

JUAN LUIS CONDE (*Universidad Complutense de Madrid*)

LIN ZHAO (*Universidad de Finanzas y Economía de Guizhou*)

MANIPULAR Y PERSUADIR EN LA ANTIGUA CHINA: EL *GUIGUZI*. TRADUCCIÓN DEL CAPÍTULO 9

Manipulation and persuasion in Ancient China: the *Guiguzi*. A Spanish Translation of Chapter 9

ABSTRACT: In this paper we introduce the book that, not uncontroversially, has been dubbed “China’s first treatise on rhetoric”: the *Guiguzi*. There is no Spanish translation of it as yet. It is attributed to a thinker and teacher who lived around mid-4th Century B.C., during the final stage of Chinese Classicism (Warring States). Until recently, the book has been marginalized, considered dangerous and traditionally excluded from canonical collections. Its idea of rhetorical efficacy has been linked to that of “manipulation” by sinologists such as François Jullien, who has used the expression “anti-rhetoric” to define its content. Its peculiarities, such as the emphasis in listening and psychological insight, can be properly understood in the defensive context derived from the physical danger in which the *suasor* in Classical China incurs. As a contribution for the book to be known, we offer our translation of chapter 9, the first one in Spanish.

KEY WORDS: Ancient Chinese Rhetoric, *Guiguzi*, Manipulation, Persuasion, Translation.

RESUMEN: Presentamos el que, no sin polémica, se ha descrito como “primer tratado chino de retórica”: el *Guiguzi*. Se trata de un texto inédito en castellano, atribuido a un pensador y educador cuya vida se sitúa a mediados del siglo IV a. C., en la fase final del clasicismo chino (Reinos Combatientes). Hasta recientemente, el texto ha sido marginado, considerado peligroso y excluido tradicionalmente de las colecciones canónicas. Su idea de eficacia retórica ha sido asociada con la de “manipulación” por sinólogos como François Jullien, quien ha hablado también de “anti-retórica” para describirlo. Sus particularidades, como el énfasis en la escucha y en la penetración psicológica, pueden muy bien comprenderse en el contexto defensivo derivado del peligro físico en que se encuentra el *suasor* en la China clásica. Para contribuir a su conocimiento, aportamos aquí nuestra traducción del capítulo 9, que hemos titulado “El análisis”.

PALABRAS CLAVE: Retórica antigua china, *Guiguzi*, manipulación, persuasión, traducción.

Fecha de Recepción: 15 de mayo de 2018.

Fecha de Aceptación: 19 de septiembre de 2018.

“Manipular” y “persuadir”

DEBEMOS ADVERTIR EN PRIMER LUGAR QUE LOS AUTORES DE ESTE ARTÍCULO no somos sinólogos. Sin embargo, a través de nuestro interés por la retórica del clasicismo chino hemos ido adquiriendo también un interés creciente por la sinología. Y en concreto por la sinología en cuanto conflicto ideológico. A juzgar por lo que hemos leído en sus trabajos durante estos últimos años, podemos decir que (simplificando, sí, pero sin intentar engañar a nadie) los sinólogos se pueden dividir en dos grupos. Están por un lado los que ven a los chinos como los “otros” de los euro-americanos, a quienes se puede tratar con respeto, incluso con admiración, pero siempre subrayando el efecto de alteridad, de contraste; y, por el otro, están los

reacios a aceptar esta visión contrastiva y que se esfuerzan por señalar lo que ambas “comunidades imaginarias”, la euroamericana y la china, la “occidental” y la “oriental” tienen en común. Hay que decir que en uno y otro grupo hay euroamericanos y hay también chinos, aunque la mayoría de los expertos chinos prefieren poner énfasis en las semejanzas, más que en las diferencias, y perciben en la actitud de quienes *se fijan en* las diferencias una mirada condescendiente o incluso un cierto deje neocolonial.

Al primero de estos grupos, a los que subrayan las diferencias, podría adscribirse el célebre sinólogo francés François Jullien. En su conocido *Tratado de la eficacia*, publicado durante los años noventa del siglo pasado, observa una sugerente diferencia entre los esquemas del pensamiento chino y el occidental, cuyo meollo resumimos a continuación. Propone Jullien que en Europa y Norteamérica domina un concepto de “eficacia” de origen aristotélico: una visión teleológica, por tanto. Ese concepto teleológico de “eficacia” exige definir un objetivo (naturalmente futuro, hipotético) y después poner en marcha los medios para alcanzarlo. Este último factor, los “medios”, interpretados como elementos fundamentales de la estrategia “occidental”, entendido como intervención activa, viene a ser el lugar que ocupan nuestro idealismo y, llegado el caso, nuestro heroísmo. Un lugar bastante gratuito desde el punto de vista chino.

Porque, siempre según Jullien, la idea de eficacia que tienen los chinos no es teleológica, ni idealista, ni heroica en absoluto. Se trataría de una actitud que se tilda de realista: sencillamente, dejar madurar las cosas. De raíz en último extremo taoísta (*wú wéi* 无为, “no hacer”), esa noción que no es búsqueda, camino-hacia, sino que es quietud y espera (paciente o pasiva, según queramos mirarla) a que el efecto acaezca, puede encontrarse en aquellas ciencias o artes que se basan en la estrategia, desde la guerra o la política... hasta la retórica. Para ilustrar ese concepto chino de eficacia, Jullien hace referencia a Sunzi, autor del célebre *Arte de la guerra*. En una formulación sintética, el consejo táctico de Sunzi vendría a ser, inevitablemente, paradójico para la mentalidad “occidental”: *primero vencer, después pelear*. Lo que esa paradoja significa es que el general nunca debe tener prisa: para conseguir la victoria hay que *esperar* que las condiciones maduren en un sentido favorable y, sólo cuando el análisis indica que esas condiciones se dan, trabar batalla. Solamente se hace la guerra cuando uno está seguro de que la va a ganar, cuando la tiene *de hecho* ganada. De esa manera, la victoria no es un propósito, que puede o no producirse después de un combate incierto, sino fruta madura que cae de la rama justo cuando el general ha puesto el cesto debajo. En fin, no sólo los generales chinos han ganado así batallas o guerras: un ejemplo célebre en Europa sería la actitud de Kutuzov frente a Napoleón, según cuenta Tolstói en *Guerra y Paz*. “No hacer”: la táctica puede recordar a algunos incluso la actitud ante los problemas de cierto político contemporáneo español...

