
EL ETHOS POLÍTICO

ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE SÍ DE J.M. SANTOS

Teresita Vásquez Ramírez¹

Cómo citar: Vásquez Ramírez, T. (2015). El ethos político: análisis de la imagen de sí de J.M. Santos. *Página y Signos: Revista de Lingüística y Literatura*, 12, 41-65. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10215123>

El discurso consta de tres componentes: el que habla, aquello de lo que habla y aquel a quien habla; pero el fin se refiere a este último, quiero decir al oyente. (Aristóteles. 13581: 1991)

RESUMEN

Diversos analistas del discurso han retomado la noción de *ethos*, propuesta por Aristóteles, para mostrar la importancia que tiene la imagen que el orador presenta de sí en cualquier empresa persuasiva. La lectura interpretativa de estos estudiosos, después de 25 siglos de haberse elaborado la retórica, llevó a complejizar su propuesta y, al tiempo, respaldar análisis muchos más precisos en diferentes campos, especialmente en el de la política. Este artículo tiene como propósito de, a partir del recorrido de dichas propuestas, y apoyado en los presupuestos de la semiótica discursiva, presentar un estudio de caso: el *ethos* político, que el presidente de Colombia, J.M. Santos, construye en su discurso del 29 de agosto de 2013 a propósito del paro agrario.

Palabras claves: *ethos*, discurso político, axiología, cognición, acción.

¹ Profesora Asociada Universidad Tecnológica de Pereira- Colombia. Facultad de Educación. Licenciada en Español y Comunicación Audiovisual. Magister en Comunicación Educativa. Estudiante de cuarto año de Doctorado de Humanidades, Cohorte Análisis del Discurso. Correo electrónico: tevara@utp.edu.co

ABSTRACT

Several speech analysts have again taken into consideration the notion of ethos, propounded by Aristotle, to show the importance of the image that the speaker presents of himself for any persuasive purpose. The interpretative readings by these experts, after 25 centuries of the birth of rhetoric, have complicated their theoretical statement and, at the same time, have endorsed much more accurate analyses in different fields, especially in that of politics. Taking these theories into account and based on the fundamentals of discourse semiotics, the aim of this article is to present a study case: The political ethos present in the speech of the president of Colombia, J.M. Santos, on August 29th, 2013, regarding the agrarian unemployment.

Keywords: ethos, politics speech, axiology, cognition, action.

Introducción

¿A qué aludimos cuando hablamos de *ethos*? Para Aristóteles, “la retórica tiene por objeto formar un juicio [...] resulta necesario atender, a los efectos del discurso, no solo a que sea demostrativo y digno de crédito, sino también a cómo < ha de presentarse > uno mismo y a cómo inclinará a su favor al que juzga” (Aristóteles, 1356: 175).

Dos reflexiones podemos trazar respecto a la formulación de Aristóteles: la primera, que toda puesta en obra del discurso constituye para el orador una empresa persuasiva. Cuando nos dirigimos a un auditorio individual o colectivo a través del discurso, vamos siempre en busca de provocar un juicio y, por derivación, una adhesión por parte del oyente, ya sea para tomar decisiones, ya para incitarlo a actuar en favor del asunto que se le presenta a su consideración; esta adhesión es el resultado de la plausibilidad de los argumentos, es decir, de la puesta en marcha de aquellos argumentos que sean suficientemente razonables de creer. La segunda reflexión tiene que ver con el énfasis puesto sobre la forma como ha de presentarse el orador, i.e., la imagen que este construye de sí mismo en su discurso y la empatía que sea capaz de construir para conmover a su auditorio. La fuerza de tales argumentos depende de las pruebas por persuasión entre las cuales, según Aristóteles, el *ethos* es casi la más importante.

De entre las pruebas por persuasión, las que pueden obtenerse mediante el discurso son de tres especies: unas residen en el talante del que habla, (*ethos*) otras en predisponer al oyente de alguna manera (*pathos*), y las últimas en el discurso mismo, (*logos*) merced a lo que este demuestra o parece demostrar. (Aristóteles, 1356: 175)

El arte de persuadir, de acuerdo con Aristóteles, se sirve de unas pruebas: unas ajenas al arte, «en cuanto no se obtienen por nosotros mismos» (1991:174), que son externas al sujeto y en consecuencia aportadas por otros, tal es caso de los testimonios, las confesiones, los documentos u otras semejantes, y las pruebas propias del arte, de la capacidad inventiva del orador para formular sus razonamientos. La primera de estas pruebas se atribuye exclusivamente al orador, en cuyo caso, Aristóteles hablará del *ethos*; alude a la imagen que el orador construye en su discurso. La segunda, el *pathos*, tiene como propósito disponer

emocionalmente al auditorio para que se muestre favorable a las tesis propuestas a su asentimiento, y el *logos* o discurso razonado mediante el cual es posible persuadir (1991:174).

