

El ethos oratorio o la puesta en escena del orador

Extracto de Ruth Amossy:
La argumentación en el discurso
 Traducción: Estela Kaliay

Preliminar

Para ejercer una influencia, el que toma la palabra o la pluma debe adaptarse a sus alocutarios tratando de imaginar tan fielmente como sea posible su visión de los temas. Debe hacerse una idea acerca del modo en que sus oyentes lo perciben. ¿Qué autoridad posee ante ellos? La importancia atribuida a la persona del orador en la argumentación es un punto esencial de las retóricas clásicas, que llaman *ethos* la imagen de sí que el orador construye en su discurso para contribuir a la eficacia de sus palabras. Para comprender de qué modo la presentación de sí mismo ante el alocutario puede contribuir a la fuerza de su palabra, se retomará, en principio, la noción de ethos en un rápido recorrido cronológico desde Aristóteles hasta la pragmática contemporánea.

1.- La retórica clásica, el ethos: ¿imagen discursiva o dato extratextual?

1.1 La tradición aristotélica: el ethos como imagen discursiva

Aristóteles insiste claramente: el ethos forma parte de los medios de prueba técnicos (*pisteis*) que vuelven persuasivo el discurso. (Aristóteles distingue entre las pruebas extratécnicas, dadas previamente, como el testimonio, las confesiones bajo tortura, etc., y las pruebas técnicas provistas por el orador [logos, ethos, pathos]):

Es el carácter moral del orador el que lleva a la persuasión cuando el discurso es expuesto de forma tal que inspira confianza. Sentimos mayor predisposición hacia los hombres de bien respecto de todos los temas en general, pero, de un modo absoluto, en las cuestiones conflictivas o que pueden llevar al equívoco. Es necesario, en principio, que este resultado surja por la fuerza del discurso y no solo por una inclinación favorable hacia el orador. No es exacto decir [...] que la probidad del orador no contribuya en nada a producir la persuasión; pero, por el contrario, es hacia el carácter moral al que el discurso apunta, diría yo, casi toda su fuerza persuasiva. (1991: 83.)

Ethos es
DISCURSIVO

coinciden

En su retórica, Aristóteles llama *ethos* (del término griego "personaje") la imagen de sí que proyecta el orador deseoso de actuar con su palabra. Subraya que esta imagen es producida por el discurso. Abre así un debate que continuará a lo largo de los siglos y del que hasta hoy se encuentran algunos ecos. Se trata de definir si es necesario privilegiar la imagen de sí que el orador proyecta sobre su palabra o más bien la que deriva de un conocimiento previo de la persona. Según Aristóteles, es en el discurso donde interesa construir una imagen de sí. El ethos, señala Roland Barthes, consiste en los rasgos de carácter que el orador debe manifestar al auditorio (poco importa su sinceridad) para dar una buena impresión: son los modales (...). "El orador", agrega Barthes, "menciona una información y al mismo tiempo dice: yo soy este, yo no soy aquel" (Barthes 1994: 315). Es el mismo principio que está en la introducción en la reutilización de la noción de ethos que hace Dominique Maingueneau:

El ethos (del locutor) está ligado al ejercicio de la palabra, al papel que corresponde a su discurso y no al individuo "real", independientemente de su prestación oratoria: es entonces el sujeto de la enunciación en tanto que está enunciando lo que aquí se pone en juego. (Maingueneau 1993: 138.)

Según la retórica aristotélica, ¿en qué se funda este medio de prueba que es el ethos? La autoridad que da al orador la presentación de sí deriva de tres aspectos fundamentales: el buen sentido o criterio (phronesis), la virtud (areté) y la benevolencia, el afecto (eúnoia). Hay que recalcar que el punto de vista de Aristóteles no es únicamente moral. Wisse, en su glosa de las nociones de Aristóteles, señala que en la *Retórica*, que sigue el uso común, "el ethos «personaje», incluye cualidades morales e intelectuales" (Wisse 1988:30). Es la unión del intelecto y de la virtud lo que le otorga al orador ser digno de confianza. En su glosa, Eggs, por su parte, insiste en el hecho de que se le exigen al orador tanto competencias (la phronesis) como la capacidad de activar ciertas cualidades en el discurso en función de las necesidades del momento. Eggs retraduce el texto de Aristóteles así: "(1B) Los oradores inspiran confianza: (a) si sus argumentos y sus consejos son adecuados, razonables y deliberados, (b) si son sinceros, honestos y justos y (c) si ponen de manifiesto la solidaridad, la afabilidad y la amabilidad hacia su auditorio. (Eggs y Amossy 1999:41). De esto surge que la dimensión moral y la dimensión estratégica son inseparables. La moralidad "no nace de una actitud interior o de un sistema de valores abstractos: por el contrario, se origina en elecciones adecuadas, deliberadas y apropiadas". Esta moralidad, en resumen, propone que el ethos como prueba retórica sea, por lo tanto, procedimental.

lo MORAL se manifiesta en el discurso

1.2 De Isócrates a Cicerón. El ethos o la persona del orador [...]

1.3 La retórica clásica y las costumbres oratorias

También dentro de esta perspectiva se sitúan los manuales de retórica de la época clásica cuando usan la expresión "costumbres oratorias". Como lo ponen de manifiesto los trabajos de Aron Kibédi-Varga (1970) o de Michel le Guern (1981), la cuestión de la autoridad moral ligada a la persona del orador está, en primer lugar, vinculada con su manera de comportarse en la vida real. Así Bourdaloue afirma que "1. El orador convencerá por los argumentos, si, para decir correctamente, ha comenzado por pensar correctamente. 2. Agradará por las costumbres, si, para pensar correctamente, ha comenzado por vivir correctamente" (La *Retórica* de Bourdaloue, París, Belin, 1864, pp.45-46; citado por Kibédi-Varga 1970:21). Evocando las cualidades que debe tener quien quiera ganarse los espíritus, Bernard Lamy habla de lo que es como persona, no de lo que manifiesta en su discurso. En esa perspectiva, Gibert señala:

COSTUMBRES ORATORIAS

pero en el DISCURSO se evidencian

ser/parecer

Distinguimos las costumbres oratorias de las costumbres reales. Pues que uno sea efectivamente un hombre honesto, que uno tenga contacto con la piedad, la religión, la modestia, la justicia, la facilidad de vivir con el mundo, o que, al contrario, uno sea vicioso, (...) es eso lo que uno llama costumbres reales. Pero que un hombre parezca esto o aquello por su discurso, eso se llama costumbres oratorias, ya sea que efectivamente sea lo que parece o no lo sea. Porque uno puede mostrarse de un modo y no ser así; y uno puede no parecer como de verdad es; porque eso depende de la manera en que uno habla. (Gibert, p. 208; citado por Le Guern 1977:284)

Gibert agrega, sin embargo, que las costumbres "señaladas por la manera en que uno habla, hacen que el discurso sea como un espejo que representa al orador (...)" (p. 210; citado en Le Guern 1977 : 285) El yo aparece en el discurso estableciendo un vínculo armonioso entre la persona del locutor, sus cualidades, su modo de vida y la imagen que proyecta de sí mismo en su palabra. El locutor, entonces, solamente puede dar una impresión de modestia o de honestidad si estas virtudes son efectivamente practicadas por él: las cualidades interiores y los hábitos de vida de una persona se traducirán en forma espontánea en sus palabras. Las dimensiones extraverbales del orador en la retórica clásica se resumen así: 1. Su renombre, su reputación, es decir la imagen previa que su comunidad tiene de él, 2 su estatus, el prestigio

Dimensiones extraverbales

debido a sus funciones o a su nacimiento; 3 sus propias cualidades, su personalidad; 4 su modo de vida, el ejemplo que da con su comportamiento. Puede notarse que hay aspectos totalmente distintos; los dos primeros remiten a cuestiones de estatus social e institucional, los dos últimos a cuestiones de carácter moral.

Por un lado, uno piensa que la autoridad depende de lo que el orador representa en la sociedad en que vive y dentro de la cual ejerce su influencia. Por otro, se pone énfasis sobre la ética en el sentido moral del término, haciendo depender la eficacia retórica de la moralidad y de las prácticas de vida del que quiere persuadir. El ethos se confunde entonces con las costumbres y con la cuestión de la moralidad del locutor como ser en el mundo.

2. Ciencias del lenguaje y ciencias sociales contemporáneas

retoman a Aristóteles

2.1 El dispositivo enunciativo de Benveniste a Ducrot

Las ciencias del lenguaje contemporáneas han dado un lugar de privilegio a una noción de ethos situada dentro de los límites del discurso y consideran solamente las costumbres oratorias como verbales, que son tomadas de Aristóteles. En este sentido, el ethos está ligado a la noción de enunciación que Émile Benveniste define como el acto por el cual un locutor pone en acción la lengua, la hace funcionar por un acto de uso. Esto da como resultado un interés nuevo por las modalidades según las cuales la subjetividad se construye en la lengua y, de un modo más general, por la inscripción del locutor en su discurso. Es la cuestión de la interlocución la que está ahora en el centro del análisis. Benveniste habla de "marco figurativo", entendiendo por esto que la enunciación "como forma de discurso (...) plantea dos «figuras» igualmente necesarias: la una, el origen, la otra, el objeto de la enunciación" (Benveniste 1974:829). La enunciación es, por definición, alocución: postula de modo implícito o explícito un alocutario y establece una "relación discursiva con el interlocutor" (Benveniste 1974:85) que ubica las figuras del locutor y del alocutario en una relación de dependencia mutua. Dentro de la línea de esta lingüística de la enunciación se estudian los "procesos lingüísticos (shifters, modalizadores, términos evaluativos, etc.) con los cuales el locutor imprime su marca en el enunciado, se inscribe en el mensaje (implícita o explícitamente) y se sitúa en relación a él" (Kerbrat-Orecchioni 1980:32). La imagen de sí mismo es también puesta de manifiesto a través de las marcas verbales que construyen y plantean esa imagen al interlocutor. La lingüística de la enunciación suministra un primer anclaje lingüístico al análisis del ethos aristotélico.