Ese mismo concepto de eficacia puede trasladarse a la retórica, según Jullien: el orador occidental se plantea persuadir a su auditorio y habla para hacerlo. Como el heroísmo que se exige del soldado occidental, la elocuencia del orador es una manera de perseguir la eficacia y es lo que su auditorio suele celebrar cuando ha sucumbido a su seducción. El *suasor* chino, en cambio, renuncia a la elocuencia del mismo modo que Sunzi al heroísmo. El camino chino pretende evitar el riesgo, la incertidumbre sobre la eficacia persuasiva de su discurso y para ello prepara previamente a su auditorio para que le crea *independientemente de lo que tenga que decir*. Del mismo modo que el general de Sunzi sólo combate cuando el enemigo ya está vencido, podría decirse que (amparándonos en el parentesco etimológico de ambos verbos) el orador chino sólo hablaría cuando su auditorio ya está *con-vencido*. Por nuestra propia cuenta, y siguiendo la lógica de Jullien, nos atrevemos a formular el principio retórico chino de manera no menos paradójica: *primero convencer, después hablar*.

El libro que plasmaría esa teoría es el *Guiguzi* (鬼谷子, recomendamos una dicción kui-ku-dse)". El título de esta obra debe su nombre al homónimo Maestro del Valle Fantasma o de los Fantasmas (eso significa, elocuentemente, el nombre chino), el misterioso personaje a quien se atribuye. De él se asegura que, casualmente, fue profesor del célebre autor del *Arte de la guerra*, el general Sunzi. Esa proximidad seguramente espuria entre las obras de maestro y discípulo parece así consolidar una línea de pensamiento. Subrayando la visión antitética de la eficacia que representa, François Jullien describe el contenido doctrinal del *Guiguzi* no como el de una retórica, sino el de una “anti-retórica”:

“(…) pese a que se produce una relación de palabra (el consejero se dirige al príncipe), no se trata de retórica. Mejor dicho, es un tratado de anti-retórica: en lugar de enseñar a convencer al otro haciéndole ver lo acertado, o por lo menos el interés, de nuestra opinión, enseña a influir en él de tal manera antes de expresar cualquier opinión que se vea llevado a seguir espontáneamente nuestro parecer. No se insiste, pues, en la organización de la palabra, como discurso, sino en las condiciones que conviene disponer previamente entre el otro y uno mismo, de modo que cualquier palabra que uno emita sea tan bien vista por el otro que éste la admita inmediatamente, que confíe de entrada y ni siquiera se le ocurra ponerla en duda ni, menos aún, discutirla. Convencer al otro, como es sabido, exige siempre un esfuerzo, el que implica la retórica, y el resultado nunca está garantizado; convencer al otro es cada vez librar batalla. En cambio si el otro no desconfía (si es llevado a no desconfiar), uno ya no tiene que esforzarse, y se puede dar la partida por ganada de antemano.”¹

Para describir la naturaleza diferencial entre los planteamientos de la retórica occidental y los de la “anti-retórica” china, Jullien habla de “persuasión” y “manipulación” respectivamente. Sólo la “manipulación” previa del auditorio puede garantizar que el discurso del *suasor* chino por excelencia, el consejero del rey, sea

¹ JULLIEN (1999: 232).

bien recibido y creído de antemano. A las técnicas de persuasión occidentales se contrapondría, pues, una “lógica de la manipulación” china.²

Lo cierto es que el *Guiguzi* ha sido durante mucho tiempo un libro maldito, considerado peligroso. Su exclusión del canon clásico, estigmatizado por pertenecer a una corriente de pensamiento anti-confuciana, acusada de amoral,³ lo mantuvo lejos del interés general durante siglos, relegado en uno de los lados “oscuros” de la cultura china: la tradición de astucia (asociada por algunos al concepto homérico de μῆτις⁴) que predica la eficacia a toda costa. En los últimos años, sin embargo, el cambio de modelo económico chino hacia el capitalismo de facto ha sacado de la vida esotérica al libro. Se ha producido un incremento notable en las publicaciones chinas sobre el *Guiguzi*, en su mayoría relacionadas con la dirección de empresas, presentándolo precisa e irremediamente como “El arte de la guerra para el Mercado”⁵. Este interés por la estrategia de negocios y la guerrilla del marketing ha hecho al texto muy apreciado por los hombres y mujeres de negocios chinos que han buscado en él una sabiduría estratégica y psicológica poco menos que mágica.⁶ La fértil ambigüedad de los abstractos en el chino clásico ha alentado esa lectura: si uno traduce el crucial concepto de *shì* 事 (que puede interpretarse como “asunto”, “cosa”, “lo que hay”, “realidad”, “circunstancia”, etc) directamente como “negocio”, puede comprenderse bien ese interés. También así se ha tratado en Europa: una reciente traducción rusa, aparecida inicialmente en una publicación de ciencias de la administración, se difunde en Internet asociada a una escuela de formación de líderes políticos y económicos.

