

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN**

**Decana**

Dra. Mercedes del Valle Leal

**Vicedecano**

Mg. Santiago Rex Bliss

**Secretario Académico**

Prof. Sergio Oscar Robín

**Directora del INSIL - Instituto de Investigaciones  
Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas "Dra. Elena Malvina Rojas Mayer"**

Dra. Silvina Douglas

RILL -Revista del Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias  
Hispanoamericanas / Nueva época. ISSN: 2250-6799

## **Comité científico**

Marta Albelda Marco (Universidad de Valencia)

Leonor Acuña (Universidad de Buenos Aires)

Isabel Michelan de Azevedo (Universidad Federal de Sergipe, Brasil)

Marta María Baralo (Universidad Antonio de Nebrija, España)

Daniel Capano (Universidad de Buenos Aires)

Alejandra Cebrelli (Universidad de Salta)

Guiomar Ciaspuscio (Universidad de Buenos Aires)

Mabel Giammatteo (Universidad de Buenos Aires)

Eduardo Lopes Piris (Universidad Estadual de Santa Cruz)

Francisca Noguero (Universidad de Salamanca, España)

Elvira Narvaja de Arnoux (Universidad de Buenos Aires)

Alejandro Parini (Universidad de Belgrano)

Giovanni Parodi (Universidad de Valparaíso, Chile)

Carlos Felipe Pinto (Universidad Federal de Bahía, Brasil)

Elizabeth Rigatuso (Universidad Nacional del Sur)

Nora Sforza (Universidad de Buenos Aires)

## **Equipo editorial**

### **Directora:**

Gabriela Palazzo

### **Editor responsable:**

Carlos Castilla

### **Consejo editorial:**

Claudia Carina Albarracín

Sandra Faedda

Silvio Alexis Lucena

Soledad Martínez Zuccardi

María del Carmen Pilán

Guillermo Siles

### **Coordinación de este número:**

Ana María Ávila de Jalil - José Luis De Piero

### **Evaluadores de este número:**

Claudia Fernández (Universidad de Buenos Aires – Universidad Nacional Arturo Jauretche)

Lucía Cantamutto (Universidad de Bahía Blanca / CONICET, Argentina)

Silvina Barroso (Universidad Nacional de Río Cuarto)

Liliana Massara (Universidad Nacional de Tucumán)

Diseño de tapa: Lic. Pía Sant Siles

Maquetación: José Luis De Piero

<p>Este número se ha realizado en el marco de las tareas de difusión del Proyecto de Investigación, subsidiado por la Secretaría de Ciencia, Arte e Innovación Tecnológica de la Universidad Nacional de Tucumán (SCAIT): Prácticas discursivas en diversos contextos presentes y pasados: español lengua extranjera (ELE), ciberespacio, medios de comunicación y otros (PIUNT 26/H504) Dirigido por la Dra. Ana María Ávila de Jalil</p>	<p>RILL es una publicación periódica del INSIL, Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán. Dirección postal: Av. Benjamín Aráoz 800. San Miguel de Tucumán, Argentina, (CP 4000). Página web: <a href="http://www.insil.com.ar">www.insil.com.ar</a></p>
--	--

# Índice

## Prólogo

Ana <b>María Ávila de Jalil</b> .....	<b>3</b>
Las locuciones verbales, un rico aporte de la prensa a la creatividad léxica hispanoamericana	
Elena <b>Malvina Rojas Mayer</b> .....	<b>7</b>
La construcción de la noticia de la asunción de Jair Bolsonaro a la presidencia de Brasil en portales digitales argentinos	
Claudia <b>Carina Albarracín y Silvio Alexis Lucena</b> .....	<b>20</b>
“Estrategias” y “Mediación” como componentes discursivos en dos manuales de ELSE	
Ana <b>María Ávila de Jalil</b> .....	<b>31</b>
La Naturaleza como marco del relato de viajes	
<b>María Mercedes Borkosky</b> .....	<b>40</b>
Paroxismos mediáticos: mujeres, clase social y violencias	
Ana <b>Luisa Cilimbini y Georgina Remondino</b> .....	<b>47</b>
Videoblogs, culturas juveniles e identidades digitales	
<b>José Luis De Piero</b> .....	<b>65</b>
Las prácticas de clase en el marco de la pedagogía diferenciada	
Sandra <b>Faemma de Madrazo</b> .....	<b>76</b>

El Análisis del Discurso como perspectiva teórico-metodológica para el estudio de la práctica del *sexting*

María Evangelina Narvaja..... **83**

¿Nos dejaron las palabras? El papel de los productos culturales en la formación de las representaciones sobre el 12 de octubre

María Laura Nuñez..... **95**

La protesta estudiantil como forma de participación política juvenil. Análisis histórico y discursivo de la Toma de la Universidad Nacional de Tucumán (2013)

María Gabriela Palazzo y Sonia Páez de la Torre.....**106**

Dos formas narrativas del Discurso (Neo)Liberal en Redes Sociales: el relato de superación y la parábola reduccionista

Lucas Andrés Perassi .....**127**

*Ethos, pathos* y *logos*: resignificaciones en el marco de los Estudios del Discurso

Julio César Sal Paz y Silvia Dolores Maldonado .....**143**

## *Ethos, pathos y logos: resignificaciones en el marco de los Estudios del Discurso*

**JULIO CÉSAR SAL PAZ**  
INVELEC – CONICET – UNT

[jsalpaz@gmail.com](mailto:jsalpaz@gmail.com)

**SILVIA DOLORES MALDONADO**

INSIL – UNT

[sidma01@yahoo.com.ar](mailto:sidma01@yahoo.com.ar)

### **Resumen**

Aristóteles en su *Retórica* (2002) sostiene que el hombre no es solo un ser racional, sino que responde también a las emociones, motivo por el cual resulta imprescindible abordar el fenómeno de la persuasión.<sup>1</sup> De este modo, establece que todo discurso, si pretende incidir sobre la audiencia, debe aludir, necesariamente, a tres dimensiones: el *lógos*, el *êthos* y el *pathos*. En efecto, a lo largo de los siglos, este campo disciplinar ha posibilitado la explicación de la eficacia comunicativa de diversos géneros de discursos desarrollados en numerosos ámbitos de la práctica social. En este sentido, entendemos con Perelman y Olbrechts Tyteca (1989: 34) que la Retórica es “el estudio de las técnicas persuasivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su asentimiento”. Desde esta perspectiva, toda interacción para ser exitosa deberá contemplar lo que puede concebirse como situación retórica, circunstancia constituida por la intención discursiva del enunciador -quien se construye de determinada manera para lograr su objetivo-; el tópico o asunto del mensaje y el destinatario, blanco de la persuasión. Actualmente, la tríada conformada por las nociones de *êthos*, *lógos* y *pathos* ha sido rescatada con grado variable de sistematicidad por investigadores del área de los estudios del discurso, principalmente por la escuela francesa (Maingueneau, 2002, 2008, 2009; Charaudeau, 2000, 2006, 2011, etc.), para sustentar el análisis de la escena enunciativa en el abordaje de prácticas discursivas y géneros diversos (políticos, publicitarios, académicos, etc.). El propósito de esta comunicación es efectuar una revisión crítica de estos conceptos y examinar su recurrencia en los trabajos de diferentes especialistas para elaborar un estado de la cuestión que permita constatar la vigencia del pensamiento clásico en enfoques teórico-metodológicos contemporáneos.