Benveniste

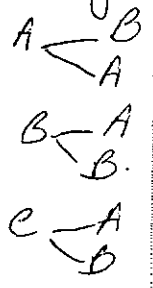
lengua:
• acto de uso
• subjetividad
• inscripción del locutor en su discurso
• marcos figurativos (el origen, el objeto) de la enunciación

alocución:
- L alocutario
- Relación discursiva: dependiente
- procesos lingüísticos
- marcas verbales

Las investigaciones de Catherine Kerbrat-Orecchioni continúan estos trabajos sobre la subjetividad en el lenguaje y permiten poner en evidencia el juego especular que se realiza en toda interlocución. La construcción en espejo de la imagen de los interlocutores aparece ya en Michel Pêcheux (1969) a través de reflexiones de las que se nutren los pragmatistas y los retóricos. Según Pêcheux, A y B, a ambos lados de la cadena de comunicación, se forman una imagen respectiva uno de otro; el emisor A se forma una imagen de sí mismo y de su interlocutor B; reciprocamente, el receptor B se forma una imagen del emisor A y de sí mismo. Gracias a este principio, Kerbrat-Orecchioni sugiere incorporar: "en la competencia cultural de los dos interlocutores de la comunicación (...) la imagen que se forman de ellos mismos, que se hacen del otro y que ellos se imaginan que el otro se hace de ellos." (1980:20).

Kerbrat-Orecchioni

Pêcheux Imagen



Ni Émile Benveniste ni sus sucesores inmediatos retoman el término de ethos, que vuelve a emplearse a partir de Oswald Ducrot. Este lo integra explícitamente con referencia a Aristóteles en su teoría polifónica de la enunciación, es decir, en lo que llama una pragmática-semántica. Para él es importante no confundir las instancias intradiscursivas con el yo empírico que se sitúa fuera del lenguaje, es decir, el sujeto hablante real. Hay que

Ducrot -

Teoría Polifónica de la enunciación - Pragmática - Semántica
ETHOS - intradiscursivo / yo empírico -

Locutor (L) } cuestiona la unicidad - yo empírico λ
 Enunciador (E) } locutor El que dice en el discurso'
 enunciador L
 Polifonía

distinguir en el interior del discurso al locutor (L) del enunciador (E) que está en el origen de las posiciones expresadas en el discurso y asume la responsabilidad por esas posiciones.

De esta manera, Ducrot vuelve a cuestionar la unicidad del sujeto hablante, dividido en yo empírico, locutor y enunciador. Lo que más se destaca es lo concerniente al locutor "L" (o ficción discursiva) y "λ" (o el ser del mundo) del cual se habla ("yo" como sujeto de la enunciación y "yo" como sujeto del enunciado). Analizar L en el discurso no es tanto examinar lo que dice de él mismo como estudiar la apariencia que le confieren las modalidades de su habla. En este punto preciso Ducrot vuelve a la noción de ethos.

Polifonía

El ethos está ligado a L, el locutor, de tal modo que está en el origen de la enunciación que se ve trastocado con ciertos caracteres que, por rechazo, vuelven esta enunciación aceptable o chocante. (Ducrot 1984: 201)

Si de Benveniste a Ducrot se concibe que el habla apunta a influir en el interlocutor, es necesario señalar que el ethos en la lingüística de la enunciación o en la teoría de la polifonía no es estudiado principalmente como modo de prueba.

2.2 El ethos en el análisis del discurso de Dominique Maingueneau

Es esencialmente el Análisis del Discurso desarrollado por D. Maingueneau el que retoma las nociones de marco figurativo de Benveniste y de ethos según Ducrot examinando cómo dan cuenta de la eficacia intrínseca del habla. Se trata una vez más del modo en que el locutor elabora una imagen de sí mismo en su discurso:

ethos discursivo
 +
 individuo real

Lo que el orador pretende ser lo da a entender y lo hace ver: no dice que es simple y honesto; lo muestra a través de su manera de expresarse. El ethos está así vinculado con el ejercicio de la palabra, con el papel que le corresponde en su discurso, y no con el individuo "real", tomado independientemente de su prestación oratoria (Maingueneau 1993: 138).

ENUNCIADOR
 |
 Escena de
 Enunciación
 |
 Legitimación
 |
 Género discursivo
 |
 Roles -

Para conferirse un cierto estatus susceptible de legitimar su palabra, el enunciador debe inscribirse en una escena de enunciación. Es necesario que cada género discursivo tenga una distribución previa de roles. (IV, 8, I). Dentro de ella el locutor puede elegir más o menos libremente su escenografía a saber, un escenario preestablecido que le convenga y le dé de inmediato cierta posición. La imagen de sí del locutor se construye así en función de las exigencias de muchos marcos que el discurso debe integrar armoniosamente. De este modo, en la "Carta a todos los franceses" de François Mitterrand, después de la campaña presidencial de 1988, se encuentra la imbricación de una escena englobante, la del discurso político (con el lazo con el alocutario que supone una elección política), de una escena genérica (el escrito en el que un candidato presenta un programa), de una escenografía (la de la correspondencia privada donde dos individuos mantienen una relación personal); esta escenografía apela a la garantía de otra escena de palabras, la de la mesa familiar, especie de situación estereotipada grabada en la memoria colectiva que François Mitterrand moviliza para sus propias necesidades (Maingueneau en Siess 1998: 74-75). Desde entonces, la inscripción del sujeto en el discurso no se efectúa solamente a través de los embragues y de los trazos de la subjetividad en el lenguaje (modalizadores, verbos y adjetivos axiológicos, etc. III, 5, I). Se hace también por la activación de un tipo y un género discursivos en los cuales el locutor ocupa una posición definida desde el principio y por la selección de un escenario familiar que modela la relación con el alocutario. Es dentro de este marco que la noción de ethos se relaciona con los conceptos de Maingueneau con el (tono) término que prefiere al de "voz", pues este remite tanto a la oralidad como a la escritura. El tono se vincula con "una doble figura del enunciador: la de un carácter y la de una corporalidad" (1984: 100). Estos dos elementos derivan de las representaciones sociales de ciertos tipos de carácter en el sentido

TOPOS

elige su
 escenografía
 |
 La imagen de
 sí se construye
 en función de
 las exigencias
 de los marcos
 que tiene el
 discurso -
 |
 subjetividad

modalizadores etc
 +
 activación de géneros discursivos
 }
 topoi

tono - carácter del
 enunciador
 +
 corporalidad
 }
 Representaciones
 Sociales

psicológico del término y de una "una manera de habitar el espacio social" (1993:139) ligada a las posiciones, a las formas de vestirse. Maingueneau cita un ejemplo de ethos que caracteriza a *Los Trágicos* de Agrippa d'Aubigné, una forma de hablar ruda indisociable de un carácter y de una corporalidad tomada de la imagen del paisano del Danubio, "figura emblemática del habla ruda y verdadera" (1993:129).

2.3 De Goffman al análisis conversacional

La atención prestada por las ciencias del lenguaje a la producción de una imagen de sí deriva tanto de las investigaciones del norteamericano Erving Goffman sobre las interacciones sociales como de la tradición retórica. El análisis de las conversaciones está inspirado principalmente en los estudios de Goffman sobre la presentación de sí y los ritos de interacción. Goffman muestra que toda interacción social, definida como "la influencia recíproca que los interlocutores ejercen sobre sus acciones respectivas cuando están en presencia unos de otros" (1973:23) exige que los actores brinden con su comportamiento voluntario o involuntario una cierta impresión de sí mismos que contribuya a influir en sus interlocutores en el sentido deseado. Adoptando la metáfora teatral, Goffman habla de representación, que es "la totalidad de la actividad de una cierta persona en una ocasión dada, para influir de determinada manera en los participantes". Habla también de papel ("part") o de rutina, definidos como "el modelo de acción preestablecido que se desarrolla durante una representación y que se puede presentar o utilizar en otras ocasiones" (ibid.). Estas rutinas constituyen el modelo de comportamiento preestablecido que utiliza el director en una reunión con sus empleados, el juez en una sesión en el tribunal, la enfermera en su trato con los enfermos, el padre en la mesa familiar. Indisociable de la influencia mutua que los participantes desean ejercer uno sobre el otro, la presentación de sí mismo es tributaria de los roles sociales y de los datos situacionales. En la medida en que ella es inherente a todo intercambio social y está sometida a una regulación sociocultural, esa presentación excede enormemente la intencionalidad del sujeto que habla y actúa. Estas nociones se completan en *Les rites d'interaction* (1974) con la de "cara" (face) definida como "el valor social positivo que una persona reivindica efectivamente a través de la línea de acción que los otros suponen que ella ha adoptado en el curso de un contacto particular". La cara es una imagen de mí "delineada según ciertos atributos sociales aprobados y compartidos, ya que, por ejemplo, uno puede dar una buena imagen acerca de su profesión o de su religión dando una buena imagen de sí mismo (Goffman 1974:9). Kerbrat-Orecchioni redefine sintéticamente la noción goffmaniana de cara como "el conjunto de las imágenes valorizantes que uno intenta, en la interacción, construir de sí mismo e imponer a los demás" (1989:156). Lo esencial es aquí el face-work, o figuración, a saber, "todo lo que realiza una persona para que sus acciones no hagan perder el aspecto de su persona comprendida en ella misma" (Goffman 1974:15). Desde esta óptica, Goffman elabora una psicología centrada en el trabajo que consiste en restablecer el equilibrio en una interacción conversacional por medio de tácticas, por ejemplo, de prevención o de reparación. Los trabajos sobre comportamiento en la vida cotidiana hacen productiva la descripción de los intercambios verbales donde "lo que pone en juego las interacciones, son, ante todo, las relaciones interpersonales ritualizadas socialmente" (Kerbrat-Orecchioni 1989:171). Kerbrat-Orecchioni examina algunos casos donde el locutor se enfrenta a exigencias difícilmente compatibles, como la de un conferencista en el momento de pronunciar una palabra extranjera, que duda entre pronunciarla demasiado bien y pasar por pedante o parecer incompetente si su pronunciación