Sin negar este lado, digamos, mundano y proyectado a los negocios, y como era de esperar tratándose de una sinóloga de origen chino, la profesora Hui Wu protesta contra la distinción trazada por Jullien y reivindica la naturaleza indiscutiblemente retórica del *Guiguzi*. En la parte que ella firma⁷ de su reciente trabajo conjunto con C. Jan Swearingen, y en cuyo subtítulo la obra se presenta abiertamente como “El primer tratado retórico de China”, Hui Wu sostiene que “retórica” es una etiqueta lo suficientemente amplia como para poder incluir en ella

² Cf. JULLIEN (2000: 43 ss.).

³ Una visión moralista del *Guiguzi* nos la ofrece Chung-se Kimm, el primer traductor a una lengua europea, durante la república de Weimar, para quien Guiguzi, educado en el taoísmo, fue sin embargo un sofista. Lo equipara con Protágoras en su calidad de “padre de la sofística china” KIMM (1927: 118).

⁴ COYLE (1999: 9).

⁵ COYLE (1999: 5). Sobre el conjunto de estas cuestiones, véase especialmente la *Introduction* en COYLE (1999: 1-29).

⁶ WU y SWEARINGEN (2016: 16).

⁷ Titulada de nuevo de forma reivindicativa “Redrawing the Map of Rhetoric” (WU y SWEARINGEN (2016: 1-31).

al *Guiguzi*, sin tener que catalogarla en la trinchera de enfrente, en la “anti-retórica”. Eso pone también en jaque la contraposición entre “persuasión” y “manipulación” que subyace.⁸

Se tome el partido que se tome en el debate, hay que reconocer que el planteamiento de Jullien⁹ ha obligado a reflexionar sobre los significados y el alcance de la contraposición.¹⁰ No ha faltado quien ha buscado alguna forma de conciliación en el debate. Es el caso del profesor Joachim Gentz, quien, desde una posición que podríamos denominar “diferencialista”, pretende sin embargo una compatibilidad entre “manipulación” y “persuasión” a partir de una relación no ya de contraste o directa contraposición entre ambos términos, sino de inclusión: tal como se presenta en el *Guiguzi*, el ejercicio de la persuasión, definido por su vinculación con el discurso *verbal*, estaría subsumido en “el arte de la manipulación”, el cual, según Gentz, excedería en gran medida el lenguaje. De ese modo, el tema trasversal del libro consistiría, como sostiene Jullien, en el proceso de ganarse los afectos de alguien por diversos medios con el objetivo de manipular su voluntad,¹¹ pero la persuasión propiamente dicha (cuyo lugar específico, como veremos, se halla en el capítulo 9) no sería simplemente uno más de los recursos que se consideran al servicio de este proceso, sino que el discurso verbal representaría una especie de culmen para obtener el objetivo y ocuparía una posición descollante en su concepción estratégica.

⁸ Cf. WU y SWEARINGEN (2016: 12): “ (...) [T]he audience of Chinese rhetoric was different from that of the Western tradition. This understanding is important for the understanding of Guiguzi's rhetorical theory, which has been mistakenly interpreted as anti-rhetoric, or manipulation, in the West.” Y más adelante, p. 24: “*This language is rhetoric*. Many Western readings seem unaware of the progress in the study of Chinese rhetoric, such as Coyle's dissertation (...) and Jullien's *A Treatise on Efficiency* (...)”

⁹ Broschat, quien presenta su tesis doctoral en 1985, con anterioridad por tanto a la publicación de las ideas de Jullien, adopta una posición propia, que ignora el término “manipulación” aunque describe el objetivo del *Guiguzi* en relación directa con lo que nosotros llamaríamos “mano izquierda”. BROCHAT (1985: 2): “how to make someone do what you want them to do while they presume they are acting on their own behalf”. En su planteamiento las nociones de “persuasión” y “retórica” se independizan de algún modo. Señalando el énfasis chino en los aspectos psicológicos de la persuasión, puede afirmar rotundamente (p. 4) que el *Guiguzi* “is not a manual of rhetoric” y describirlo a continuación (p. 5) como “a belletristic reflection of thought about the general topic of rhetoric and persuasion in particular.”

¹⁰ Incluso Coyle, quien parte de una aceptación de las ideas de Jullien, se resiste al concepto de “anti-retórica” a partir de la dificultad de deslindar las ideas de “manipulación” y “persuasión” (COYLE 1999: 28): “The thought of the *Guiguzi* is especially difficult to communicate because it at once fully utilizes and embodies the classical Chinese conception of efficacy (manipulation resistant to persuasion, according to Jullien) while exploiting the correlative counter-current (persuasion lacking manipulation) within the process itself.”

¹¹ GENTZ (2014: 1007): “The main theme running through all of the chapters is the process of winning somebody's affections in order to manipulate him or her.”

Por ese camino, y aunque indirectamente la propia idea de persuasión queda contaminada connotativamente por la de la manipulación, Gentz termina en un punto próximo a Hui Wu: tendría perfecto sentido, según él, hablar de manual de persuasión para este libro.¹²

El *Guiguzi* como *shanzai*

Cuando se trata de textos chinos antiguos, la sencilla idea de dar un autor y una fecha de publicación se complica hasta extremos sorprendentes incluso para los classicistas, que estamos habituados a debatir sobre problemas de fuentes, interpolaciones, contaminaciones y otras muchas peripecias textuales. Al pretender dar esas referencias de textos chinos no nos queda otro remedio que enfrentarnos al fenómeno que el filósofo germano-coreano Byung-chul Han denomina “*shanzai*” y cuyo sentido queda descrito en el subtítulo de la obra que le dedica: *El arte de la falsificación y de la deconstrucción en China*. En resumidas cuentas, el mismo fenómeno que puede justificar la particular relación china con la imitación o la reproducción de marcas a precios de saldo, tan poco culpable, podría explicar ese peculiar proceso de intervención, modificación y recreación de obras a lo largo de los siglos por parte de un público o *milieu* literario que, a pesar de venerar al maestro a quien atribuye el texto, comparte tan poco la veneración y el respeto occidental por la autoría.