Ahora bien, los estudios contemporáneos en análisis del discurso han retomado la discusión sobre el *ethos* propuesto por Aristóteles ampliando su alcance. En su disciplina de trabajo, la pragmática-semántica, Ducrot establece una diferencia entre el sujeto hablante (ser empírico) y el locutor (ser de discurso). “Es el enunciado mismo quien proporciona las informaciones sobre los autores eventuales de la enunciación” (1984: 193). Ahora, en el interior mismo del locutor L, Ducrot hace una nueva distinción, de un lado, el locutor (L) quien aparece como responsable de la enunciación y considerado solo en virtud de esta propiedad, es decir, como imagen del sujeto hablante; de otro lado, el locutor lambda (?) que concierne al “Yo” referido en el enunciado.

Esta distinción que propone Ducrot abre un nuevo camino para pensar el uso de esta noción, no sin antes señalar que el *ethos* del locutor es inferido por su alocutario a través de ciertas marcas discursivas: tonalidad, léxico, calidez o severidad, entonación, entre otras. Así lo expresa:

No se trata de las afirmaciones jactanciosas que puede emitir sobre su propia persona dentro del contenido de su discurso, afirmaciones que por el contrario arriesgan chocar al oyente, sino de la apariencia que le confieren la cadencia, la calidez o severidad de la entonación, la elección de las palabras, de los argumentos. (Ducrot, 1986: 205)

A renglón seguido afirma:

Acudiendo a mi terminología, diré que el *ethos* es atribuido al L, el locutor como tal: por ser fuente de la enunciación se ve ataviado con ciertos caracteres que, por contra golpe, torna aceptable o rechazable esa enunciación. Lo que el orador podría decir de sí mismo, en cuanto objeto de la enunciación, concierne en cambio a ? , el ser del mundo, y no es este quien está en juego en la parte de la retórica. (Ducrot, 1986 (1984): 205)

Vemos pues que Ducrot, por una parte, señala al locutor L como tributario del *ethos* discursivo y, por otra, refiere al locutor lambda ? como ser del mundo, y precisa que este corresponde a lo que el locutor podría decir de sí mismo en

cuanto objeto de la enunciación. Deja así planteados dos lugares discursivos en la construcción del *ethos*², aquel que corresponde al locutor L como responsable del enunciado, y aquel que configura como objeto de su enunciado, el locutor. Más adelante ampliaremos esta idea.

Dominique Maingueneau (2007) dedica un capítulo al *ethos*, en el que afirma que, contrario a la noción propuesta en la retórica de Aristóteles, el *ethos* puede ser rastreado tanto en textos orales como escritos, y añade que cada texto tiene su propio tono, el cual a su vez permite que el lector construya un cuerpo del enunciador, «estructura subjetiva que emerge como garante de lo que se dice» (ob.cit.: 91).

El garante cuya figura debe construir el lector a partir de indicios textuales [...] ve así que se le atribuye un carácter y una corporalidad, cuyo grado de precisión varía según los textos. El «carácter» corresponde a un haz de rasgos psicológicos, [...] la «corporalidad» a una complexión corporal, a una manera de vestir y de moverse en el espacio social. [...] carácter y corporalidad del garante [...] provienen de un conjunto difuso de representaciones sociales valorizadas o desvalorizadas sobre las cuales la enunciación se apoya y que, a cambio, contribuye a reforzar o transformar. (Maingueneau, 2007: 91)

En este sentido, todo texto ya sea oral o escrito, verbal o extra verbal, deja ver en su sintaxis unas marcas que son propias del enunciador, dirigidas mediante la enunciación a un co-enunciador, en el que se espera generar una imagen del garante de la enunciación. Esta imagen configurada por el co-enunciador, a partir de los rasgos psicológicos, físicos y escenográficos que acompañan la enunciación de un sujeto y semiotizados a partir de unas representaciones sociales y estereotipos, es lo que Maingueneau denomina el *ethos* del orador.