Presentación de sí
Ritos de interacción
Actores e presencia
comportamiento voluntario o involuntario
Influencia

interacción social
actores
representación
papel
Rutinas

REPRESENTACIÓN
PAPEL DE RUTINA

RUTINA
Roles sociales
Datos situacionales
inherente a todo intercambio social
sometida a regulación sociocultural

cara

tácticas

Excede la intencionalidad

Traducción castellana: *Ritual de la interacción*. Buenos Aires: Ed. Tiempo Contemporáneo, 1970.

CARA

EQUILIBRIO en la INTERACCIÓN - tácticas / prevención / reparación

Kerbrat-Orecchioni
como hechos estructurales
formas convencionales

fenómenos de la lengua.
morfemas modalizadores
interacciones - imagen de sí del otro

ETHOS
oratorio
+
FENÓMENOS
DE
CORTESÍA

es mala. Estudia la expresión en la que el locutor, esforzándose por agradar al otro, brinda de sí mismo una imagen positiva.

En suma, Kerbrat-Orecchioni retoma el principio de gestión de las caras para mostrar cómo rigen en la lengua los hechos estructurales y las formas convencionales. El análisis conversacional vincula así el estudio de los fenómenos de lengua (morfemas especializados, tipos de modalizadores, etc.) con los de las interacciones en el sentido de que la imagen que el locutor construye de sí mismo y del otro son muy importantes. Esa imagen plantea poner el análisis del ethos oratorio en relación con los fenómenos de cortesía, por una parte, y la dinámica de los intercambios cara a cara, por la otra. En efecto, la imagen discursiva de sí mismo se construye de modo diferente en un discurso donde el orador se presenta teniendo en cuenta al auditorio pero sin que ese auditorio tenga derecho a responder en un intercambio, donde las respuestas de los interlocutores obliguen a cada uno de ellos a reajustar la presentación de sí mismos.

Dinámica de los intercambios cara a cara.

2.4 Ethos y habitus en Bourdieu

Así como la etnometodología inspirada en Goffman retoma y reconduce la enseñanza de la retórica aristotélica privilegiando la imagen construida en el intercambio, la sociología de Pierre Bourdieu busca los orígenes de la eficacia más allá de los límites del discurso. Otorgándole una importancia primordial a la autoridad previa del orador, Bourdieu retoma a su modo el punto de vista de Isócrates y de los latinos, proponiendo el uso de parámetros que tienen un lejano vínculo con los de la retórica antigua. En efecto, según Bourdieu el principio de la eficacia de la palabra no está en su "sustancia propiamente lingüística" y solamente el carácter artificial de los ejemplos obtenidos de una situación concreta puede hacer creer que "los intercambios simbólicos se reducen a contactos de pura comunicación" (1982:105). Según Bourdieu, el poder de las palabras reside en "las condiciones institucionales de su producción y de su recepción", es decir, en la adecuación entre la función social del locutor y su discurso, en el sentido de un ritual debidamente reglado. Un discurso no puede tener autoridad si no es pronunciado por la persona legitimada para pronunciarlo en una situación legítima, ante receptores legítimos y si no es enunciado bajo formas legítimas. Uno ve que en su análisis de *Lo que quiere decir hablar* la sociología instala la primacía absoluta de la situación y del estatus institucional del orador en los intercambios.

eficacia más allá del discurso
Autoridad previa del orador
no está en la palabra

En este marco, Bourdieu plantea la noción de ethos dándole un sentido distinto de su acepción retórica habitual: propone una reinterpretación en el marco del concepto de habitus o conjunto de disposiciones durables adquiridas por el individuo en el curso del proceso de socialización. Como componente del habitus, el ethos designa en Bourdieu los principios interiorizados que guían nuestra conducta hacia nuestro inconsciente: la hexis corporal se refiere a las posturas, a las actitudes corporales, igualmente interiorizadas. Todas permiten dar cuenta de las posturas que un agente social adopta cuando está comprometido en cualquier intercambio simbólico. Las formas adquiridas de decir y de presentarse intervienen necesariamente en los rituales que representan los intercambios verbales socializados.

Habitus
ETHOS
HEXIS

Habitus
hexis

3. El ethos en el análisis argumentativo

AMOSSY

3.1 Ethos discursivo y ethos previo

Al término de este rápido recorrido, ¿cómo puede uno encarar la cuestión del ethos en la perspectiva de un análisis argumentativo que se presenta a la vez ligado a la retórica aristotélica y al análisis del discurso? Más que preguntarse si la fuerza de la persuasión procede de la posición exterior del orador o de la imagen que él propone de sí mismo en su discurso, parece mucho más fructífero ver de qué modo el discurso construye un ethos

EtHOS en el discurso

fundado en datos prediscursivos distintos. En efecto, es la imagen que el locutor construye, deliberadamente o no, en su discurso, lo que constituye un componente de la fuerza ilocutoria.

elementos preexistentes

Aquí estamos en el plano del ethos discursivo: para tomar esto en cuenta las ciencias del lenguaje ofrecen instrumentos valiosos. Pero la imagen elaborada por el locutor se apoya en elementos preexistentes, como la idea que el público se forma del locutor antes de que tome la palabra o la autoridad que le confiere su posición o su estatus. Estamos entonces en el plano del ethos previo o prediscursivo (noción desarrollada por Amossy, Haddad y Maingueneau en *Imágenes de sí mismo en el discurso*, Amossy 1999) Llamaremos entonces ethos o imagen previa, por oposición al ethos oratorio, que es plenamente discursivo. A la imagen que el auditorio puede formarse del locutor antes de que tome la palabra. Esta representación, necesariamente esquemática, es modulada diferentemente por el discurso. El ethos previo se elabora sobre la base del rol que cumple el orador en el espacio social (sus funciones institucionales, su estatus y su poder) pero también sobre la base de la representación colectiva del estereotipo que circula sobre su persona. Precede a la toma de la palabra y la condiciona parcialmente. Al mismo tiempo, deja en el discurso trazos tangibles que se pueden señalar tanto a través de marcas lingüísticas como en la situación de la enunciación que está en el fundamento del intercambio.

ethos previo

Desde esta perspectiva se tiene la tentación de integrar en un análisis del discurso las consideraciones de la sociología sobre el estatus institucional del locutor (Bourdieu) y de la retórica sobre la reputación del orador (de Isócrates, los latinos y la retórica clásica).

En efecto, la imagen que proyecta el locutor de su persona hace uso de datos sociales e individuales previos que juegan necesariamente un rol en la interacción y contribuyen mucho a la fuerza de la palabra. Desde esta perspectiva es necesario a la vez distinguir y examinar, en su estrecha correlación, los diferentes componentes de la autoridad discursiva. Uno postula, entonces, siguiendo a Grize, que se inspiró en Pechoux, que el locutor A debe figurarse la idea previa que B se hace de él (y entonces se forma una representación de B) para lograr un intercambio eficaz. Así un yo empírico, que imagina su interlocutor y su forma de ver el mundo, especula sobre el modo en que él se percibe a sí mismo. En un discurso político, Jacques Chirac o Lionel Jospin, por ejemplo, tienen en cuenta, al momento de tomar la palabra, la imagen que el público posee de ellos y de sus personas. Ellos se apoyan sobre cierta representación previa (o al menos sobre la idea que se hacen de ella) tanto para reconducirla como para transformarla. El hombre político puede así fundar su palabra en su dignidad de presidente o su imagen de político íntegro. Pero también puede tratar de construir una imagen que no está de acuerdo con la que sus interlocutores conocen de su persona o con la autoridad que le es oficialmente delegada. Jean Michel Adam muestra cómo de Gaulle produce un ethos confiable en el Llamado del 18 de junio de 1940, aunque era apenas conocido por el público que escuchaba Radio Londres, al proferir un discurso que se oponía a la autoridad del Jefe de Estado (Adam en Amossy 1999; Adam 2000). Puede verse cómo un locutor prueba cambiar una representación colectiva que le es desfavorable y modificar un estatus insatisfactorio. Así Le Pen en el momento de la crisis del Golfo da una conferencia de prensa que debe contribuir a ubicarlo como presidenciable mientras no cumple ninguna función política oficial y su imagen es extremadamente negativa a los ojos de una gran mayoría de Francia.

Es importante examinar respecto de la imagen de sí mismo del orador. EtHOS

- * A nivel prediscursivo:
 - el estatus institucional del locutor, las funciones o la posición en el campo que confiere una legitimidad a su palabra;

- la imagen que el auditorio se forma de su persona previamente a la toma de la palabra.