A título de analogía, podría decirse que, en su composición, las antiguas obras chinas obedecen a un principio similar al del llamado “ajedrez español”, una variedad del juego de mesa que estuvo en boga durante la Edad Media. En esa variante del ajedrez no hay propiamente *dos* bandos, aunque haya fichas de dos colores: cada pieza de cada bando, blanco o negro, la mueve cada vez una persona distinta que actúa bajo su propia idea del juego. Desde esa perspectiva, resulta tan sencillo (o tan complicado) renunciar a la noción de autor de un texto como a la del jugador único de ajedrez. En numerosas obras chinas se confunden título y autor, sin embargo, como en el ajedrez español, diluido en lo apócrifo y reducido por un proceso casi nominalista a mera etiqueta, a una manera de identificar un texto, el autor auténtico y único se transforma en muchos casos -¡y nunca mejor dicho que en el nuestro!- en un fantasma, y eso es fundamental a la hora del análisis. No podemos pensar, pues, en una mentalidad individual detrás del libro, sino de una compleja tradición mental. La investigación sobre la autoría se funde así inevitablemente con la investigación sobre la pervivencia de la obra.

¹² GENTZ (2014: 1009-1010): “The art of manipulation is to a great extent *beyond* language (...) Yet, persuasion is not just one of the continuous themes in the *Guiguzi*, it is the outstanding and final technique to achieve the desired decision (...) It therefore makes sense to regard this book as a manual of persuasion.”

En el caso que nos ocupa, el Maestro del Valle Fantasma o de los Fantasmas vivió durante el siglo IV a.C., en la época conocida como Reinos Combatientes, la última etapa de lo que se ha dado en llamar “clasicismo” chino. Sin embargo, el proceso de compilación, fijación y edición definitiva, que se desarrolla hasta la dinastía Tang (ss. VII al X d.C.), hace que una descripción minuciosa de la historia del texto¹³ resulte fascinante, compleja e imposible en el espacio de este artículo.

Guiguzi,¹⁴ el Maestro Guigu, se considera tradicionalmente fundador de la *zonghengjia* 纵横家¹⁵, “escuela de las alianzas vertical y horizontal”, un centro de formación para diplomáticos y consejeros que se paseaban itinerantes por los distintos reinos ofreciendo a los soberanos sus servicios, con fama de ser los más hábiles maestros de la persuasión en la antigua China. Sabemos muy poco del personaje histórico. Si hemos de creer una anécdota transmitida,¹⁶ Guiguzi ponía a prueba la elocuencia de sus discípulos desde el fondo de una caverna, sumidos en la oscuridad, sirviéndose sólo del poder de la voz para persuadir y sin *actio* que la acompañara o sostuviera a ojos del auditorio por lo tanto. Aunque ilumina su nivel de exigencia, la anécdota no deja de ser chocante porque, si la obra que se le atribuye verdaderamente se trata del “primer tratado retórico de China”, su planteamiento ofrece una drástica contraposición de partida con respecto al que adopta la tratadística retórica clásica de raíz greco-latina: el *Guiguzi* no enseña tanto a persuadir auditorios como interlocutores. No se ocupa tanto de la alocución, como de la *interlocución*. No instruye, pues, en el monólogo, sino en el diálogo.

Debemos tener en cuenta que las condiciones de ejecución de la suasoria política son muy distintas en la China antigua y en el mundo greco-romano. El orador ateniense del siglo V a.C. hablaba desde el centro del ágora para la asamblea de los varones libres, sus iguales legales por obra de la democracia y situados físicamente a su misma altura. Por su parte, el magistrado romano del I a.C., si intervenía fuera del Senado, se dirigía desde una situación prominente del Foro, la tribuna de los oradores (los *Rostra*), a la masa de ciudadanos-subordinados. Pues bien, en lugar de los discursos públicos de los líderes a sus iguales o a sus subalternos, como en la Europa grecolatina, en la China de los Reinos Combatientes la forma más característica de la suasoria política (*shui* 说) se desarrolla en una situación radicalmente diferente: el consejero chino del siglo III a.C. intenta convencer en privado a un único oyente, el rey, superior a él y que le observa desde

¹³ Véase al respecto especialmente BROCHAT (1985: 19-55).

¹⁴ Como es habitual, escribimos el nombre del autor en letra redonda y reservamos la cursiva para la obra homónima. El sufijo “zi” se traduce habitualmente como “maestro”.

¹⁵ Sobre el término cf. GENTZ (1999: 2, n 2).

¹⁶ GENTZ (1999: 12-13).

arriba, sentado en su trono, que está en una posición elevada e inexcusablemente orientado hacia el sur.

Es en esa diferencia de orden socio-espacial (un escenario público frente a uno privado) donde Jullien encuentra el origen del divergente desarrollo teórico de la retórica en Europa y China: en razón de sus respectivas circunstancias, el minucioso análisis de las técnicas del discurso que conoció el mundo grecolatino habría sido sustituido en China por un interés fundamental en los aspectos psicológicos de la relación discursiva.¹⁷ Pero quizá más que el orden socio-espacial resulte determinante en este desarrollo divergente la dimensión política y jurídica: la diferente relación de poder que se establece en ese escenario. Los participantes en la versión china del *genus deliberativum* representan dos polos de una relación de poder invertida con relación a la observada en la oratoria clásica europea: el auditorio singular, el *deliberans*, es el poder superior que debe tomar una decisión, mientras que el *suasor* es el subordinado, el servidor, el inferior.¹⁸ Como plasmación de ese grueso desequilibrio, el consejero, situado frente al soberano, mantiene una postura humillada con los ojos vueltos al norte y, al hablar, no sólo se juega la capacidad de persuasión como el orador griego o el romano, sino también, literalmente, la vida. Su posición es especialmente delicada y arriesgada. El filósofo legista Han Feizi (siglo III a.C.) nos ha dejado una dramática y detallada ejemplificación de los peligros que acechaban a los consejeros en el período de los Reinos Combatientes. En el capítulo 3 de su obra, que versa precisamente sobre estas dificultades, en un pasaje dirigido al soberano de Han puede leerse: “Si Vuestra Majestad no cree a su consejero, en el mejor de los casos lo toma por maledicente y calumniador; en el peor puede llegar a considerarlo una completa calamidad y condenarlo a muerte.”¹⁹