**Palabras clave:** *retórica clásica, estudios del discurso, estrategias discursivas.*

### **Abstract**

Aristotle in his *Rhetoric* (2002) argues that man is not only a rational being, but also responds to emotions, which is why it is essential to address the phenomenon of persuasion. In this way, it establishes that all discourse, if it pretends to influence the

audience, must allude, necessarily, to three dimensions: the *logos*, the *êthos* and the *pathos*. Indeed, over the centuries, this disciplinary field has made possible the explanation of the communicative effectiveness of various genres of discourses developed in numerous areas of social practice. In this sense, we understand with Perelman and Olbrechts Tyteca (1989: 34) that Rhetoric is "the study of persuasive techniques that allow to provoke or increase the adhesion of people to the theses presented for their assent". From this perspective, any interaction to be successful must contemplate what can be conceived as a rhetorical situation, a circumstance constituted by the discursive intention of the enunciator -who is constructed in a certain way to achieve its objective-; the topic or subject of the message and the recipient, target of persuasion. Currently, the triad consisting of the notions of *êthos*, *logos* and *pathos* has been rescued with a variable degree of systematicity by researchers in the area of discourse studies, mainly by the French school (Maingueneau, 2002, 2008, 2009, Charaudeau, 2000, 2006, 2011, etc.), to support the analysis of the enunciative scene in the approach to discursive practices and diverse genres (political, advertising, academic, etc.). The purpose of this communication is to make a critical review of these concepts and examine their recurrence in the work of different specialists to develop a state of the art that allows to verify the validity of classical thinking in contemporary theoretical-methodological approaches.

**Keywords:** *classical rhetoric, discourse studies, discursive strategies.*

### Introducción

La noción de Retórica,<sup>2</sup> desde su surgimiento en la antigüedad clásica hasta nuestros días,<sup>3</sup> ha sido caracterizada desde diferentes perspectivas. Así, por ejemplo,<sup>4</sup> Aristóteles la concibe como "la facultad de considerar en cada caso lo que puede ser convincente" (2002: 52), en tanto que Cicerón expresa que "su oficio es el decir de una manera acomodada para la persuasión y su fin, persuadir con palabras" (1997: 5). Por su parte, Quintiliano (2004) la entiende como el "arte del buen decir" (*ars<sup>5</sup> bene dicendi*) en contraposición a la Gramática que describe como la "ciencia del correcto hablar" (*recte loquendi scientia*). Finalmente, Perelman y Olbrechts-Tyteca postulan que se trata del "estudio de las técnicas persuasivas que permiten provocar o aumentar la adhesión de las personas a las tesis presentadas para su asentimiento" (1989: 34).

No obstante las diferencias de matices, todas las acepciones que se le han otorgado al término "retórica" tienen en común concebir la persuasión como su finalidad principal y giran en torno a un mismo eje: el discurso. De esta manera, proponemos conceptualizar la retórica, en líneas generales, como un producto histórico y sociocultural desarrollado a lo largo de los siglos por sucesivas generaciones, cuyo propósito radica en aprovechar las potencialidades de los modos provistos por los sistemas semióticos vigentes en una época dada para influir, mediante el discurso, en los destinatarios concretos de diversas prácticas sociales, diferentes tipos textuales y múltiples géneros discursivos, utilizados en el marco de una comunidad determinada.

Ahora bien, el objeto "retórica" puede abordarse desde una doble dimensión: como una praxis inherente a toda actividad comunicativa, en la que se emplea el lenguaje verbal y otros códigos de significación con el fin de persuadir, y como una teoría con postulados

orientados al estudio y sistematización de los medios que garantizan la persuasión en intercambios discursivos particulares.

En este sentido, debemos aclarar que la Retórica como disciplina científica se ha adaptado, progresivamente, a las necesidades comunicativas del ser humano, surgidas en cada época y vinculadas estrechamente con las variables temporo-espaciales de los diferentes contextos sociales. Por este motivo, ha evolucionado de una retórica de la oralidad a una de la escritura, para mutar, desde el advenimiento de internet, a lo que podría denominarse retórica digital (Olaizola, 2013), ciberretórica (Albaladejo, 2006; Berlanga y García, 2014) o retórica multimodal (Sal Paz, 2013), con la intención de dar respuesta a las prácticas discursivas propias de la cibercultura.

Es decir, este ámbito de estudio experimentó un derrotero que se inicia con el esplendor de las culturas clásicas, que continúa con su inclusión dentro del sistema educativo medieval (*trivium*),<sup>6</sup> para luego, tras un largo período de letargo y menosprecio ocasionado por su reducción a simple tratado de figuras,<sup>7</sup> originar durante el Renacimiento numerosos debates entre defensores y detractores, hasta finalmente, regresar con fuerza inusitada, a mediados del siglo XX, reconvertida en teoría de la argumentación.

En las páginas que siguen, efectuaremos una revisión de algunos conceptos medulares de esta disciplina para posteriormente delinear un sucinto estado de la cuestión de la Retórica en el panorama actual de los estudios del discurso, focalizando el interés en las estrategias persuasivas.

### **Aportes aristotélicos a la teoría retórica**

El pensador estagirita es el primero que compone, ordena y sistematiza los principios de la disciplina. En efecto, la retórica aristotélica -entendida en términos de teoría y práctica de la comunicación persuasiva (Spang, 2006)- por ejemplo, funda una poderosa tipología discursiva cimentada en criterios pragmáticos (Albaladejo, 2009a) que responden a las necesidades de administrar la vida en la ciudad y los conflictos comerciales: el judicial o forense, el deliberativo o parlamentario y el demostrativo, epidíctico o festivo. Al primero pertenecen los discursos en los que se acusa o defiende; al segundo, aquellos en los que se aconseja o disuade; y al tercero, los que alaban o vituperan. En este sentido, Marafioti (2003: 32) señala que los tipos de reuniones y las modalidades de la palabra pública fueron responsables de su conformación: el tribunal o el jurado se congrega para juzgar las infracciones a las leyes que han sido dictadas; el ámbito legislativo se ocupa de la toma de decisiones en torno del porvenir y las festividades conmemorativas se constituyen en lugar de encuentro para compartir valores comunes.