* A nivel discursivo:

- la imagen que deriva de la distribución de los roles inherente a la escena genérica y a la elección de una escenografía (los modelos inscriptos en el discurso);
- la imagen que el locutor proyecta de sí mismo en su discurso que se inscribe en la enunciación más que en el enunciado y la forma que reelabora los datos prediscursivos.

Jean Michel Adam muestra cómo los elementos retomados en el nivel prediscursivo (denominado "extradiscursivo" en sus textos) pueden expresarse en la literalidad del enunciado. En efecto, el orador político puede recordar a título de qué habla y apoyarse en la autoridad que le confieren sus funciones.

3.2 Ethos e imaginario social

La posición de un locutor en un campo dado y la legitimidad que esa posición le confiere para expresarse (en su dominio de especialización o en otro) no son, lo hemos visto, los únicos datos prediscursivos. Como el auditorio, el ethos es tributario de un imaginario social y se nutre de los estereotipos de su época: la imagen del locutor se basa necesariamente en modelos culturales. Hay que tener en cuenta la imagen que se vincula en ese momento preciso con la persona del locutor o la categoría en la que participa. Hay que tener acceso a un stock de imágenes de una sociedad dada, o al menos conocer la imagen pública de una personalidad política o mediática. Hay que tener en consideración:

- la imagen que uno se forma de la categoría social, profesional, étnica, nacional, etc., del locutor;
- la imagen singular que circula de un individuo en el momento del intercambio argumentativo;
- la posibilidad de imágenes distintas, visiones antagónicas, del mismo locutor según el auditorio enfocado.

El locutor que no puede basarse en una autoridad institucional suficiente o apropiada, que se vea revestido de una imagen estereotipada que perjudica sus intenciones, puede trabajar para modificarla en su discurso. [...] ¿Cómo reencontrar la imagen previa de locutor, cómo tener acceso a la idea que se hace de la imagen que uno tiene de él? Para el auditorio es principalmente en el discurso donde se reencuentran los rasgos de los estereotipos que colaboran en la construcción del ethos.

Imaginario social
estereotipos
de su época
modelos culturales.

Maingueneau, Dominique (2002): "Problèmes d'ethos", en *Pratiques* N°113/114, junio de 2002, pp. 55-67. (Traducido y seleccionado por M. Eugenia Contursi).

Problemas de ethos

Luego de haber sido presa del movimiento de descrédito de la retórica, la noción de ethos no hablo aquí más que de ethos discursivo está cada vez más presente. Para mientras que el rejuvenecimiento del interés por la retórica es relativamente antiguo (en 1958 aparecieron las obras fundadoras de C. Perelman y de S. Toulmin), el ethos ha debido esperar hasta los años 80 para ocupar un lugar en la reflexión sobre el discurso³: no solamente ha suscitado comentarios en tanto concepto del corpus teórico, sino que ha dado lugar a prolongamientos nuevos en el marco de las disciplinas que estudian el discurso.

Nos podríamos preguntar por qué el ethos suscita hoy tanto interés. Evidentemente, tal retorno entra en consonancia con la dominación de los medios audiovisuales: con ellos el centro de interés se ha desplazado de las doctrinas y de los aparatos que los habían ligado a la representación de sí, al "look"; fenómeno que Regis Debray, por ejemplo, ha teorizado en términos de mediología. Esto va a la par con el arraigo de toda convicción de una cierta determinación del cuerpo en movimiento, atestiguando la transformación de la "propaganda" de antaño en "pub": la primera mostraba argumentos para valorizar un producto, el segundo elaboró en su discurso el cuerpo imaginario de la marca que es considerada como la fuente del enunciado publicitario.

ETHOS y los medios.

No me empeñaré más en esta dirección; aquí me propongo solamente brindar un cierto número de reparos para que sea asible lo que está en juego en esta noción de ethos; para tener una visión más rica se puede recurrir al volumen editado por R. Amossy (1999), que está citado en la bibliografía. Comenzaré por recordar las principales características del ethos retórico, cómo se presenta luego de la problemática aristotélica; evocaré después un cierto número de problemas que se presentan cuando uno quiere establecer esta noción; presentaré, en fin, mi propia concepción del ethos, insistiendo en el hecho de que no es más que una de las aplicaciones posibles de una noción que tiene vocación de ser transdisciplinaria.

MAINGUENEAU

ETHOS transdisciplinario

El ethos retórico

Al escribir su Retórica, Aristóteles intenta presentar una *techné* con miras a examinar no lo que es persuasivo para tal o cual individuo, sino para tal o cual tipo de individuos (1356b, 32-33 (4)). La prueba por el ethos consiste en causar buena impresión, por la manera en la que se construye el discurso, en dar una imagen de sí

ARISTÓTELES Persuasivo para un grupo de individuos

¹ El ethos implica problemas de ortografía: si se quiere respetar las convenciones usuales en materia de palabras griegas, deberíamos escribirla con é, pero muchos utilizan una simple e, que es lo que yo hago. En plural, se escribe en general *ethé* y no *ethoi* porque se trata de una palabra neutra en griego antiguo.

² Existe, en efecto, una explicación sociológica de la noción de ethos; puede tener un sentido aristotélico (*Ética a Nicómaco*, II - 1), pero sobre todo de Max Weber quien en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* parte del ethos (sin dar, sin embargo, una definición precisa) como de una interiorización de normas de vida, hacia la articulación entre creencias religiosas y sistema económico en la coyuntura del capitalismo. En la prolongación de esta concepción, citemos, por ejemplo, el libro de Herbert Mac Closky y John Zaller, *The American ethos: public attitudes toward capitalism and democracy*, Cambridge (Mass.), 1984.

³ En lo que concierne a Francia, me parece que es en 1984 que comienza la explotación del ethos en términos pragmáticos o discursivos: O. Ducrot integró el ethos a una conceptualización enunciativa (Ducrot, 1984: 201) y yo mismo propuse una teoría en un marco de análisis del discurso (Maingueneau 1984, 1987). Antes, M. Le Guern (1977) había llamado la atención sobre el valor que tenía esta noción en la retórica del siglo XVII.

Pruebas del ethos

- 1- Imagen
- 2- Discursos
- 3- Impreso

capaz de convencer al auditorio ganando su confianza. El destinatario debe atribuir ciertas propiedades a la instancia que se establece como la fuente del acontecimiento enunciativo.

La prueba por el ethos moviliza "todo lo que, en la enunciaci3n discursiva, contribuye a emitir una imagen del orador con destino en el auditorio. El tono de voz, la facilidad de palabra, la elecci3n de las palabras y de los argumentos, gestos, mímicas, mirada, postura, adornos, etc., son igualmente signos, elocutorios y oratorios, de la vestimenta y simb3licos, por los cuales el orador da de si mismo una imagen psicol3gica y sociol3gica" (Declercq, 1992: 48). No se trata de una representaci3n estatica o bien delimitada, sino sobre todo de una forma dinámica, construida por el destinatario a través del movimiento mismo de la palabra del locutor. El ethos no se instala en el primer plano, sino de manera lateral, implica una experiencia sensible del discurso, moviliza la afectividad del destinatario. Para recordar una fórmula de Gilbert (siglo XVIII), que resume el triángulo de la retórica antigua, "se instruye por los argumentos; se mueve por las pasiones; se insinúa por las costumbres"; los argumentos corresponden al logos las "pasiones" al pathos las "costumbres" al ethos. Para A. Auchlin (2001: 92) "se puede considerar que el ethos se construye sobre la base de dos mecanismos de tratamiento distintos, uno reposa sobre la decodificaci3n lingüística y el tratamiento inferencial de los enunciados, el otro sobre el reagrupamiento de hechos en síntomas, operaci3n de tipo diagn3stico, que moviliza los recursos cognitivos del orden de la empatía". Se comprende que en la tradici3n ret3rica el ethos haya sido frecuentemente mirado con sospecha: presentado como tan eficaz, visto a veces como más que el logos (los argumentos propiamente dichos), se supone que invierte inevitablemente la jerarquía moral entre lo inteligible y lo sensible.

EN ENUNCIACION DISCURSIVA =
imagen →
Tono de voz

DINAMICA.
• Construida por el destinatario o través de lo palabras del locutor.

• Experiencia sensible del discurso que moviliza la afectividad del destinatario

Ret3rica
LOGOS
PATHOS
ETHOS
jerarquía entre

(...)
El ethos propiamente ret3rico está ligado a la enunciaci3n misma y no a un saber extra-discursivo sobre el locutor. Este es el punto esencial: "se persuade por el carácter cuando el discurso naturalmente muestra al orador como digno de fe [...] Pero es necesario que esa confianza sea el efecto del discurso, no de una prevenci3n sobre el carácter del orador" (1356a)⁴. R. Barthes subraya este punto: "son los rasgos de carácter lo que el orador debe mostrar al auditorio (poco importa su sinceridad) para hacer buena impresi3n [...] El orador enuncia una informaci3n y al mismo tiempo dice: yo soy esto, yo no soy aquello" (Barthes, 1970: 212). La eficacia del ethos depende del hecho de que envuelve de algún modo la enunciaci3n sin ser explicitado en el enunciado.