Es precisamente a esos voluntariosos, sufridos candidatos a ministro y consejero a quienes pretende enseñar retórica el *Guiguzi*. Y ese contexto de ejecución de su tarea, en que el auditorio puede interrumpir a voluntad al orador, permite que se comprenda mejor la relevancia que concede a la “escucha”.²⁰ En un amenazante escenario de interacción el *suasor* se encuentra en la necesidad perentoria de escuchar atentamente a su todopoderoso interlocutor para penetrar sus intenciones y

¹⁷ JULLIEN (1999: 246-7).

¹⁸ Por eso puede afirmarse que, en un sentido más amplio, podrá encontrar consejo en el *Guiguzi* quien pretenda sacar partido de sus jefes o superiores. Esa es una de las razones por las que el libro ha sido históricamente considerado peligroso, cf. WU y SWEARINGEN (2016: 18).

¹⁹ Cf. CONDE y ZHAO (2016), p. 32.

²⁰ WU y SWEARINGEN (2016: 26): “The most important tactic in persuasion (...) is listening.”

expectativas.²¹ Sólo de esa manera puede dirigir correctamente su estrategia persuasiva. Como en una mayéutica, el consejero no tiene sólo que esperar que el rey hable: de hecho debe ayudarlo y animarlo a hablar.²² Con fundamento titula Gentz su artículo sobre el *Guiguzi* “Rhetoric as the Art of Listening”. Pero no sólo es el *Guiguzi* el que hace hincapié en la importancia de la escucha: la retórica clásica china en su conjunto puede verse como un manual de defensa personal en los dos sentidos de la interlocución. Como antídoto y contraparte a lo que el *Guiguzi* enseña al aprendiz de consejero se presenta en buena medida el *Han Feizi*, y en particular el capítulo 8, donde se recomienda al rey “nunca mover los labios antes de que lo hagan los subordinados” y escuchar a su ministro ¡“aparentando estar borracho”!

La contraposición entre “manipulación” y “persuasión” sólo en un sentido moral puede parecer pertinente al orador, pero cobra todo el sentido (y la utilidad) desde la perspectiva del auditorio: si parece legítimo *dejarse* persuadir (como prueba de tolerancia y sensibilidad a los argumentos), no lo parece en absoluto dejarse manipular. Si hay motivos para ceder a la persuasión, obligan a *resistirse* a la manipulación razones prácticas, morales y de autoestima. En primer lugar, porque no se presumen a quien la practica objetivos compartidos con su interlocutor, sino propósitos velados o espurios que pretenden en último extremo engañarle o aprovecharse de él. Además, porque la manipulación delata una ofensiva incapacidad o falta de recursos intelectuales en quien la permite. El orador se convierte aquí en estafador y el oyente en víctima. Si se recupera, pues, el vínculo lógico (e incluso etimológico) entre “escucha” y “auditorio” podrá darse la importancia adecuada a los planteamientos retóricos sostenidos por el *Guiguzi*.

La doctrina que dispensa esta colección de textos sobre cómo influir en un superior puede entenderse, en suma, como una dialéctica, bien en el sentido socrático —un estudio de la conversación— o, si se prefiere, desde la perspectiva del dialogismo de Bajtín —un estudio del punto de vista. Pero también podría hablarse de una dialéctica en el sentido hegeliano, porque su desarrollo expositivo se asienta

²¹ Es en este aspecto donde C. Jan Swearingen, en su comentario de la obra, WU y SWEARINGEN (2016: 113-154), señala los orígenes de la visión negativa del libro por parte de la tradición confuciana y de un sector de la sinología occidental. Según esa perspectiva, (p. 132) “the very idea of targeting a specific audience after having studied their characteristics is unethical because it is manipulative.” Cf. también p. 144: “Aristotle's accounts of audience psychology are recognized in the West as among the earliest, and as the forerunners to the study of psychology (...) Guiguzi's focus on the prediction of audience reactions was one of the grounds for his dismissal from the Chinese classics.” Asimismo p. 145: “The observation of speaker-audience roles and interactions is the point of emphasis that led to criticism of rhetoric as manipulative, underhanded, and unethical in both Chinese and Western traditions.”

²² Ese es el tema fundamental del capítulo 2. Véase sobre la cuestión el apartado que Xing Lu titula en su monografía “The Art of Listening” en LU (2011: 279).

sobre un característico binarismo taoísta: *yin/yang*, dentro/fuera, principio/fin, abrir/cerrar... Estos pares contrapuestos articulan su discurso y, como veremos a continuación, se utilizan ocasionalmente como epígrafes de las distintas secciones del libro.