A continuación, presentamos un cuadro en el que pueden apreciarse las diferencias entre los géneros mencionados:

GÉNEROS	DESTINATARIOS	ACTOS DE HABLA	OBJETOS DISCURSIVOS	ORIENTACIÓN TEMPORAL	ESTRATEGIAS DISCURSIVAS	LUGARES COMUNES
Deliberativo	miembros de una asamblea	aconsejar/ desaconsejar	útil/ perjudicial	futuro	exempla	posible/ imposible
Judicial	jueces	acusar/ defender	justo/injusto	pasado	argumentos implícitos	real/ no real
Demostrativo	público	elogiar/ reprobar	hermoso/feo	presente	comparación amplificatoria	más/ menos

**Cuadro 1.** Fuente: adaptado de Marafioti (1997).

Del mismo modo, Aristóteles es quien instaaura la argumentación mediante entimemas -a los que considera vías de razonamiento o demostración retórica- como método propio de la disciplina (2002: 49). Al respecto, el *rhētor* obtiene los argumentos de los *topoi*,<sup>8</sup> asunto que el autor ya había abordado en su *Poética* (1974) y que retomarán siglos después Perelman y Olbrechts-Tyteca en *Tratado de la argumentación* (1989).

Finalmente, el pensador griego es también el que perfila los conceptos de *ēthos*, *lógos* y *pathos* (2002: 53), que asumirán una gravitante influencia y relevancia en las corrientes lingüísticas contemporáneas, al relacionarse con los tres aspectos centrales de la producción discursiva: quién enuncia, qué dice y a quién se dirige. Es decir, el *ēthos* se corresponde con la reputación y el comportamiento del orador; el *lógos*, con la argumentación lógica que sustenta el discurso y el *pathos*, con las emociones y el efecto que estas pueden causar en el auditorio.

Debemos agregar que con Cicerón estas tres fórmulas argumentativas pasarán a la tradición latina conceptualizadas como *docere*, *delectare* y *movere*, estrategias que posibilitan activar el ejercicio de la persuasión: la primera se relaciona con el *lógos* o prueba racional; la segunda con el *ēthos* o prueba emocional y la tercera con el *pathos* o prueba pasional.<sup>9</sup>

En consecuencia, la Retórica romana supondrá una reelaboración de los principios de la griega, basándose sobre todo en Aristóteles, aunque también introducirá aportes significativos al arte de la persuasión.

### La situación retórica como planificación canónica y estratégica del discurso

Coincidimos con Albaladejo (2009b: 10) en que las operaciones retóricas (partes artis), sistematizadas por Cicerón, padre de la oratoria romana,<sup>10</sup> constituyen la columna vertebral del sistema retórico histórico<sup>11</sup>, por medio del cual se concretiza el proceso de producción de todo discurso.

Para recordar sus componentes, nos remitiremos a la tradicional distinción efectuada por Quintiliano (2004):

- *Inventio*: fase inicial de búsqueda y hallazgo de ideas y argumentos, relacionados con el tópico del texto y condicionados por el género discursivo y las características particulares del auditorio.

- *Dispositio*: instancia de distribución, coordinación y estructuración del contenido del discurso.

- *Elocutio*: etapa de expresión formal del texto. A partir del empleo intencional de recursos y figuras retóricas (estrategias elocutivas), se transforman los argumentos seleccionados en la *inventio* para presentarlos de manera atractiva, con la intención de captar la atención del destinatario y lograr la persuasión. Al respecto, debemos especificar que no actúan, simplemente, como meros ornamentos introducidos por el enunciador<sup>12</sup>, sino que se constituyen en usos lingüísticos estratégicos que vehiculizan argumentos y esquemas de pensamiento. Por lo tanto, su eficacia estará condicionada por el contexto global, y restringida a la complicidad que se origine con el enunciatario, quien deberá realizar una interpretación acertada de estos recursos para garantizar el efecto perlocutivo buscado. Ahora bien, la dimensión elocutiva se concretiza por medio de dos estratos esenciales: las cualidades y los registros (Azaustre y Casas, 2004: 15).

Las cualidades elocutivas son cuatro:

a. *Aptum*: adecuación del tema al contexto.

b. *Puritas*: base gramatical de la elocución. Se relaciona con la corrección lingüística.

c. *Perspicuitas*: grado de inteligibilidad del discurso.

d. *Ornatus*: base estética de la elocución. Su objetivo es atraer la atención del auditorio apelando a la belleza del lenguaje. Consta de dos componentes básicos: la elección de palabras (tropos y figuras) y su combinación (*compositio*) en el discurso.

En cuanto a los registros elocutivos, pueden distinguirse tres:

a. *Genus humile*: estilo bajo, sencillo, tenue o llano. Género con un *ornatus* poco desarrollado y una sintaxis simple; prima en él el contenido sobre la forma. Sus principales funciones son enseñar (*docere*) y demostrar (*probare*). El discurso debe ser comprensible por lo que encuentra fundamento en el *lógos*.

b. *Genus medium*: estilo medio o mediano. Género con un *ornatus* más trabajado que el anterior, pero más moderado respecto al estilo elevado. Persigue como finalidad el deleite, el placer y la distracción del auditorio (*delectare*). Sus rasgos discursivos

sobresalientes son la fluidez y el equilibrio. Se apoya en la moderación del orador, por lo que se construye sobre el *êthos*.

c. *Genus sublime*: estilo alto o elevado. Género de *ornatus* complejo. Tiene por objeto conmover (*movere*). Su fuerza reside en el *pathos* que imprime a su discurso el enunciador.

Estos tres primeros ciclos descriptos son momentos eminentemente creativos que se producen de forma casi simultánea.

- *Memoria*: en la Retórica clásica se corresponde con la fase de memorización del discurso por parte del orador, quien utiliza procedimientos mnemotécnicos para internalizarlo antes de convertirlo en acto. Asimismo, debe conceptualizársela como la actualización del tesoro retórico, es decir, la realización efectiva de los postulados de la tradición en un evento comunicativo particular.

- *Actio*: instancia que supone la puesta en escena, representación y materialización del discurso ante un auditorio, que asume una forma genérica determinada.