ETHOS DISCURSIVO
BARTHES

Este fenómeno ha sido conceptualizado por Oswald Ducrot a través de su distinción entre "locutor-L" (= al enunciad3n) y "locutor-lambda" (=al locutor en tanto ser en el mundo), que cruza aquello de los pragmáticos entre mostrar y decir. el ethos se muestra en el acto de la enunciaci3n, no se dice en el enunciado. Se queda por naturaleza en el segundo plano de la enunciaci3n: debe ser percibido, pero no [debe ser] hecho objeto del discurso. "No se trata de las afirmaciones aduladoras que el orador puede hacer sobre su propia persona en el contenido de su discurso, afirmaciones que corren el riesgo de, por el contrario, ofender al auditorio, sino de la apariencia que le confieren la facilidad de palabra, la entonaci3n, acalorada o severa, la elecci3n de las palabras, de los argumentos... En mi terminología, diría que el ethos está ligado a L, el locutor en tanto que tal: es en tanto fuente de la enunciaci3n que se ve disfrazado con ciertos caracteres que, por contrapartida, vuelven esa enunciaci3n aceptable o desagradable" (Ducrot 1984: 201).

DUCROT
Mostrar vs Decir
Ethos se muestra no se dice en el enunciado

Se ve que el ethos es diferente de los atributos "reales" del locutor: puede ser adjuntado al locutor en tanto que este es la fuente de la enunciaci3n, es desde el exterior que lo caracteriza. El destinatario atribuye a un locutor inscripto en el mundo extra-discursivo rasgos que son en realidad intra-discursivos, pues son asociados a una manera de decir. Más exactamente, no se trata de rasgos estrictamente "intra-

El destinatario le atribuye rasgos de un ethos que es discursivo pero que confunde con rasgos extra-discursivos

⁴ Subrayado nuestro.

574 11 COPIAS

discursivos" porque, se ha visto, intervienen también en su elaboración datos exteriores a la palabra propiamente dicha (mímicas; vestimentas...).

En última instancia, la cuestión del ethos está ligada a la construcción de la identidad. Cada turno de habla implica a la vez tomar en cuenta las representaciones que los participantes se hacen el uno del otro; pero también la estrategia de habla de un locutor que orienta el discurso de manera de formarse a través de él una cierta identidad.

ETHOS
Identidad
discursiva
no de
X

Algunas dificultades ligadas a la noción

MAINGUENAU

En sus desarrollos históricos como en las nuevas aplicaciones que son hechas hoy, la noción de ethos, todo lo simple que puede parecer en un primer abordaje, instaura múltiples problemas si se la quiere circunscribir con cierta precisión. Señalaremos algunos.

1 El ethos está crucialmente ligado al acto de enunciación, pero no se puede ignorar que el público construye también representaciones del ethos del enunciador antes incluso de que hable. Parece necesario, entonces, establecer una distinción entre ethos discursivo y ethos prediscursivo. Solo el primero, hemos visto, corresponde a la definición de Aristóteles. Ciertamente, existen tipos de discurso o de circunstancias por las cuales el destinatario no dispone de representaciones previas del ethos del locutor: así ocurre cuando se abre una novela. Pasa algo distinto en el dominio político, por ejemplo, donde la mayor parte de los locutores, constantemente presentes en la escena mediática, son asociados a un tipo de ethos que cada enunciación puede confirmar o cancelar. De todas maneras, incluso si el destinatario no conoce bien el ethos previo del locutor, el solo hecho de que un texto pertenezca a un género del discurso o a un cierto posicionamiento ideológico induce a prejuicios en materia de ethos. Se puede, así, poner en duda lo bien fundada de esta distinción entre "prediscursivo" y "discursivo", argumentando que cada discurso se desarrolla en el tiempo (un hombre que ha hablado al comienzo de una reunión y que retoma la palabra, ha adquirido ya una cierta reputación que la continuación de su propósito puede confirmar o no). De todas maneras, se puede pensar que la distinción prediscursivo / discursivo debe tomar en cuenta la diversidad de los géneros del discurso, que no es pertinente, entonces, sobre la nada.

ETHOS
- Discursivo
- Prediscursivo

2 Otra serie de problemas viene de que en la elaboración del ethos intervienen ordenes de hechos muy diversos: los índices sobre los que se apoya el intérprete van de la elección del registro de lengua y de las palabras a la planificación textual, pasando por el ritmo y la facilidad de palabra... El ethos se elabora, así, a través de una percepción compleja que moviliza la afectividad del intérprete que obtiene sus informaciones del material lingüístico y del medio ambiente. Es incluso más grave: si se dice que el ethos es un efecto del discurso, se debería poder delimitar lo que se releva en el discurso; pero es mucho más evidente en un texto escrito que en una situación de interacción oral. Hay siempre elementos contingentes en un acto de comunicación, de los que es difícil decir si forman parte del discurso o no, pero que influyen en la construcción del ethos por el destinatario. Es, en última instancia, una decisión teórica saber si se debe relacionar el ethos con el material propiamente verbal, dar el poder a las palabras, o si se debe integrar elementos como el vestuario del locutor, sus gestos, ver el conjunto del cuadro de la comunicación. El problema es mucho más delicado porque el ethos, por naturaleza, es un comportamiento que, es tanto tal, articula lo verbal y lo no verbal para provocar en el destinatario efectos que no se deben solo a las palabras, al menos no por completo.

ELABORACIÓN del ETHOS.
elección de lengua, facilidad de palabras es decir
• AFECTIVIDAD del locutor
• Material lingüístico
• Medio ambiente

3 Por otro lado, la noción de ethos reenvía a cosas muy diferentes según se lo considere desde el punto de vista del locutor o desde el del destinatario: el ethos ambicionado no es necesariamente el ethos producido. El docente que quiere dar la imagen de serio puede ser percibido como fastidioso, aquel que quiere dar la imagen de individuo abierto y simpático puede ser percibido como reclutador o "demagogo". Los fracasos en materia de ethos son moneda corriente.

ETHOS ambicionados f. ethos producidos.

ETHOS como EFECTO del discurso.
comportamiento que articula lo verbal y lo no verbal.

significaciones

En la concepción misma de ethos existen grandes zonas de variación; A Auchlin señala algunas:

-- El ethos puede ser percibido como más o menos carnal, concreto, o más o menos "abstracto". Es la cuestión de la traducción misma del término *ethos* la que está aquí en juego: carácter, retrato moral, imagen, costumbres oratorias, porte, aire, tono...; el cuadro de referencia puede privilegiar la dimensión visual ("retrato") o musical ("tono"), la psicología popular, la moral, etc.

-- El ethos puede ser concebido como más o menos axiológico. Hay tradicionalmente discusiones sobre el carácter "moral" o no de la prueba por el ethos. ¿Hay o no autonomía del ethos en relación con las costumbres reales de los locutores? Se atribuye a la retórica latina el precepto según el cual para ser un buen orador es necesario, ante todo, ser un hombre de bien. Posición, parece, opuesta a la concepción aristotélica.

-- El ethos puede ser percibido como más o menos saliente, manifiesto, singular vs. colectivo, compartido, implícito e invisible. Algunos, como C. Kerbrat-Orecchioni, asocian la noción de ethos a los hábitos locutorios compartidos por los miembros de una comunidad: "Podemos, en efecto, suponer razonablemente que los diferentes comportamientos de una misma comunidad obedecen a alguna coherencia profunda, y esperar que su descripción sistemática permita delimitar el "perfil comunicativo", o ethos, de esa comunidad (es decir, su manera de comportarse y de presentarse en la interacción --más o menos calurosa o fría, cercana o distante, modesta o inmodesta, "sin apuro" [despreocupada] o respetuosa del territorio del otro, susceptible o indiferente a la ofensa, etc.-)" (Kerbrat-Orecchioni 1996: 78). Un tal "ethos colectivo" constituye para los locutores que lo comparten un cuadro, invisible e imperceptible como tal, de lo interior [de la mismidad].

-- El ethos puede ser concebido como más o menos fijo, convencional vs. emergente, singular. Es evidente, en efecto, que existe, para un grupo social dado, "ethé" fijos, que son relativamente estables, convencionales. Pero no es menos evidente que existe la posibilidad de jugar con esos ethé convencionales.

De todas maneras, desde su origen la noción de ethos no tiene un valor unívoco. El término "ethos" en griego tiene un sentido poco específico y se presta a múltiples aplicaciones: en retórica, en moral, en política, en música... Ya en Aristóteles, el ethos es objeto de tratamientos diferentes en la *Política* y en la *Retórica*, y hemos visto que en este último libro designa tanto las propiedades adjudicadas al orador en tanto que enuncia, como las disposiciones estables atribuidas a los individuos insertos en las colectividades. A esto se añaden todos los problemas que presenta la interpretación del texto aristotélico y, aún más, los corpora antiguos. (...)

(...) [L]o que nos interesa aquí es saber a qué título la categoría atañe a un sector determinado de las ciencias humanas contemporáneas, cuando hacen análisis de discurso. No vivimos en el mismo mundo que el de la retórica antigua y la palabra no está constreñida por los mismos dispositivos; lo que era una disciplina única, la retórica, está hoy disperso en diversas disciplinas teóricas y prácticas que tienen distintos intereses y captan el ethos bajo facetas diversas. No hay modo posible de establecer definitivamente una noción de este tipo, que es mejor aprehender como el nudo generador de una multitud de desarrollos posibles. Por ejemplo, los esfuerzos de M. Dascal por integrar el ethos a una "retórica cognitiva" fundada sobre una pragmática filosófica (Dascal, 1999) o perspectivas de los "cultural studies", donde el ethos es asociado a cuestiones de diferencia sexual y de etnicidad (Baumlin J. S. Y T. F., 1994). Los corpora juegan también un papel esencial en esta diversificación; aplicado a un texto filosófico del siglo XIX, el ethos no puede establecer los mismos problemas que si se aplica a una interacción conversacional...