La traducción de capítulo 9 del Guiguzi (权篇 quán piān)

El *Guiguzi* está articulado en capítulos (*piān*) cuyo número los editores²³ amplían, reducen o agrupan de diversos modos en función de su interpretación de la historia del texto y de su constitución. En unos casos se limitan a doce (once de ellos considerados como un texto “primario”),²⁴ en otros se extienden hasta diecisiete. El noveno (*quán piān*) representa, para quien lee desde la familiaridad con la retórica europea, un punto de inflexión o, si se prefiere, una culminación en un decurso pura y descarnadamente teórico, árido aunque poético, sin ejemplos o anécdotas ilustrativas de ningún tipo —algo poco habitual en la tradadística china. En su interpretación del conjunto, Gentz habla de un “complejo proceso de manipulación”²⁵ que avanza en sucesivas etapas, capítulo a capítulo. El “arte de la persuasión” se trae a escena finalmente en dicho noveno *piān* a través de una temática en la que no resulta difícil reconocer un parentesco inmediato con el concepto aristotélico de τὸ πρέπον (o el correspondiente ciceroniano de *decorum*):²⁶ el discurso debe resultar adecuado al carácter individual de la persona a la que se pretende persuadir, a la cual se presenta desde distintas perspectivas tipológicas, psicológicas o sociológicas. En suma, si (en nombre de la idea europea) puede haber dudas respecto a la naturaleza propiamente “retórica” del resto, no parece haberlas respecto a este capítulo. Ese reconocimiento indudable de la disciplina, digamos, es la razón fundamental por la que lo hemos seleccionado para su traducción castellana. Nosotros lo hemos titulado “El Análisis”, pero esta decisión es tentativa y bien podría modificarse en otro contexto.

Con excepción de los tres últimos (quince a diecisiete), los restantes capítulos del *Guiguzi* llevan por epígrafe un carácter o dos como máximo, es decir, una sola palabra o un par de términos contrapuestos, que subsumen el tema como si se tratase de lemas de un diccionario. Hay que decir, sin embargo, que el capítulo 9 es una

²³ La edición comentada de Xu Fuhong, de 2015, que nosotros utilizamos como referencia y texto de partida, contiene el corpus más extenso. Una versión accesible del mismo *corpus* pero que no coincide sin embargo con la de Xu, puede encontrarse en el *Chinese Text Project* <<https://ctext.org/gui-gu-zi/quan-pian/>>.

²⁴ Cf. COYLE (1999: 149). Éste es también el planteamiento del artículo de Gentz.

²⁵ GENT (2014: 1008).

²⁶ Cf. Cic., *Or.* 70-71. Para un concepto equivalente, Quintiliano prefiere el adjetivo *aptum* (*I.O.* 11.1.1).

excepción: *quán* significa literalmente el peso o la medida, pero el capítulo que presentamos sólo de manera muy tangencial puede ponerse en relación con un concepto que, en cambio, sí es relevante en otros apartados. A título comparativo, hemos manejado dos traducciones al inglés (la última de 2016), una al ruso y otra al alemán (la primera traducción a una lengua europea, de 1927). Son las cuatro únicas traducciones completas a lenguas europeas de las que tenemos noticia. Estas cuatro traducciones vierten el título del capítulo 9 del siguiente modo: al inglés, *Assessing* (Wu) o *Evaluation* (Broschat); el traductor al alemán, Kimm, habla de “sopesar” -*Der Abschnitt des Wägens*- y el ruso V. V. Maliavin, de “piedra de toque” - *Оценок паззовопа*-.

El título no es la única cuestión elusiva, disputada y espinosa de nuestra traducción. Es difícil exagerar la dificultad y al mismo tiempo el placer intelectual que comporta la interpretación del chino antiguo.²⁷ Quizá los lectores no especializados o familiarizados con la literatura de esa etapa cultural tengan en mente el *Daodejing* o *Tao te king*, el célebre libro atribuido al sabio Laozi (Lao Tsé), y casi seguro lo recordarán como la quintaesencia del enigma. Bueno, el *Guiguzi* pertenece a esa misma tradición taoísta de oscuridad poética y economía radical.²⁸ Con buen criterio, Kimm habla de lenguaje “oracular”. Un defecto común que hemos encontrado en el conjunto de las traducciones mencionadas es que traducen el texto en prosa continua, limitándose a separar párrafos dentro de los capítulos. A nuestro entender el Libro del Maestro del Valle Fantasma debería entenderse y plasmarse como un texto a medias de prosa y de verso,²⁹ semejante a la sátira menipea —y en consecuencia debería secuenciarse a veces con líneas versales, frase a frase. El *Guiguzi* está lleno de sentencias memorables.

Conviene tener presente la naturaleza pictórica del chino para comprender mejor las características derivadas de la materialidad del texto. No sólo hay que guiarse por las estructuras formales para traducir semánticamente, para encontrar los significados correctos, precisados, de entre un amplio espectro de posibilidades, por los juegos especulares, paralelismos o contrastes gráficos: también hay que hacerlo para secuenciar el propio texto, para espaciar y poder observar las relaciones entre partes. En nuestra presentación del capítulo 9 se distinguen gráficamente períodos, párrafos y unidades numeradas. Los *períodos* obedecen a la difícil “frasificación” de una escritura ideográfica sin puntuación, y no es desde luego unánime. Los *párrafos* pretenden dar cuenta de lo que, a su vez, podríamos llamar “versificación”: la fuerza

²⁷ Sobre los problemas de traducción en general, cf. COYLE (1999), pp. 179ss.

²⁸ Cf. KIMM (1927: 121): “Seine Sprache (...) hat (...) etwas Orakelhaftes”. La sentencia de este traductor sobre el estilo de Guiguzi es muy interesante: en su opinión, se trataría del “escritor más moderno de la China antigua” (p. 122: “[Guiguzi] ist (...) der modernste Schriftsteller des chinesischen Altertums.”)