Si bien estas operaciones retóricas se organizan en torno a la construcción discursiva, su validez sistemática trasciende la dimensión eminentemente productiva, por cuanto, como afirma Albaladejo (1993), algunas de ellas atañen, además, a aspectos específicos de la configuración textual: la *inventio*, al plano semántico-extensional; la *dispositio*, al nivel macroestructural; la *elocutio*, a la organización microestructural y la *actio* o *pronuntiatio* al ámbito pragmático.

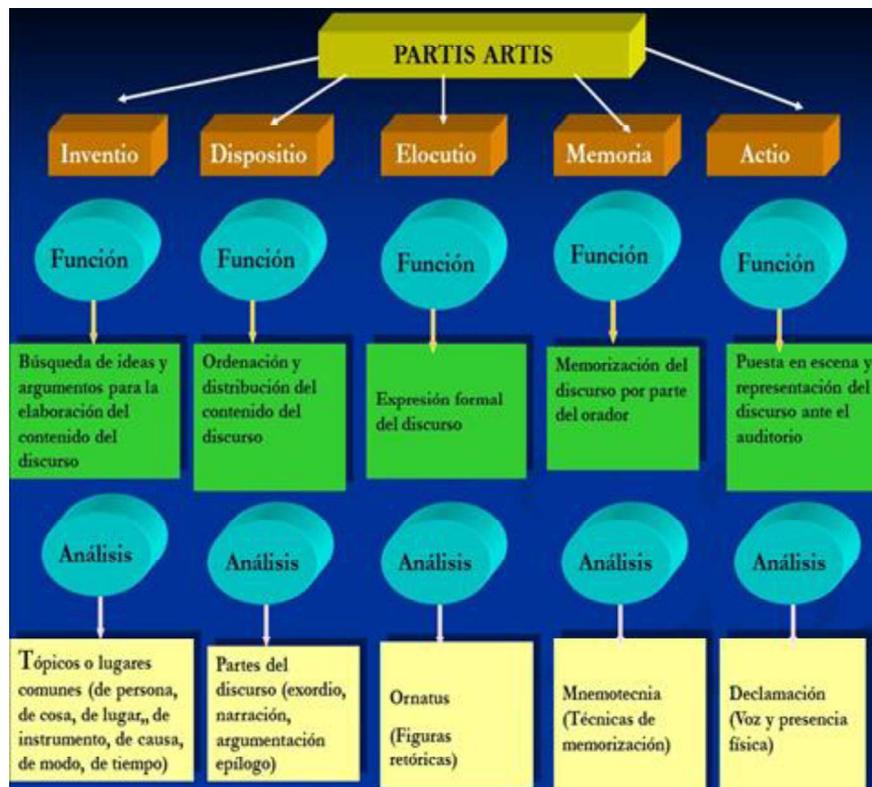


Gráfico 1. Fuente: adaptado de Lausberg (1983) y Mortara Garavelli (1991).

Relacionadas con las *partes artis* que acabamos de listar aparecen las *partes orationis*, es decir, los segmentos o movimientos considerados por Aristóteles como vertebradores de un discurso retórico concreto y que, con leves variaciones, los encontramos hoy interviniendo como los elementos constituyentes o categorías básicas de la superestructura argumentativa (Chico Rico, 1988: 86-88): *exordium*, *narratio*, *confirmatio* y *peroratio*.

- Exordio (*exordium*): instancia inicial del discurso que comprende, canónicamente, dos momentos: la llamada *captatio benevolentiae* (captación de la benevolencia o intento de seducción del público receptor) y la *partitio* (presentación del plan y de las secuencias del discurso). Generalmente, incluye vocativos cuya finalidad es apelar al lector. Sin embargo, no son imprescindibles. Su presencia o ausencia se relaciona con el efecto y la dirección que desea otorgársele al discurso. Suele mencionar la metodología empleada, los motivos personales del autor, las circunstancias históricas que originaron la realización y las fuentes bibliográficas consultadas.

- Exposición (*narratio*): es la enunciación breve, clara y completa del asunto que se tratará en el discurso, es decir, la presentación de la tesis. Su función es preparar el terreno para la argumentación. Puede plantearse en el discurso de diferentes maneras. Por lo general, se expresa claramente en los primeros enunciados del texto, aunque, en ocasiones, si no se la señala explícitamente, el destinatario debe ser capaz de deducirla y hacerla emerger a partir de la argumentación e ir reconstruyéndola a lo largo del proceso de lectura.

- Demostración o prueba (*confirmatio*): despliega las evidencias de lo que se ha enunciado en la exposición. Comprende tres momentos, siendo el segundo de ellos el único obligatorio: la *propositio* (definición concentrada del problema a discutir); la *argumentatio* (presentación de los argumentos y razones probatorias) y la *altercatio* (diálogo en el que el enunciador se enfrenta con su adversario).

- Epílogo o peroración final (*peroratio*): es la clausura del discurso. Incluye un resumen o recapitulación de la causa expuesta y la apelación a los sentimientos de los destinatarios para ganar su adhesión.

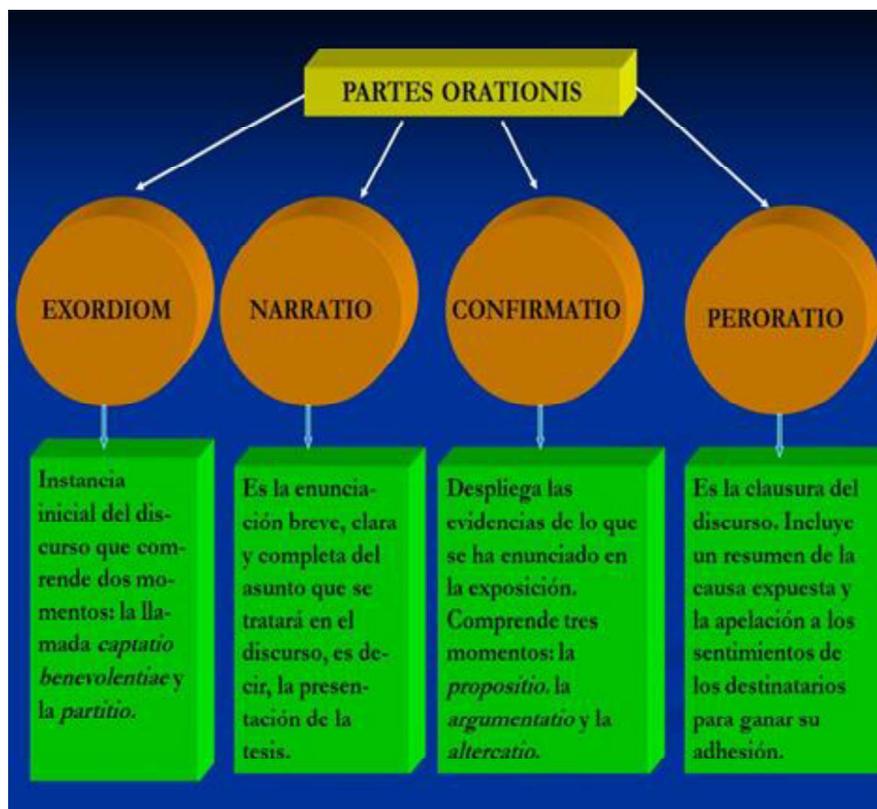


Gráfico 2. Fuente: elaboración propia.