*Asignaciones
Retórica
Aristóteles*

No obstante, si nos limitamos a la *Retórica* de Aristóteles, podemos acordar ciertas ideas, sin prejuzgar la manera en la que pueden ser aplicadas eventualmente:

① el ethos es una noción discursiva, se construye a través del discurso, no es una "imagen" del locutor exterior a la palabra;

Discurso

- el ethos está profundamente ligado a un proceso interactivo de influencia sobre el otro; *influencia*
- es una noción híbrida (socio / discursiva), un comportamiento socialmente evaluado que no puede ser aprehendido fuera de una situación de comunicación precisa, integrada ella misma en una coyuntura socio-histórica determinada.

Contextualizado dentro del discurso abreviado por lo social.

Es en este espíritu que presentare mi concepción personal del ethos, que se inscribe en el marco del análisis del discurso, incluso si su problemática es bien diferente, me parece que no es profundamente infiel a las líneas rectoras de la concepción aristotélica del ethos. Para permanecer en el espíritu de este número de Pratiques, pondré el acento sobre lo escrito.

- II - MANGUENEAU.

He sido impulsado a trabajar esta noción de ethos en el marco del análisis del discurso y en corpora relevantes de géneros que se podrían llamar "instituidos", en oposición a los géneros conversacionales. Entre los géneros "instituidos", sean monológicos o dialógicos, los participantes ocupan roles preestablecidos que permanecen estables en el curso del evento comunicativo y siguen rutinas, más o menos precisas, en el desarrollo de la organización textual. En los géneros conversacionales, en oposición, los lugares de los participantes son negociados sin cesar y el desarrollo del texto no obedece a constreñimientos macro-estructurales fuertes.

Mi perspectiva excede por mucho el marco de la argumentación. Más allá de la persuasión por los argumentos, la noción de ethos permite, en efecto, reflexionar sobre el proceso más general de la adhesión de los sujetos a cierto posicionamiento. Proceso particularmente evidente cuando se trata de discursos como la publicidad, la filosofía, la política, etc., que —a diferencia de los "funcionales" como los formularios administrativos o los instructivos— deben ganar un público que está en derecho de ignorarlos o de rechazarlos.

Mangueneau más allá de la argumentación

El "garante" articula *cuerpo / discurso / subjetividad*

Según la entiendo, la noción de ethos es interesante por el lazo crucial que tiene con la reflexividad enunciativa, pero también porque permite articular cuerpo y discurso más allá de una oposición empírica entre oral y escrito. La instancia subjetiva que se manifiesta a través del discurso no se deja concebir solamente como un estatuto, sino también como una "voz" asociada a un "cuerpo enunciator" históricamente especificado. Mientras que la retórica ha ligado estrechamente el ethos a la oralidad, reservándolo a la elocuencia judicial o incluso a la oralidad, se puede establecer que todo texto escrito, incluso si la niega, posee una "vocalidad" específica que permite relacionarlo con una caracterización del cuerpo del enunciator (y no, entendámoslo bien, del cuerpo del locutor extra-discursivo), tiene un "garante" que, a través de su "tono", certifica lo que es dicho; el término "tono" presenta la ventaja de valer tanto para lo escrito como para lo oral.

Voz asociada a un cuerpo enunciator históricamente especificado (Bourdieu)

Es decir que optamos por una concepción más "encarnada" del ethos que, en esta perspectiva, recubre no solamente la dimensión verbal, sino también el conjunto de determinaciones físicas y psíquicas adjudicadas al "garante" por las representaciones colectivas. Así, se puede atribuir un "carácter" y una "corporalidad", cuyo grado de precisión varía según los textos. El "carácter" corresponde a un haz de rasgos psicológicos. En cuanto a la "corporalidad", es asociada a una complejión física y a una manera de vestirse. Más allá, el ethos implica una manera de moverse en el espacio social, una disciplina tácita del cuerpo aprehendida a través del comportamiento. El destinatario la identifica apoyándose en un conjunto difuso de

⁵ Que no se confundirá evidentemente con el término "carácter" por el cual se traduce frecuentemente el "ethos" de la *Retórica* de Aristóteles.

GÉNEROS instituidos Conversacionales los.

enunciador tiene un TONO

concepción encarnada del ethos

Determina cosas físicas psíquicas adjudicadas al garante por representaciones colectivas

CARÁCTER : haz de rasgos psicológicos.

CORPORALIDAD : físico, experiencia, disciplina tónica del cuerpo que da a ver el comportamiento que el destinatario identifica a partir de representaciones sociales evaluadas + o -, estereotipos que lo enunciator confirma o niega

representaciones sociales evaluadas positiva o negativamente, de estereotipos que la enunciación contribuye a conformar o a transformar.

Mezallo que IDENTIFICACIÓN (Amosy y el pathos) MUNDO ETICO

De hecho, la incorporación del lector va más allá de la simple identificación de un personaje garante, implica un "mundo ethico" del cual ese garante es parte pregnante y al cual da acceso. El "mundo ethico" activado a través de la lectura subsume un cierto número de situaciones estereotípicas asociadas a los comportamientos: la publicidad contemporánea se apoya masivamente sobre tales estereotipos (el mundo ethico del cuadro dinámico, de los snobs, de las estrellas de cine, etc.). En el dominio de la canción, por ejemplo, se notará que el pasaje de la simple presentación de un cantante al clip ha tenido por efecto la incorporación del garante en un mundo ethico a su medida.

activado a través de la lectura

He propuesto designar con el término "incorporación" la manera en la que el destinatario en posición de intérprete-auditor o lector- se apropia del ethos. Utilizando de manera poco ortodoxa la etimología, podemos en efecto hacer jugar esta "incorporación" sobre tres registros:

INCORPORACIÓN el 'destinatario como INTERPRETE se apropia del ETHOS -

- > la enunciación de la obra confiere una "corporalidad" al garante, le da cuerpo;
- > el destinatario incorpora, asimila así un conjunto de esquemas que corresponden a una manera específica de relacionarse con el mundo habitando su propio cuerpo;
- > esas dos primeras incorporaciones permiten la constitución de un cuerpo de la comunidad imaginaria de los que adhieren al mismo discurso.

INCORPORACIÓN DEL ETHOS

Pero no se puede considerar el ethos del mismo modo en cualquier texto. La "incorporación" no es un proceso uniforme, se modula en función de los géneros y de los tipos de discurso. Consideremos esta publicidad de cámaras fotográficas aparecida en una revista:

Construcción se modula en función de GÉNEROS, TIPOS DE DISCURSO

IXUS II descubra el placer del metal total. Ixus II es un mini-bloc en acero de terminación satinada y pulido donde cada elemento ha sido pensado para una ergonomía ejemplar en un diseño compacto record. La calidad de imagen está asegurada por un nuevo micro-zoom 2x con doble lente esférico, un autofocus de precisión de 108 paliers, un obturador de 1/900° que desencadena en tiempo real todas las funciones PQI para tiradas de calidad. Kit lanzamiento con estuche labrado en cuero gris y cofre de guardado para 12 cassettes APS: 2000 F.

Full metal jacket

Canon : Muestra de qué es capaz

El garante de este texto no está explícito, pero el texto lo "muestra" por su manera de decir: hace entrar al lector en un mundo ethico viril de matriz tecnológica y de espíritu de aventura ("muestra de qué es capaz"). Más precisamente, ese mundo ethico es el que ejemplifica la armada norteamericana, como lo indican la actualización del nombre "Canon", la mención del título de la película Full metal jacket y la cinta con los colores de los trajes militares, ubicada debajo del texto y sobre la cual se despliega el slogan "muestra de qué es capaz". Aquí no hay necesidad de mostrar el cuerpo del garante; la activación del mundo ethico se hace por los estereotipos que la cultura masiva vehiculiza sobre la armada norteamericana.

El discurso publicitario contemporáneo comparte por naturaleza un lugar privilegiado con el ethos: busca en efecto persuadir asociando los productos que promueve con un cuerpo en movimiento, con una manera de habitar el mundo; como el discurso religioso en particular, es a través de su misma enunciación que una publicidad, apoyándose en los estereotipos valorados, debe "encarnar" lo que prescribe.

5/74 11 COPIAS

Consideremos ahora este extracto de un artículo de *Marie France* (rubricado "Vida privada"), consagrado al "progreso" que las mujeres pueden lograr en su sexualidad:

"[...] Sí, pero ¿cómo? Pigmalion-Papá Noel, que desembarca justo en el buen momento, cerca de soltar todos los bloqueos, los pudores y las rigideces para revelarnos a nosotras mismas y cambiar nuestros juguetes morosos por fuegos artificiales, no pasa todos los días por nuestros rumbos... ¿Los casetes? ¿Los libros? ¿Las revistas? ¿Las posturas tántricas? Existe todo un arsenal pedagógico sobre la cuestión, capaz de transformarla en una joven Agnes en algunas lecciones. Pero el ambiente Assimil no es el mejor adaptado al sujeto. En los Estados Unidos, los "Better sex video series" presentan el nivel 1 de las "Mejores técnicas sexuales" ilustradas por parejas de buena voluntad [...].

