preferita filosoficamente la seconda alla prima. Il paradigma che presenta l'argomentare come apprezzabile filosoficamente in quanto scisso dal persuadere è però, in un certo senso, anche pericoloso perché lascia intravedere risvolti criticabili, più o meno consapevolmente impliciti. Tale paradigma, infatti, si basa anche su un ragionamento di questo tipo: nella comunicazione autentica sarebbe importante, essenziale esporre informazioni con argomenti a sostegno, poi – in ossequio all'imperativo categorico dell'orizzontalità del rapporto comunicativo da costruire con l'ascoltatore (orizzontalità che transita dalla libertà ad esso riconosciuta) – il gioco linguistico comunicativo dovrà fermarsi lì, a quella dimensione espositivo-informativa, senza andare oltre, ossia a scandagliare se l'uditore abbia voluto, potuto, dovuto adeguarsi alle tesi sostenute dal parlante. L'interesse prioritario in una comunicazione autenticamente rispettosa delle libertà e dell'autonomia dell'interlocutore dialogico sarebbe pertanto illustrare il proprio modo di vedere le cose, senza volere – con ciò – convincere l'ascoltatore ad accogliere tale punto di vista e comportarsi di conseguenza. I rischi connessi a questo modo d'intendere la comunicazione argomentativa emergono con chiarezza non appena ci si renda conto che esso nasce, anche in questo caso, viziato dal consueto pregiudizio epistemologico di cui è vittima la persuasione. Se si provasse, infatti, a capovolgere l'abusata prospettiva di valutazione negativa di quest'ultima e si cominciasse a ritenerla uno stato psico-logico ottenuto a vantaggio, nell'interesse di qualcuno, per il suo bene, e non contro qualcuno e a favore del parlante (per forza – chissà poi perché – depositario d'interessi divergenti o incompatibili con l'ascoltatore), allora il modello comunicativo sopra tracciato potrebbe assumere parametri totalmente opposti, in quanto implicherebbe una sostanziale sottostima ed irrilevanza del ruolo dell'interlocutore. La dinamica di tale processo comunicativo potrebbe infatti essere letta così: il parlante che ritiene di doversi limitare a

⁶³ Trascurando colpevolmente tutta la letteratura indirizzata alla definizione tecnica dei tratti e dei profili di una corretta argomentazione (Habermas, Perelman, Toulmin ecc.).

sottoporre all'attenzione dell'uditore i suoi argomenti a) reputa evidentemente che quest'ultimo non li conosca, non sia al corrente delle informazioni possedute da lui e/o del modo più corretto e valido d'interpretarle. Il che accade anche nel processo comunicativo volto al conseguimento della persuasione, ma è esattamente questo il punto: l'orizzontalità e la reciprocità comunicativa, sotto quest'ottica, è seriamente compromessa sia nell'una che nell'altra tipologia d'atto linguistico. Si può, se proprio si vuole, non riconoscerla alla persuasione, ma in base agli stessi rilievi la si deve negare anche ad un'argomentazione puramente espositiva (se un tale tipo di atto linguistico possa veramente esistere). In tale tipologia monologica c'è chi sa (il parlante) e chi, ad avviso del primo, non sa (l'ascoltatore) e deve perciò essere cognitivamente edotto. In più, b) pensare che il parlante non debba minimamente curarsi del fatto che ciò che sta dicendo (se detto nel reale interesse e per il bene dell'uditore) sia poi effettivamente creduto e operato dall'ascoltatore lascia trasparire un'assoluta indifferenza affettiva (e dunque una noncuranza relazionale) nei confronti dei possibili destini e delle vicende dell'interlocutore.

Ecco, allora, l'ultimo punto su cui concentrarsi: da millenni ci si preoccupa, giustamente, di tutelare ed ampliare in democrazia gli spazi che garantiscano la possibilità di dare, esprimere le proprie ragioni. E, al contempo, ci si preoccupa di difendersi dai tentativi di essere convinti, persuasi da qualcuno. Questo, poi, viene considerato un problema di straordinaria attualità anche politica. È, invece, un problema vecchio di cui la letteratura filosofica (e non) dimostra di avere antica consapevolezza. Esempi? Il *Gorgia* di Platone, le *Confutazioni sofistiche* di Aristotele, la Scuola di Francoforte, Packard con *I persuasori occulti*. Un filone fiorentino e quasi inesauribile di studi filosofici, sociologici, psicologici si pone come obiettivo la difesa della società dai tentativi subdoli e scorretti di attuare la persuasione. Ciò impone almeno un paio di considerazioni.