²⁹ No sería un caso único a ese respecto. Cf. BROCHAT (1985: 99): “I would contend that much of Classical Chinese prose corresponds to our modern idea of free-verse poetry.”

expresiva del texto, que, además de los juegos de simetrías gráficos, recurre a la repetición retórica, el encabalgamiento, la anáfora o la anadiplosis, exige a menudo una secuenciación de las ideas en forma de esticomitia —como si fueran versos, cada período o frase se corresponde con una línea o párrafo. Finalmente las *numeraciones* ponen de relieve estructuras formales que permiten conjeturar también unidades temáticas, “titulables”, digamos. Dentro de la composición unitaria del capítulo, perceptible en la naturaleza sumarial del último párrafo, según nuestro análisis se observan cinco unidades estructurales que pueden a su vez subdividirse en algún caso. Una buena manera de comprender su valor sería intentar poner un epígrafe o subepígrafe a cada apartado: en esta fase de nuestro trabajo es algo que dejamos como desafío a la iniciativa del lector.

Guiguzi 9:

El análisis

1

Aconsejar es persuadir a alguien y persuadir a alguien, ayudarle.

Para embellecer el discurso hay que servirse del ornato y para servirse del ornato, ampliar o reducir.

La réplica necesita de un lenguaje afilado y un lenguaje afilado es el que alivia la discusión.

Llevar razón requiere hacer claridad y hacer claridad, someter a comprobación.

Refutar es contradecir lo que dice alguien y contradecir lo que dice alguien, hacer que asome lo que oculta.

2

2.1

El adulator usa el halago para que se piense que es leal.

El pedante usa la erudición para que se piense que es inteligente.

El lenguaje llano y decidido sirve para aparentar valentía.

El análisis pesimista sirve para ganarse la confianza.

La crítica serena de los defectos ajenos sirve para imponerse.

2.2

Adivinar los deseos del otro y complacerlos: eso significa “halago”.

Grandilocuencia y abundancia de citas literarias: eso significa “erudición”.

No dudar y hablar sin rodeos: eso significa “decisión”.

Elegir la estrategia y presentarla adecuadamente: eso significa “análisis”.

Señalar los defectos ajenos para encubrir el error propio: eso significa “crítica”.

3

Por eso la boca es el órgano clave: con él se abren y cierran los sentimientos y las ideas.

Los oídos y los ojos son asistentes del corazón: con ellos se detecta la mentira y la maldad.

Por eso se dice: si los tres órganos reaccionan de consuno, van por buen camino.

Por eso quien perora de forma compleja sin perder el hilo, quien hace volatines libremente sin desorientarse, quien afronta cambios y mutaciones sin ponerse en peligro es porque ve lo esencial y comprende las normas.

Por eso a quien no tiene ojos no se le pueden mostrar los colores y a quien no tiene oídos no se le puede informar con sonidos.

Por eso si alguien no puede ir es porque no hay puerta de salida; si alguien no puede venir es porque no hay por donde recibirlo.

Las cosas a veces no son comunicables, por eso el sabio no lo intenta.

Los antiguos tenían un refrán que dice: “La boca puede comer, pero no hablar”, porque el discurso debe respetar el tabú; y también: “Muchas bocas funden el oro”, porque el lenguaje deforma la realidad.

4

4.1

Por naturaleza el hombre quiere que, cuando habla, se le escuche y, cuando emprende algo, llevarlo a término.

De ahí que el sabio no recurre a sus debilidades, sino a las armas del necio; no recurre a sus propias torpezas, sino a las habilidades del necio: por eso nunca sufre percances.

Si se trata de beneficio, atente a tus puntos fuertes; si se trata de perjuicio, no muestres tus puntos flacos.

Por eso, seguro que los cangrejos usarán la resistencia y solidez de sus caparazones para defenderse y seguro que las avispas usarán el veneno de sus aguijones para atacar.

Del mismo modo que los animales saben emplear sus armas, los oradores saben emplear sus recursos.

4.2

Por eso se dice que hay cinco tipos de discurso: enfermo, asustado, ansioso, furioso y alegre.

Enfermo es el discurso sin energías de alguien alicaído.

Asustado es el discurso sin control de alguien sobrecogido.

Ansioso es el discurso sin fluidez de alguien incomunicado.

Furioso es el discurso sin orden de alguien frenético.

Alegre es el discurso sin centro de alguien disperso.

Emplea en tu beneficio estas cinco maneras de hablar cuando las hayas perfeccionado.

5

5.1

Por eso cuando hables con alguien inteligente, bázate en la erudición; cuando hables con un erudito, en la argumentación; cuando hables con un polemista, ve al grano.

Cuando hables con un noble, trata del poder; cuando hables con un rico, del lujo; cuando hables con un pobre, del beneficio; cuando hables con alguien de clase baja, de la humildad.

Cuando hables con alguien valiente, hazlo con osadía; cuando hables con un necio, con agudeza.

Estas son las técnicas correctas, pero la gente a menudo las contraviene.

5.2

Por lo tanto, cuando hables con alguien inteligente, usa las técnicas para que entienda con claridad; cuando hables con alguien que no es inteligente, úsalas para enseñarle —pero esto es complicadísimo de hacer.

Así pues hay diversas categorías de discurso, igual que las circunstancias son muy cambiantes.

Por eso, si hablas todo el día sin perder de vista el tipo de discurso adecuado, las circunstancias no estarán desordenadas.

Aunque el tema del discurso no cambie en todo el día, no perderás el control.

Por eso, igual que la lógica es preciosa para tu inteligencia, un oído fino para que escuches y la claridad para que veas, así para tu elocuencia será precioso lo sorprendente.

Nuevas preguntas para concluir

No puede decirse que el pasaje no cumple a rajatabla su propio precepto: es persuasivo porque *es sorprendente*. Por desgracia, nuestro comentario detallado de este capítulo tendrá que aplazarse a otro trabajo y en esta breve conclusión nos limitaremos, me temo, a plantear más preguntas en lugar de contestar a las que nos habíamos planteado ya. Antes que ninguna: ¿puede tacharse esto verdaderamente de “anti-retórica”?