(*Marie France*, enero de 1996, p. 48)

En una concepción "ingenua" del discurso, seríamos llevados a pensar que es el contenido de este texto lo que importa, representativo de una cierta "ideología" de la mujer moderna. De hecho, el "contenido" es inseparable de ese ethos de un cuerpo enunciante "liberado" de sus rigideces. El texto envía su mensaje (resumido en el título "Sexo: podemos hacer progresos todos los días"), a través de un ethos bien característico. Este artículo que trata de los "bloqueos", de las "rigideces" del cuerpo es en efecto enunciado a través de un ethos de mujer liberada que juega con las referencias culturales (la mitología griega, Papá Noel, *La escuela de las mujeres* de Molière), que se burla también de las rigideces de la lengua (mezcla de registros, metáforas lúdicas...): la mujer que se libera sexualmente es la que podría hablar así. La manera de decir, de un cierto modo, es también el mensaje; el ethos, considerado como al margen, constituye sin ninguna duda una condición esencial del proceso de adhesión de las lectoras a lo que es dicho. Pero ese ethos (que hace pensar en aquel que prevalece en *Liberation*, por ejemplo) no es referible a un estereotipo social delimitado: es, sobre todo, un ethos periodístico ligero susceptible de confederar las categorías sociales más diversas.

Puede también hacerse que el ethos no tenga más que una existencia intertextual:

"No es bueno para el hombre recordar a cada instante que es hombre. Apoyarse sobre sí mismo es ya malo: apoyarse sobre la especie, con el celo de un obsesivo, es mucho peor: es prestar a las miserias arbitrarias de la introspección un fundamento objetivo y una justificación filosófica" (1964: 9).

En las primeras líneas de la obra de Cioran *La Chute dans le temps* [lit. *El pecado en el tiempo*], se muestra un ethos de moralista clásico, asociado de manera privilegiada a la máxima. Aquí el mundo ético que activa la lectura no corresponde a un universo de comportamiento socialmente asignable, sino a una postura de escritura asociada a una corriente de la tradición literaria. Esto tiene consecuencias en la relación con el lector: en un texto de este tipo, el público no es un conjunto dado, sociológicamente circunscribible, una "meta", está de alguna manera instituido por la escena de enunciación misma. La enunciación juega con el ethos sobre el cual se apoya; ciertamente, el ethos del moralista clásico es movilizad, pero una lectura más atenta lo muestra como radicalmente pasado de moda, alejado de toda sociabilidad: en él "la máxima supuesta del juego mundano se abolé, y la elegancia procede menos del deseo de ofrecer un libro *poli* que de la necesidad de negarse a sí mismo" (Jarrety 1999: 161).

En efecto, un verdadero escritor no se contenta con incorporar a su lector proyectándolo de alguna manera sobre los estereotipos masivos, juega con esos estereotipos de modo singular. Mientras que el ethos publicitario canónico es concebido para ser inmediatamente reconocido, el ethos de la obra de Cioran no

puede ser verdaderamente aprehendido sino es a través de la lectura del texto mismo, del entrar progresivamente en el universo que configura. Y esto puede expulsar. Se encuentra nuevamente aquí el problema de la distancia entre el ethos que el texto, por su enunciación, pretende elaborar para sus destinatarios y el que aquellos ven efectivamente como elaborado, en función de su identidad y de las situaciones donde se encuentran.

Volvemos a encontrar, igualmente, fenómenos de ethos compuesto que mezclan múltiples ethé. Así, en el folleto desplegable destinado a promover un festival organizado por la asociación "Cultura en la granja"⁶:

Ethos compuesto
+
efectivo.
↓

ETHOS COMPUESTO.

Mezcla un género imaginario con diferentes estereotipo

"El festival es un momento, una emoción, una sola mirada absorbida por la escena, una concentración del tiempo en un espacio reducido. Pues está alrededor, delante, al costado. En Beauquesne, el espectáculo tiene lugar en un corral de granja. Entonces alrededor, forzosamente, están los graneros y las pasturas. En los graneros se ven exposiciones: fotos del festival, imágenes de personas, imágenes de momentos. En la pastura se bebe entre amigos, se come delante del espectáculo, se cena para no irse del todo. Se habla de los espectáculos vistos o por ver. Se evocan los recuerdos recogidos cada año. Se canta de vez en cuando, incluso se toca música. En fin, se continúa viviendo".

Este texto está ubicado al lado de una foto de vacas en los prados. Un ethos tal mezcla ostensiblemente rasgos de mediador cultural y de ethos rural convencional; al hacerlo, permite al lector incorporar el ethos de un garante imaginario, combinación improbable entre distinción citadina y retorno a un mundo campesino considerado auténtico.

Bienveniste
Ethos en los discursos
→
científicos y jurídicos
supuesta neutralidad
del GARANTE COLECTIVO.
ley - Ciencia

En el tema de los ethé discursivos que no permiten establecer una relación directa con un estereotipo social determinado, se evocará, en fin, el problema que presentan los textos donde parece que "nadie habla", para retomar la célebre fórmula de Bienveniste: es decir, los enunciados desprovistos de marcas de subjetividad enunciativa. ¿Cuál puede ser el ethos de un enunciado (jurídico, científico, narrativo, histórico, administrativo...) que no muestra la presencia de un enunciadore? De hecho, cuando se trabaja con textos que pertenecen a géneros determinados, el borramiento del enunciadore no impide caracterizar la fuente enunciativa en términos del ethos de un "garante". En el caso de textos científicos o jurídicos, por ejemplo, el garante, más allá del ser empírico que ha producido el texto materialmente, es una entidad colectiva (los sabios, los hombres de leyes...), representante de entidades abstractas (la Ciencia, la Ley...). Se supone que cada uno de los miembros de estas entidades abstractas asume los poderes que ellas le confieren en cuanto toma la palabra. Partiendo de que en una sociedad toda palabra es socialmente encarnada y evaluada, la palabra científica o jurídica es inseparable de mundos ethicos bien caracterizados (sabios de guardapolvos blancos en laboratorios inmaculados, jueces austeros en un tribunal...), donde el ethos toma, según el caso, los colores de la "neutralidad", de la "objetividad", de la "imparcialidad", etc.

Se debe tomar distancia de una concepción del discurso que aparece a través de nociones como las de "procedimientos" o de "estrategia", por la cual los contenidos serían independientes de la escena de enunciación que los toma a cargo. La adhesión del destinatario opera por un apuntalamiento recíproco de la escena de enunciación (en la que el ethos participa) y del contenido desarrollado. El destinatario se incorpora a un mundo asociado con un cierto imaginario del cuerpo, y ese mundo está configurado por una enunciación que es obtenida a partir de ese cuerpo. En una perspectiva del análisis del discurso, uno no se puede contentar, entonces, como en la retórica tradicional, con considerar al ethos como un medio de persuasión: es parte pregnante de la escena de enunciación, al mismo título que el vocabulario o los modos

Análisis del discurso
↓
adhesión del destinatario

⁶ Se trata del festival "Los cómicos agrícolas", que tuvo lugar el 3 y el 4 de julio de 1999 en Beauquesne (Picardie).

→ parte pregnante de la escena de enunciación no es mero receptor de lo persuasivo.
comprometido a los modos o vocabularios que implican el enunciadore por su modo de existencia.

5/74 11 COPIAS

de difusión que implica el enunciado por su modo de existencia. El discurso no resulta de la asociación contingente de un "fondo" y de una "forma", no se puede disociar la organización de sus contenidos y el modo de legitimación de su escena de habla [ejecución].

Ethos y escena de enunciación

A través del ethos, el destinatario es convocado, en efecto, a un lugar inscripto en la escena de enunciación que implica el texto. Esta "escena de enunciación" se analiza en tres escenas, que he propuesto llamar escena englobante, "escena genérica" y escenografía (Maingueneau 1993). La escena englobante da su estatuto pragmático al discurso, lo integra en un tipo: publicitario, administrativo, filosófico... La escena genérica es la del contrato ligado a un género o a un sub-género del discurso: el editorial, el sermón, la guía turística, la visita médica... En cuanto a la escenografía, no es impuesta por el género, sino construida por el texto mismo: un sermón puede ser enunciado a través de una escenografía profesoral, profética, amistosa, etc. La escenografía es la escena de habla que el discurso presupone para poder ser enunciado y que este debe validar a través de su enunciación misma: todo discurso, por su mismo desarrollo, pretende instituir la situación de enunciación que le resulta pertinente. Entonces, la escenografía no es un marco, un decorado, como si el discurso sobreviniera en el interior de un espacio ya construido e independiente de él, sino es lo que la enunciación instaura progresivamente como su propio dispositivo de habla.

Existen géneros del discurso que se mantienen en su escena genérica, es decir que no son susceptibles de permitir escenografías variadas (cf. La guía telerónica, las recetas médicas, etc.). Otros, por el contrario, exigen la elección de una escenografía: es el caso de los géneros literarios, filosóficos, publicitarios (hay publicidades que presentan escenografías de conversación; otras, de discurso científico, etc.)... Entre esos dos extremos se sitúan los géneros que permiten escenografías variadas, pero que muy frecuentemente se mantienen en su escena genérica rutinaria. Es así que existe, por ejemplo, una escena genérica rutinaria de los manuales universitarios. Pero el autor de un manual tiene siempre la posibilidad de enunciar a través de una escenografía que se distancia de esa rutina: por ejemplo, si desarrolla su enseñanza a través de la escenografía de una novela de aventuras.