En consecuencia, de acuerdo con lo dicho por este analista del discurso, el *ethos* del orador se configura en dos instancias, la del enunciador en su discurso y la del co-enunciador en su interpretación, de allí que la primera tentativa de persuasión del enunciador sea la de proyectar un *ethos* que llegue a ser identificable con el universo de representaciones y de valores del co-enunciador,

² Ducrot retoma la noción de *ethos* aristotélico y se la atribuye expresamente al locutor L, sin embargo, no desarrolla mucho más la noción del locutor λ y su relación con el *ethos*, aportes que explicitará luego Dominique Maingueneau en sus trabajos sobre el *ethos*.

para que este termine atribuyendo un *ethos* al enunciador; es a partir de este *ethos* atribuido que busca alcanzar su adhesión.

Ahora bien, apoyándose en la distinción entre locutor L y locutor de Ducrot, Maingueneau hace una distinción entre el *ethos* mostrado y el *ethos* dicho. El primero corresponde al *ethos* discursivo que propone Aristóteles en la retórica, e igualmente al *ethos* del locutor L que propone Ducrot. El segundo, el *ethos* dicho, coincide con el locutor lambda de Ducrot, en el que, como ya dijimos más arriba, corresponde con lo que el locutor podría decir de sí mismo en su enunciación y al que Serrano denomina *ethos* referido (2013b).

Para Aristóteles es claro que el *ethos* o talante del orador emerge como resultado de su discurso:

Pues bien, <se persuade> por el talante, cuando el discurso es dicho de tal forma que hace al orador digno de crédito. Porque a las personas honradas les creemos más y con mayor rapidez, en general en todas las cosas, pero, desde luego, completamente en aquellas en que no cabe la exactitud, sino que se prestan a duda; si bien es preciso que también esto acontezca por obra del discurso y no por tener prejuizado cómo es el que habla. Por tanto, no <es cierto que>, en el arte, como afirman algunos tratadistas, la honradez del que habla no incorpore nada en orden a lo convincente, sino que, por así decirlo, casi es el talante personal quien constituye el más firme <medio de> persuasión. (Aristóteles I, 1356: 176)

Para los romanos, por el contrario, la reputación del orador, sus buenas acciones, su conducta constituían la esencia de su persona; Isócrates, por ejemplo, consideraba que la vida pasada daba más credibilidad que los más buenos discursos (Amossy, 2010: 74); dice George Kennedy citado por Amossy: “La preponderancia concedida por los romanos a la persona del orador pone el acento sobre la autoridad en detrimento de la fuerza intrínseca de la palabra, una tesis debe ser creída porque un hombre respetado la sostiene” (2010:74).

Estas reflexiones son retomadas por los analistas del discurso. Ekkehard Eggs (1999) hace un análisis del *ethos* aristotélico en el que sitúa dos tendencias que, lejos de contraponerse, se conjugan; una de ellas tiene que ver con el *ethos* que muestra el orador en su discurso en el que deja ver sus virtudes morales como la honestidad, la modestia y el decoro. La segunda tendencia se apoya en una

perspectiva de corte sociológico, que hace referencia a los *habitus* (*héxeis*) o costumbres del orador. En la misma línea, Amossy dedica una parte de su trabajo a profundizar sobre el *ethos* previo. Para esta analista del discurso, los estereotipos, las representaciones sociales, la reputación, el estatus social, el grado de autoridad constituyen fuentes a partir de las cuales construimos la imagen de un locutor, incluso antes de su presentación o puesta en escena enunciativa. En el mismo sentido, Maingueneau propone la distinción entre *ethos* discursivo y pre-discursivo, este último entendido no como exterior al discurso, sino simplemente como anterior al acto discursivo producido aquí y ahora, en el presente de la enunciación.

Ahora bien, dice Aristóteles en el libro II de la Retórica: “Tres son las causas que hacen persuasivos a los oradores; y su importancia es tal que por ellas nos persuadimos, prescindiendo de las demostraciones. Estas causas son la sensatez, la virtud y la benevolencia” (1991:1378a).