Los aspectos reseñados hasta el momento, si bien fueron postulados en la antigüedad clásica, gozan de una inusitada actualidad, por lo que acordamos con Garrido Gallardo (2009:395) cuando expresa:

estamos en una era que se caracteriza por una preponderancia de la retórica, absolutamente nueva en la historia [...] Cierto, el ser humano es retórico por naturaleza y para convencer al interlocutor de su punto de vista echa mano de todos los recursos naturales de los que está dotada su capacidad comunicativa. Eso es permanente. Lo que es nuevo es el dominio de las relaciones mediadas.

### La reconfiguración de las estrategias de persuasión en el marco de los estudios del discurso

En consonancia con Berrio (1983) sostenemos que la persuasión nos introduce en los dominios de la razón contingente, imperios en los que no hallamos verdad ni falsedad absolutas, sino relativas; en pocas palabras, transitamos por los territorios de la verosimilitud. Por tanto, la persuasión es, en primer término, una práctica argumentativa destinada a operar en la interacción social y, luego, una forma de racionalidad basada en la lógica de la contingencia.

Es decir, dentro de la argumentación persuasiva, la vía lógica convive con el componente emotivo que se dispara en una doble dirección: la del *pathos*, que busca sensibilizar, atraer y despertar el interés del auditorio y la del *êthos*, que da cuenta de las

cualidades del argumentador, de aquellas “razones” por las que no podríamos dejar de creerle (Plantin, 2012).

En este sentido, recordemos que Aristóteles en su *Retórica* (2002) establecía que un discurso para incidir de manera efectiva sobre su audiencia debía articular adecuadamente los niveles relacionados con el *lógos*, el *êthos* y el *pathos*. Dicho en otras palabras, un argumento nos convence cuando sus premisas nos parecen racionales y categóricas (*lógos*), cuando su enunciador merece nuestra confianza (*êthos*) y cuando sus proposiciones apelan también a nuestras emociones (*pathos*).

En consecuencia, la fuerza persuasiva de un intercambio comunicativo dependerá de cómo se presente una argumentación (*lógos*), forjada a partir de la consideración del destinatario, de manera que incida en él (*pathos*), profundizando además en la forma en que el emisor revele en el discurso los rasgos pertinentes de su carácter (*êthos*).

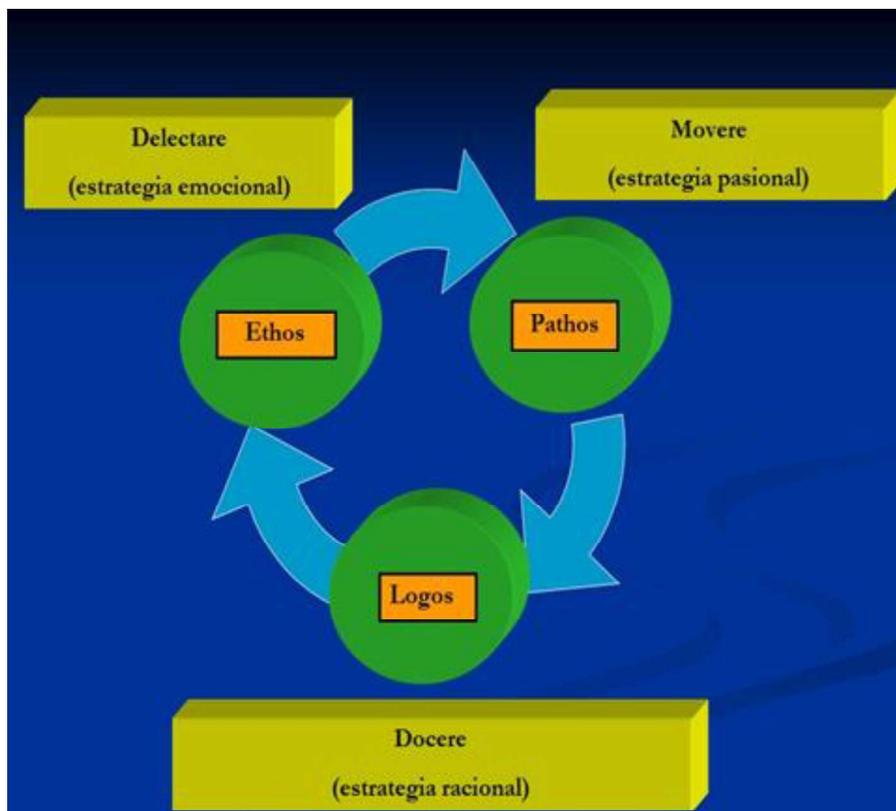


Gráfico 3. Fuente: elaboración propia.

### Acerca del *lógos* y de las estrategias lógicas

*Lógos* en griego significa lógica. El *lógos* opera desde el mismo discurso. Busca en primera instancia la comprensión, para después lograr la persuasión. Para ello, se apoya en los argumentos derivados del razonamiento y la reflexión. Su territorio de búsqueda es la lógica que conduce al convencimiento mediante la exposición de razones y de hechos constatados. Estos argumentos influyen en el receptor desde el nivel cognitivo y racional

y deben enunciarse respetando las cualidades elocutivas (*aptum, puritas, perspicuitas y ornatus*).

Es decir, el *lógos* hace referencia al intento de apelar al intelecto. Se persuade a través del razonamiento, incluyendo procedimientos deductivos e inductivos. De ahí que los argumentos académicos dependan en gran medida del *lógos*.

Ahora bien, sea cual fuese la forma de argumentación que utilizemos, es importante que esté bien estructurada y que se emplee un lenguaje adecuado. Cuando las ideas son claras y se encuentran convenientemente organizadas, el discurso fluye con fuerza y espontaneidad, caso contrario, se torna errático y vacilante. Así pues, el *lógos* afecta al *pathos*.