Data la vetustà, autorevolezza e la quantità di voci coinvolte nella riflessione su questo tema, un'analisi autenticamente filosofica dovrebbe innanzitutto evitare di risolversi nell'ennesima voce aggiunta al coro (giacché correrebbe il rischio di ridursi ad una erudita e poco originale catalogazione storiografica del problema), e – soprattutto – dovrebbe chiedersi sia il perché del ripresentarsi periodico di tale problema/pericolo, sia il perché anche filosofi di spessore non siano evidentemente riusciti a porvi decisivo rimedio. Seconda considerazione: l'effetto negativo di questa martellante letteratura è stato quello di determinare nell'immaginario collettivo (comune, ma anche accademico) l'obliterazione della distinzione tra argomentazione e persuasione *tout court* e argomentazione e persuasione fraudolente, tra persuasione e forme negative di persuasione (che persuasione non sono). Si è così (dis)educata la società a diffidare della persuasione, a difendersi da essa, negandola in blocco, pregiudizialmente e andando ben oltre l'opportuno e ragionevole vaglio critico cui

sottoporre un messaggio persuasivo. Ma una società siffatta si presenta democraticamente sbilanciata, claudicante perché composta da chi è disposto anche ad urlare pur di rivendicare il diritto/dovere di *dare ragioni*, ma non è poi educato ad essere disposto a *riceverne*, cioè a dare spazio all'altro indispensabile contrappeso finalizzato, in democrazia, a compensare ed equilibrare il primo verso comunicativo. Tutto ciò corre il rischio di ridurre la comunicazione ad uno sterile fraseggio tra monadi. Si pensi proprio alla comunicazione politica nel suo livello più alto: il dibattito parlamentare, ormai degradatosi a compiaciuto o sofferto rituale di esposizione di tesi e antitesi tra fronti politici opposti senza dar vita ad un'effettiva, reciproca persuasione. In realtà si parla con la consapevolezza di non voler o poter persuadere le fazioni politiche avverse, bensì esclusivamente per sfoggio epidittico di abilità oratorie avendo presenti come naturali interlocutori non i parlamentari degli altri partiti – cui pure fittiziamente ci si rivolge – ma i propri elettori. Un campo vergine, inesplorato di studi filosofici sulla persuasione sarebbe, allora, l'indagine diretta alle modalità di una corretta apertura e disponibilità alla persuasione; non più un manuale sull'arte del persuadere o del respingere tentativi di persuasione, ma sull'arte, sul rieducarsi a quando e come lasciarsi persuadere, accogliendo le ragioni altrui. In tal modo la filosofia recupererebbe la sua funzione diagnostica (e terapeutica) in merito ad aspetti e problemi politici e morali che emergono embrionalmente in società, giocando una volta tanto d'anticipo sulle scienze sociali e dismettendo così gli anacronistici ed infruttuosi panni di giudice o censore di ciò che le scienze hanno tempestivamente scoperto e abbondantemente discusso e di come lo abbiano fatto. Gli spunti certo non mancano: da Aristotele⁶⁴ a Wilde (che in suo celebre aforisma scrisse: «è tanto facile convertire gli altri, tanto difficile se stessi»). Per cui, chiosando, si potrebbe dire: la filosofia si deve occupare di persuasione, se solo i filosofi se ne persuadessero.

ABSTRACT: Many philosophers and writers retain that persuasion is an act of communicative deception, is coercive (as to say an act which the recipient is subjected to) and scarcely logical (as to say based on emotional irrationality). Though with careful examination of the Aristotelian texts and with specific references to the concepts of Logos, pistis and peithò, it can be shown that persuasion – the assumption of the possibility of it occurring – is a logical act. It corresponds to a judge's verdict, to an act of deliberation of a syllogistic choice which is in free acceptance and revision by the judge, of the reasons and arguments developed with rhetorical syllogism (the enthymeme). In addition to this, the recipient of persuasion is not passive but active: the entire argument is built on the basis of the listener's characteristics, his common views and the argumentative patterns he is most used to and understands better, and the idea that the verdict is the real purpose of the rhetorical act. So long as it can easily mature, it is appropriate to offer enthymemes that are brief and clear. Persuasion therefore comes

⁶⁴ Si veda la nota 35.

about in a transparent communicative process, such as in an institutional context in which it is achieved (even if there can be hidden goals that we want to achieve through persuasion and argumentation itself).

KEYWORDS: *Argumentation, Aristotle, Belief, Logos, Peithó, Persuasion, Persuasive, Pistis, Rhetoric.*