Cierto es que el *quán piān*, el capítulo noveno, es, como advertíamos, el más convencionalmente retórico —desde el punto de vista europeo. Es decir, es la sección del *Guiguzi* que se corresponde más de cerca con un tratado de retórica griego o romano. Sin dejar de advertir las diferencias expresivas, cualquier conocedor de los fundamentos de la retórica clásica se sorprenderá al ver plasmados tan claramente los principios de Aristóteles, que Cicerón difundiría en Roma: la necesidad de adaptar el discurso a las circunstancias y, en primer lugar, a las del auditorio. En otras palabras, la intersubjetividad como principio rector del discurso persuasivo. No se observa gran discrepancia ahí entre “Oriente” y “Occidente”.

Con todo, las propuestas de Jullien invitan a revisar la naturaleza de la

distinción que subyace a los conceptos de “persuadir” y “manipular”, atribuidos respectivamente a las enseñanzas de la retórica europea y a las de la “anti-retórica” china. Vimos cómo en el planteamiento de Joachim Gentz, ambas nociones no se contemplan como categorías contradictorias, sino en una relación de inclusividad: “persuadir” sería así un aspecto, cuya diferencia específica se encuentra en su naturaleza verbal, del concepto más amplio “manipular”, que abarca tanto lo estrictamente lingüístico como lo extralingüístico. ¿Sería *admisible* concluir que, en el fondo, “persuadir” es una forma de “manipular”?

En su obra seminal, Perelman y Olbrechts-Tyteca dedican un epígrafe a lucubrar sobre la distinción entre “propaganda” y “educación”. ¿Cómo advertir cuándo se trata de una o de otra? Se nos informa allí³⁰ de la afirmación atribuida a Laswell según la cual “el educador difiere del propagandista esencialmente porque alude a materias que no son, para el auditorio, objeto de controversia”. La diferencia que entre las actividades del uno y del otro establece el lenguaje no sería, pues, de naturaleza propiamente objetiva, referencial o denotativa, sino más bien subjetiva, axiológica o connotativa. Es decir, no tiene tanto que ver con actividades o prácticas diferentes en sí mismas como con un *juicio* sobre los contenidos de una alocución y su relación con las creencias compartidas: si lo que oigo es admisible, está en boca de un “educador”; si no me gusta, entonces se trata de un “propagandista”. De forma paralela, en el contexto de ejecución del discurso, la distinción entre una alocución persuasiva y la obra de un manipulador, ¿no tendrá que ver más bien con un *juicio* sobre los objetivos y actitudes del orador? No tenemos una respuesta tajante, pero, si nos situamos ante rétores, ante maestros o profesores de oratoria, ¿estamos seguros de que la distinción entre lecciones que enseñan a “persuadir” (como transferencia retórica, positiva o humanista, equivalente a “educar”) o que, por el contrario, adiestran para “manipular” (como conocimiento anti-retórico, negativo o anti-humanista, equivalente a “hacer propaganda”) tiene que ver realmente con principios estratégicos o técnicas alternativas? El propio *Guiguzi* 9 dice: “persuadir es ayudar”. ¿Es ironía?

JUAN LUIS CONDE (*Universidad Complutense Madrid*)

LIN ZHAO (*Universidad de Finanzas y Economía de Guizhou*)

<https://doi.org/10.17398/1886-9440.13.27>

³⁰ Cf. PERELMAN y OLBRECHTS-TYTECA (1989), p. 101.

BIBLIOGRAFÍA

- BROSCHAT, M. R. (1985), *Guiguzi: A Textual Study and Translation*, Tesis Doctoral, University of Washington.
- CONDE, J.L. y ZHAO, L. (2016), “Suasoria bajo presión: traducción y comentario al capítulo 3 del *Han Feizi* (Aportación al estudio de la retórica política en China clásica, 2)”, *Rétor* 6: 28-50. <http://www.revistaretor.org/pdf/retor0601_conde.pdf>
- COYLE, D. (1999), *Guiguzi: On the Cosmological Axes of Chinese Persuasion*, Tesis Doctoral, University of Hawaii.
- GENTZ, J. (2014), “Rhetoric as the Art of Listening: Concepts of Persuasion in the First Eleven Chapters of the Guiguzi”, *Asia* 68: 1001-1019.
- HAN, B.-ch. (2016), *Shanzai. El arte de la falsificación y de la deconstrucción en China*, Buenos Aires: Caja Negra.
- JULLIEN, F. (2000), *La propensión de las cosas. Para una historia de la eficacia en China*, Barcelona: Anthropos.
- _____ (1999), *Tratado de la eficacia*, Madrid: Siruela.
- KIMM, Ch.-S. (1927), “Kuèi- Kūh-Tzè, der Philosoph von Teufelstal”, *Asia Major* 4: 108-146.
- LU, X. (2011), *Rhetoric in Ancient China, Fifth to Third Century B.C.E. A Comparison with Classical Greek Rhetoric*, Columbia: U. of South Carolina Press.
- MALIAVIN, V. V. (trad., intr. y notas) (2003), “Гуй Гу-цзы” , *Искусство управления*, Издательство Астрель, pp. 244-318. [Гуй Гу-цзы. Глава 9. Оселок разговора. <<http://smalltalks.ru/duhovnost/20-gui-gu-dzi.html>>]
- PERELMAN, Ch. y OLBRECHTS-, L. (1989), *Tratado de la argumentación*, Madrid: Gredos.
- WU, H. y SWEARINGEN, C. J. (intr., trad., notas, coment.) (2016), *Guiguzi: China's First Treatise on Rhetoric. A Critical Translation and Commentary*, Carbondale: Southern Illinois University Press.
- XU, F. (ed.) (2015), *Guiguzi*, Pekín: Zhonghua Shuju.