No obstante, la emoción que despierta el discurso en el público receptor actúa como un estímulo retroalimentador, ya que produce en el enunciador un efecto de seguridad, quien, de este modo, refuerza su argumentación que se percibe, en consecuencia, más convincente.

En una palabra, el *lógos* se potencia a través de la respuesta afectiva de los destinatarios.

#### **Acerca del *pathos* y de las estrategias patémicas**

La voz griega *pathos* expresa “sufrimiento” o “experiencia”, con lo que sintetiza el impacto emocional y la exaltación imaginativa que un mensaje origina en una audiencia. El enunciador, a través de su discurso, es capaz de evocar emociones y sentimientos en el público, con la intención de influir en su estado anímico y levantar pasiones para provocar una reacción. Es decir, sus argumentos trabajan en el terreno del afecto y la emoción, con la finalidad de que supongan un estímulo para la modificación de una situación o una creencia establecida o bien para impulsar una nueva acción.

En este sentido, la Retórica romana consideraba que podía persuadirse al auditorio mediante tres acciones discursivas: enseñar, instruir (*docere*); conmover, motivar a la acción (*movere*) y deleitar o producir placer (*delectare*). Por lo tanto, el éxito de un argumento depende, fundamentalmente, de la habilidad de un enunciador para conseguir que sus receptores empaticen con él.

No obstante, debemos señalar que, como apunta Charaudeau (2000:136):

el análisis discursivo no puede acceder al estudio de la emoción en tanto realidad que experimenta el sujeto; puede en cambio estudiar el proceso por medio del cual se pone de manifiesto una emoción; considerarla en tanto que un “efecto enfocado” (o al que supuestamente se apunta) sin poder constatar el “efecto producido”.

#### **Acerca del *êthos* y de las estrategias éticas**

*Êthos* proviene de la palabra *ethikos*, que en griego significa “moral”, “ostentar personalidad o carácter moral”.

Es decir, los argumentos éticos nacen del propio creador del discurso, de la persona que los expone ante el público, razón por la cual es fundamental la sensación que es capaz de exhibir. Se relaciona con el carácter, la personalidad y el prestigio del emisor. Son argumentos derivados de la credibilidad que se cimientan en los valores vinculados con la conducta y el comportamiento. Su terreno de acción es la ética, pero también la costumbre y lo habitual.

No obstante, Eggs (1999) nos aclara que la noción aristotélica de *êthos* remite, por un lado, a los rasgos proyectados por el orador en su discurso, y por otro, a sus cualidades morales, a sus valores y a sus virtudes. De ahí que para la Retórica clásica los argumentos que se construyen a partir del *êthos* deban ajustarse a la prudencia (*frónesis*), a la virtud (*areté*) y a la benevolencia y buena voluntad (*eunoía*), cualidades que un orador despliega sobre su auditorio y que influyen en el receptor desde un punto de vista moral y conductual.

En consecuencia, el *êthos*, o apelación ética de la argumentación, representa el halo de credibilidad que rodea a un enunciador. Dicho en otros términos, quien expone un argumento debe ser digno de respeto y prestigio, considerado un experto, portador del conocimiento necesario sobre el tema en discusión. Por eso, el emisor tiene que ser capaz de erigirse frente a su audiencia en una posición de autoridad e integridad, puesto que no resulta suficiente contar con un razonamiento lógico, ya que el contenido de un discurso ha de ser también presentado de manera confiable para convertirse en creíble.

Por su parte, Maingueneau (2002) sostiene que los rasgos caracterizadores del *êthos* aristotélico son:

- es una noción que se edifica a través del discurso; no es una “imagen” del locutor exterior a la palabra;
- está ligado poderosamente a un proceso *interactivo* de influencia sobre el otro;
- es un *concepto híbrido* (socio/discursivo), ya que se trata de un comportamiento evaluado socialmente que no puede ser aprehendido fuera de una situación de comunicación precisa, integrada en una coyuntura socio-histórica determinada.

Desde esta perspectiva, el *êthos*, entonces, se relaciona con el intento de causar una buena impresión en el destinatario, de agradarle y, en ese sentido, puede entenderse como el lugar que da cuenta del modo en que los sujetos se inscriben en sus enunciados.

Finalmente, debemos aclarar que si bien desde la configuración de la tradición clásica el *êthos* remite a una dimensión individual, creemos que puede también entenderse como la cualidad de un grupo que le permite identificarse como un colectivo, a partir de valores compartidos y rasgos de carácter.

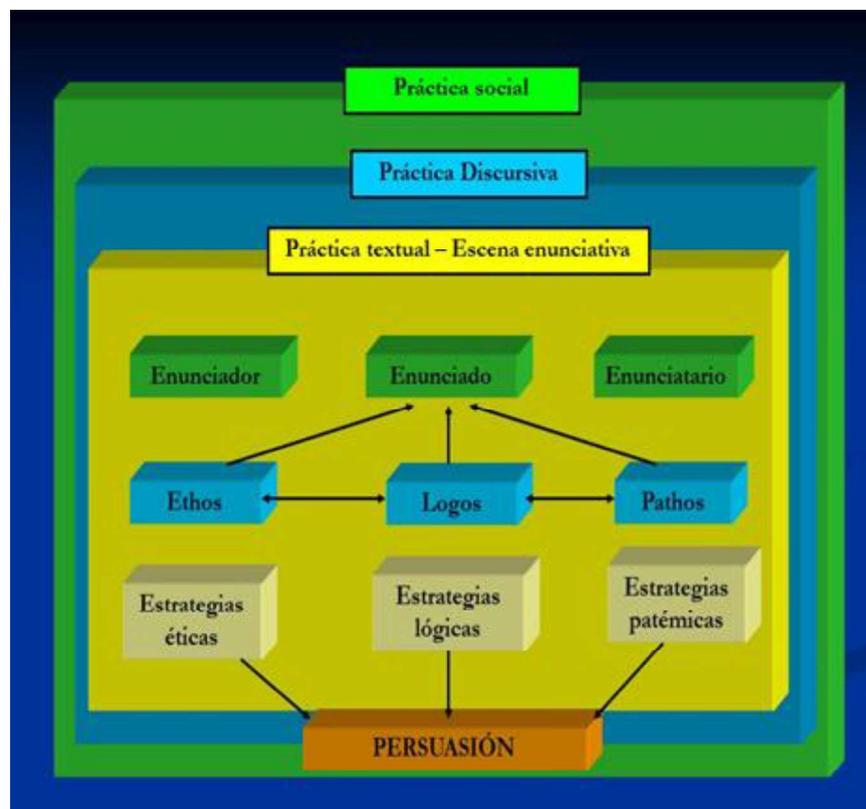


Gráfico 4. Fuente: elaboración propia.