La escenografía, con el ethos del que participa, implica un proceso circular: desde su emergencia, la palabra es transportada por un cierto ethos el que, de hecho, se valida progresivamente a través de esa enunciación misma. La escenografía es, a la vez, lo que viene en el discurso y lo que engendra el discurso; legitima un enunciado que, volviendo sobre ella, debe legitimarla, debe establecer que esa escena en la que viene la palabra es precisamente la escena requerida para enunciar en tal circunstancia. Son los contenidos desarrollados por el discurso los que permiten especificar y validar el ethos y su escenografía, a través de los cuales esos contenidos surgieron. Cuando un hombre de ciencia aparece en televisión, se muestra a través de su enunciación como reflexivo, medido, imparcial, etc., al mismo tiempo en su ethos y en el contenido de sus palabras: al hacerlo, define circularmente lo que es el verdadero hombre de ciencia y se opone al anti-ethos correspondiente.

El ethos de un discurso resulta de una interacción entre diversos factores: ethos prediscursivo, ethos discursivo (ethos mostrado), pero también los fragmentos del texto donde el enunciador evoca su propia enunciación (ethos dicho) directamente ("es un amigo el que te habla"), o indirectamente, por ejemplo, por la vía de metáforas o alusiones a otras escenas de habla (así Mitterrand en su "Carta a todos los franceses" de 1988 compara su propia enunciación con la palabra de un padre de familia en la mesa familiar). La distinción entre ethos dicho y mostrado se inscribe en los extremos de una línea continua pues es imposible definir una frontera neta entre lo "dicho" sugiendo y lo "mostrado". El ethos efectivo, el que construye tal o cual destinatario, resulta de la interacción de las diversas instancias cuyos pesos

1 ESCENA ENGLOBANTE

3 Estatuto no neta del discurso

no neta entre las escenas

ESCENOGRAFIA ETHOS

Construcción del ETHOS -

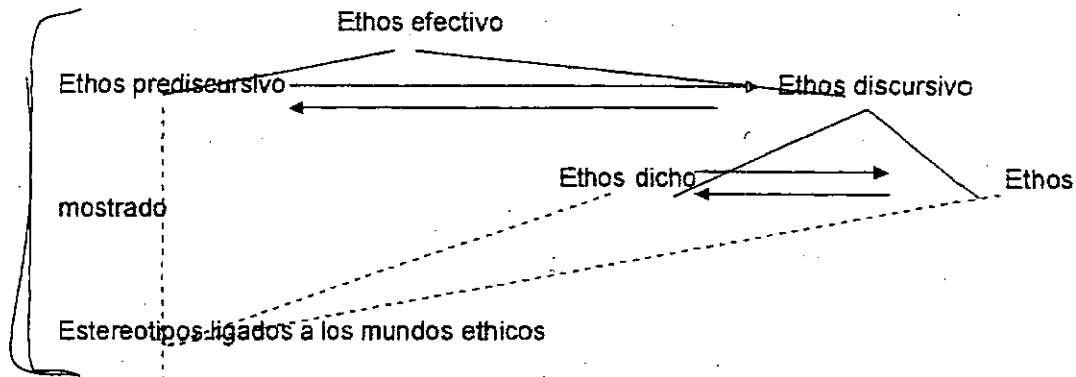
prediscursivo discursivo mostrado dicho y dicho ind. EFECTIVO

McROT

GENÉRICA - Contrato
ESCENOGRAFIA

Géneros con escenografía determinada

respectivos varían según los géneros del discurso. La doble flecha en el esquema siguiente indica que hay interacción.



Si cada coyuntura histórica se caracteriza por un régimen específico de los éthé, la lectura de muchos de los textos que no pertenecen a nuestro aire cultural (en el tiempo como en el espacio) es frecuentemente obstaculizada no por lagunas graves en nuestro saber enciclopédico, sino por lo cerrado de los éthé que sostienen tácitamente su enunciación. Cuando vemos las estrofas de la *Chanson de Roland* dispuestas sobre una hoja de papel, es muy difícil restituir el ethos que las sostenía; o ¿qué es una epopeya sino un género de performance oral? Sin ir tal lejos, la prosa política del siglo XIX es indisoluble de los éthé ligados a prácticas discursivas, a situaciones de comunicación desaparecidas.

Por otro lado, de una coyuntura a la otra no son las mismas zonas de la producción semiótica las que proponen los modelos de maneras de ser y de decir más importantes, los que "dan el tono". Los estereotipos de comportamiento eran accesibles a las élites de manera privilegiada a través de la lectura de textos literarios, mientras que hoy ese rol lo cumple la publicidad, sobre todo en su forma audiovisual. Esto es categórico para los siglos XVII y XVIII, cuando el discurso literario era inseparable de los valores ligados a ciertos modos de vida. Los innumerables textos que se revelaban principalmente como "galantes", por ejemplo, no se contentaban con contar ciertas historias o con exponer ciertas ideas, se revelaban así a través de un ethos discursivo específico que participaba del mundo ethico de la galantería: ethos de lo "natural" y de la "jovialidad".

La especificidad de un ethos reenvía en efecto a la figura del "garante" que, a través de su palabra, se da una identidad a la medida del mundo que se considera que él hace surgir. Esta problemática del ethos conduce a oponerse a la reducción de la interpretación a una simple decodificación; todo lo concerniente al orden de la experiencia sensible entra en juego en el proceso de la comunicación verbal. Las "ideas" suscitan la adhesión del lector a través de una manera de decir que es también una manera de ser. Ubicados por la lectura en un ethos envolvente e invisible, no solo desciframos los contenidos, participamos del mundo configurado por la enunciación, accedemos a una identidad encarnada de alguna manera. El poder de persuasión de un discurso depende, en parte, del hecho de que conduce al destinatario a identificarse con el movimiento de un cuerpo muy esquemático, investido de valores históricamente especificados.

Conclusión

Desde que hay enunciación, cualquier cosa del orden del ethos se encuentra liberada: a través de su palabra, un locutor activa en el intérprete la construcción de una cierta representación de sí mismo, poniendo así en peligro su maestría sobre su propia palabra; lo hace ensayar el control, más o menos confusamente, del tratamiento interpretativo de los signos que envía. A partir de este hecho indelimitable, muchas

Interpreto
con lo más
que decodificaba
incluye lo
experiencia
sensible.
una manera
de decir =
una manera
de ser -

explotaciones del ethos son posibles, en función del tipo y del género del discurso concernientes, en función también de la disciplina de la corriente dentro de esa disciplina en la que se inscribe la investigación. Un análisis del discurso como el que yo practico no puede aprehender el ethos de la misma manera que una teoría de la argumentación o una teoría del discurso de inspiración psico-sociológica. Estos dos parámetros (corpus y disciplina) no son más que parcialmente independientes: se sabe que cada disciplina o cada corriente tiene tendencia a privilegiar tal o cual tipo de datos verbales.

Se podría, evidentemente, renunciar a la categoría de ethos, juzgada como muy inestable, pero es innegable que reenvía por lo menos a un fenómeno único, incluso si no puede ser aprehendido de manera compacta. Como escribe A. Auchlin, que enfoca sobre todo las interacciones conversacionales: "la noción de ethos es una noción cuyo interés es esencialmente práctico, y no un concepto teórico claro [...] En nuestra práctica ordinaria del habla, el ethos responde a cuestiones empíricas efectivas que tienen como particularidad el ser más o menos co-extensivas a nuestro ser mismo, relativas a una zona íntima y poco explorada de nuestra relación con el lenguaje, donde nuestra identificación es tal que se ponen en escena estrategias de protección" (2001: 93). Lo importante, cuando se confronta esta noción, es, entonces, definir por intermedio de qué disciplina la movilizamos, con qué perspectiva, y dentro de qué red conceptual.

Bibliografía

- Amossy, R. (ed.) (1999): *Images de soi dans le discours - La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- Aristóteles (1967): *Rhétorique*, Paris, Les Belles Lettres, trad. M. Dufour.
- Auchlin, A. (2001): "Ethos et expérience du discours: quelques remarques", en *Politesse et idéologie. Rencontres de pragmatique et de rhétorique conversationnelle*, M. Wauthion y A. C. Simon (eds.), Louvain, Peeters, 77-95.
- Barthes, R. (1970): "L'ancienne rhétorique. Aide-mémoire", *Communications* 16, 172-223.
- Baumlin, J. S. y T. F. (1994): *Ethos, New Essays in Rhetorical and Critical Theory*, Dallas, Southern Methodist University Press.
- Dascal, M. (1999): "L'ethos dans l'argumentation: une approche pragma-rhétorique", en R. Amossy (ed.), 61-74.
- Declercq, G. (1992): *L'art d'argumenter - Structures rhétoriques et littéraires*, Paris, Editions Universitaires.
- Ducrot, O. (1984): *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.
- Jarrety, M. (1999): *La morale dans l'écriture - Camus, Char, Cioran*, Paris, PUF.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1994): *Les interactions verbales*, tome 3, Paris, Armand Colin.
- (1996): *La conversation*, Paris, Seuil.
- Le Guern, M. (1977): "L'ethos dans la rhétorique française de l'âge classique", en C.R.L.S. (ed.): *Stratégies discursives*, Lyon, P.U.L., 281-287.
- Mangueneau, D. (1984): *Genèses du discours*, Liège, Mardaga.
- (1987): *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris, Hachette.
- (1993): *Le contexte de l'oeuvre littéraire. Énonciation, écrivain, société*.
- (1996): "Ethos et argumentation philosophique. Le cas du 'Discours de la méthode'", en Cossutta, F. (ed.): *Descartes et l'argumentation philosophique*, Paris, 85-110.
- (1999): "Ethos, scénographie, incorporation", en R. Amossy (ed.), 75-100.