### Estado de situación de la retórica en el ámbito de los estudios del discurso

Las categorías retóricas de *lógos*, *êthos* y *phatos* han sido rescatadas por las ciencias del lenguaje, desde las últimas décadas del siglo pasado. De entre ellas, la noción de *êthos* y *pathos* son las que han despertado mayor interés de los investigadores, debido a su vinculación con el campo de las emociones.

La neorretórica de Perelman y Olbrechts Tyteca (1989), el concepto de imagen en el interaccionismo simbólico de Goffman (1981), el enfoque semiológico de Barthes (1974) y las reflexiones sobre la subjetividad en el lenguaje, realizadas por Ducrot (1984) y Kerbrat Orecchioni (1986), en el marco de la teoría de la enunciación, pueden concebirse como los trabajos pioneros que encauzaron el resurgir de la tríada aristotélica.

En el ámbito del análisis del discurso, línea francesa, se destacan las aportaciones de Maingueneau (2002, 2008, 2009), quien aborda esta problemática en su conceptualización de la escena de enunciación y las de Charaudeau (2000, 2006, 2011), quien examina la gravitación del *êthos* y el *pathos* en géneros políticos y mediáticos, mientras que en la corriente anglosajona es Fairclough (1995, 2012) quien recurre a estos conceptos.

Las relecturas de estas cuestiones desde las teorías de la argumentación constituyen un campo de estudio consolidado. En este sentido, son insoslayables las investigaciones de Amossy (1999, 2000, 2001, 2010), Plantin (2000, 2011, 2012) y Meyer (2004), que exploran el rol de las emociones en la construcción de los argumentos.

Finalmente, en cuanto a su aplicación a géneros concretos, es muy fecundo el tratamiento del discurso *político* y *mediático*, principalmente, y en menor grado el *publicitario*, *académico-científico*, *judicial*, *literario* y religioso, entre otros.

Esta revisión bibliográfica sin pretensiones de exhaustividad constituye un muestreo que patentiza el auge y la atención creciente de las estrategias persuasivas como herramientas metodológicas en el espacio disciplinar de los estudios del discurso, asunto tratado parcialmente por autores como Bermúdez (2007), Puig (2008), Ruiz de la Cierva (2008), Baran (2010), Montero (2012), Vitale (2012) y Ramírez (2013), entre otros.



Gráfico 5. Fuente: elaboración propia.

### Conclusiones

La situación retórica, delineada por numerosos tratadistas en la antigüedad, que rige la producción de los géneros persuasivos no ha perdido vigencia. Prueba de ello es la proliferación de manuales y textos de referencia, aparecidos en las últimas décadas del siglo pasado y en las dos primeras del actual (Albaladejo Mayordomo, 1998; Pujante, 2003; Azaustre y Casas, 2004; Hernández Guerrero, 2004; Laborda Gil, 2012, entre muchísimos otros). En este sentido, podemos suponer, con algunos recaudos, que aun hoy en día, los usuarios de la lengua, al momento de elaborar sus discursos, recurren en forma consciente o inconsciente, al sistema retórico clásico descrito oportunamente. Es decir, se valen de una serie de operaciones, procedimientos y estrategias persuasivas que se han

adaptado a las nuevas tecnologías y a las necesidades de la sociedad actual, para lograr la consecución de un fin determinado.

Por su parte, los estudios del discurso, con grado variable de sistematicidad siguen apelando a la tríada conceptual *lógos*, *êthos*, *pathos* y a las estrategias *docere*, *delectare*, *movere* para explicar el modo en que opera el ejercicio de la persuasión y la eficacia comunicativa de diferentes géneros. En términos de Covey (2003:158):

Los antiguos griegos tenían una filosofía extraordinaria, manifestada en tres palabras presentadas en secuencia: *êthos*, *pathos* y *lógos*. Sostengo que esas tres palabras contienen la esencia de procurar primero comprender y realizar planteamientos efectivos. *Êthos* es la credibilidad personal, la fe que la gente tiene en nuestra integridad y competencia. Es la confianza que inspiramos, nuestra cuenta bancaria emocional. *Pathos* es el lado empático, el sentimiento. Significa que uno está alineado con el impulso emocional de la comunicación de otra persona. *Lógos* es la lógica, la parte razonada de la exposición. Obsérvese la secuencia: *êthos*, *pathos*, *lógos*: el carácter, la relación y después la lógica de la exposición. La mayor parte de las personas, en sus exposiciones, van directamente al *lógos*, a la lógica del cerebro izquierdo, de las ideas. Tratan de convencer a los otros de la validez de esa lógica sin primero tomar en consideración *êthos* y *pathos*.

Por todo lo expuesto, creemos haber demostrado que la Retórica se configura como un instrumento metodológico vigoroso y de gran utilidad para encarar investigaciones discursivas, puesto que permite desentrañar los mecanismos persuasivos y las complejas redes conformadas por las ideologías y el poder, con los que se tejen las prácticas discursivas en la cultura contemporánea.

### Referencias bibliográficas

- Albaladejo Mayordomo, T. (1989). *Retórica*. Madrid: Síntesis.
- (1993). "The Pragmatic Nature of Discourse-building Rhetorical Operations". En *Koiné* 3, 5-13.
- (1998). "Textualidad y comunicación: persistencia y renovación del sistema retórico (La *rhetorica* recepta como base de la retórica moderna)". En Ruiz Castellanos, A.; Viñez Sánchez, A. y Sáez Durán, J. (Coords.) *Retórica y texto. III Encuentro Interdisciplinar sobre Retórica, Texto y Comunicación* (3-14). Cádiz: Universidad de Cádiz.
- (1999). "Retórica y oralidad." En *Oralia, Análisis del discurso oral*, 2, 7-25.
- (2006). "Retórica del periodismo digital". En Hernández Guerrero, J. A. (Coord.) *Retórica, literatura y periodismo: Actas del V Seminario Emilio Castelar* (25-34). Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- (2009a). "La lingüística del texto y el análisis interdiscursivo en la literatura comparada." En Penas Ibáñez, M. A. y González, R. (Eds.) *Estudios sobre el texto. Nuevos enfoques y propuestas* (89-113). Frankfurt am Main: Peter Lang.

- (2009b). "El sistema de la retórica." En: Ferreira, I. y Gómez Cervantes, M. M. (Eds.) *Retórica e mediatização II* (5-27). Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- Amossy, R. (Comp.) (1999). *Images de soi dans le discours. La construction de l'éthos*. Paris: Delachaux et Niestlé.
- (2000). *L'argumentation dans le discours politique. Litterature d'idée, fiction*. Paris: Nathan.
- (2001). "Êthos at the crossroads of disciplines: Rhetoric, Pragmatics, Sociology." En *Poetics Today*, 22, 1-23.
- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Êthos et identité verbale*. Paris: PUF.
- Aristóteles (1974). *Poética*. (Valentín García Yebra, trad.). Madrid: Gredos.
- Aristóteles (2002). *Retórica*. (Alberto Bernabé, trad.) Madrid: Alianza.
- Azaustre, A. y Casas, J. (2004). *Manual de retórica española*. Barcelona: Ariel.
- Baran, M. (2010). "El concepto de ethos comunicativo y su validez en los estudios de pragmática sociocultural". En *Itinerarios*, 11, 139-153.
- Barthes, R. (1974). *Investigaciones retóricas I. Ayudamemoria*. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo.
- Berlanga, I. y García, F. (2014). *Ciberretórica: Aristóteles en las redes sociales: "Manual" de retórica en la comunicación digital*. Madrid: Fragua Comunicación.
- Bermúdez, N. (2007). "La noción de êthos: historia, debates disciplinarios y operatividad analítica". En *Tonos, Revista electrónica de estudios filológicos*, 14, 1-20. Recuperado de <http://www.um.es/tonosdigital/znum14/secciones/estudios-1-ethos.htm>
- Berrio, J. (1983). *Teoría social de la persuasión*. Barcelona: Mitre.
- Charaudeau, P. (2000). «Une problématique discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à la télévision.» En Plantin, Ch., Douri M. y Traverso, V. (Eds.) *Les émotions dans les interactions* (125-155). Lyon: Presses universitaires de Lyon.
- (2006). *El discurso político*. San Pablo: Contexto.
- (2011). «Réflexions pour l'analyse du discours populiste.» En *Mots. Les langages du politique*, 97, 101-116.
- Chico Rico, F. (1988). *Pragmática y construcción literaria: discurso retórico y discurso narrativo*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Cicerón, M. T. (1997). *De la invención retórica*. (Bulmaro Reyes Coria, trad.) México: Universidad Autónoma de México.
- Covey, S. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa*. Buenos Aires: Paidós.

- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Buenos Aires: Hachette.
- Eggs, E. (1999). «Êthos aristotélicien, conviction et pragmatique moderne.» En Amossy, R. (Dir.) *Images de soi dans le discours. La construction de l'êthos* (31-59). París: Delachaux et Niestlé.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Londres/Nueva York: Longman.
- (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidad de Brasilia.
- Fairclough, I. y Fairclough, N. (2012). *Political Discourse Analysis. A method for Advanced Students*. London/New York: Routledge.
- Garrido Gallardo, M. A. (2009). "Literatura. Investigaciones sobre el campo entre poesía y ciber." En *Revista de Literatura* 71 (142), 379-406.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hernández Guerrero, J. A. y García Tejera, M. del C. (1994). *Historia breve de la Retórica*. Madrid: Síntesis.
- Hernández Guerrero, J. A. (2004). *El arte de hablar manual de retórica práctica y de oratoria moderna*. Madrid: Ariel.
- Kerbrat Orecchioni, C. (1986). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hacette.
- Laborda Gil, X. (2012). *De Retórica: la comunicación persuasiva*. Barcelona: UOC.
- Lausberg, H. (1983). *Manual de retórica literaria*. 3 vol. Madrid: Gredos.
- Maingueneau, D. (2002). "Problèmes d'êthos." En *Pratiques*, 113/114, 55-67.
- (2008). "A propósito do êthos." En: Motta, R. A. y Salgado, L. (Comps.) *Êthos discursivo* (12-29). São Paulo: Contexto.
- (2009). *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Marafioti, R. (Comp.) (1997). *Temas de argumentación*. Buenos Aires: Biblos.
- (2003). *Los Patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*. Buenos Aires: Biblos.
- Meyer, M. (2004). *La rhétorique*. Paris: PUF.
- Montero, A. S. (2012). "Los usos del ethos. Abordajes discursivos, sociológicos y políticos". En *RÉTOR*, 2 (2), 223-242.
- Mortara Garavelli, B. (1991). *Manual de retórica*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Olaizola, A. (2013). "Retórica digital o de la argumentación en/con los medios digitales". En *Luthor*, 4 (16), s/p. Recuperado de <http://www.revistaluthor.com.ar/spip.php?article80#nb1>.

- Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Plantin, C.; Doury, M. y Traverso, V. (Eds.) (2000). *Les émotions dans les interactions*. Lyon: PUL
- Plantin, C. (2011). *Les bonnes raisons des émotions - Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*. Paris: Peter Lang.
- (2012). *La argumentación. Historia, teorías, perspectivas*. Buenos Aires: Biblos.
- Puig, L. (2008). "Del pathos clásico al efecto patémico en el análisis del discurso". En *Acta Poética*, 29 (2), 393-413.
- Pujante, D. (2003). *Manual de retórica*. Barcelona: Ariel.
- Quintiliano, M. F. (2004). *Instituciones oratorias*. (Ignacio Rodríguez y Pedro Sandlier, trads.) Alicante: Biblioteca Virtual de Cervantes.
- Ramírez, C. (2013). "Ethos and Critical Discourse Analysis: From Power to Solidarity." En *CONTEXTES*, 13, s/p. Recuperado de <http://contextes.revues.org/5805>
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*, 22ª ed. Madrid: Espasa.
- Robrieux, J. J. (2000). *Rhétorique et argumentation*. Paris: Nathan/Her.
- Ruiz de la Cierva, M. del C. (2008). "Los géneros retóricos desde sus orígenes hasta la actualidad." En *Rhétorikê: revista digital de retórica*, 0, 1-37.
- Sal Paz, J. C. (2013). "Hacia una retórica del discurso digital." En *STIS Seminários Teóricos Interdisciplinares do SEMIOTEC - Cadernos Didáticos e Anais*, 3 (1), s/p. Recuperado de <http://www.lingtec.org/stis/registros/12-stis/registros-das-palestras-logs/51-log-julio-cesar-sal-paz-e-teresinha-fumi-kawasaki>
- Spang, K. (2006). *Persuasión. Fundamentos de retórica*. Navarra: Eunsa.
- Vitale, M. A. (2012). "La noción de ethos. De la Antigua Retórica al Análisis del Discurso." En Da Cunha Corrêa, P; Martinho, M.; Macedo, J. M. y Pinheiro Hasegawa, A. (Eds.), *Hyperboreans. Essays in Greek and Latin Poetry, Philosophy, Rhetoric and Linguistics* (217-232). São Paulo: Humanitas.