Racionero, en nota al pie, hace la siguiente precisión:

La virtud intelectual de la sensatez (*phrónesis*), en cuanto que es la facultad de la razón práctica, [...] una capacidad grande de realizar obras o de cumplir con sus responsabilidades. La virtud moral (*areté*). [...]Y la benevolencia (*eúnoia*), es decir, la tolerancia y respeto que el orador debe manifestar hacia el auditorio. (Rethórica, 1991: 309)

Al respecto, Eggs (1999) hace una interpretación de las causas expuestas por Aristóteles que llevan a que los oradores inspiren confianza: la primera, la *phronesis*, vinculada al *logos* y clasificada por Aristóteles como *habitus* intelectual, corresponde a la sensatez, el orador persuade si «sus argumentos y sus consejos son competentes y racionales». La segunda, la *areté*, está ligada a la virtud del *ethos*; Aristóteles identifica la *areté* con el *habitus* ético, de ahí que «si los argumentos del orador son honestos y sinceros» puede persuadir con éxito. Finalmente, la *eunoia*, «simpatía hacia el otro», revela el *pathos*; en este sentido, el orador deber ser amable y solidario con su auditorio (P.P:35-36).

En la misma línea, a partir de esta lectura elaborada por Eggs, Serrano (2013a) propone equiparar las causas de la persuasión propuestas por Aristóteles con las dimensiones del sujeto que plantea la semiótica discursiva, ampliando de esta manera la noción de *ethos*.

Así, la sensatez, que corresponde a una cualidad intelectual, es situada en la dimensión cognitiva del sujeto, en la que se pone a prueba el sistema de distinciones del orador, sus creencias, sus saberes, su cosmovisión y sus representaciones sociales.

Por su parte, la virtud, como cualidad ética, es situada en la dimensión axiológica, en la medida en que el sujeto actúa como un evaluador capaz de hacer estimaciones de acuerdo con un sistema de valores inscrito en la cultura de la que él participa.

Finalmente, la benevolencia está asociada a una disposición afectiva que se manifiesta en términos de euforia o disforia: la primera corresponde a una emoción positiva; la segunda, a una emoción negativa; otras dos posiciones afectivas son la ambivalencia (emoción positiva y negativa) y la aforia, que es de hecho una neutralización de la emoción.

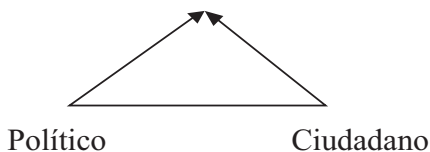
Charaudeau se inscribe, igualmente, en la filiación aristotélica del *ethos*, como bien lo han hecho otros analistas del discurso, al sostener que el *ethos* se construye discursivamente en el acto de enunciación, y no como propiedad exclusiva de la persona real del orador. “El *ethos* es cruzamiento de miradas: miradas del otro sobre aquel que habla, mirada de aquel que habla sobre el modo como él piensa que el otro lo ve” (Charaudeau, 2005: 88). Aun así, esta imagen se deriva tanto de las cualidades preexistentes al discurso, aquellas aportadas por su identidad social y por tanto por lo que el interlocutor conoce *a priori* del orador, como de aquellas aportadas en el acto discursivo. En este orden de ideas, Charaudeau coincide con Maingueneau al asumir que el *ethos* se configura a partir de una doble identidad, aquella que se desprende de su identidad social y psicológica (*ethos* atribuido) y aquella que se deja transparentar en su discurso (*ethos* mostrado).

Ahora bien, Charaudeau (2005) se da a la tarea de construir el *ethos* del hombre político, un *ethos* que se insinúa no solo a través de los comportamientos y la manera de hablar, sino además a través del contenido de sus propósitos. En el dominio político no se pueden separar las palabras de quien las dice argumentando buenas ideas y poco carisma, pues, como dice Charaudeau, “en la política las ideas no valen más que por el sujeto que las expresa y las pone en obra” (2005: 91). En este sentido, el político debe saber construir un *ethos* de credibilidad y un *ethos* de identificación, el primero, fundado, de acuerdo con este autor, en el discurso de la razón; el segundo, en el discurso del afecto.

El *ethos* de credibilidad debe satisfacer al menos tres condiciones: la condición de sinceridad, la condición de performance y la condición de eficacia: en otras palabras, decir la verdad, poner en ejecución sus promesas, y disponer de los medios para aplicar lo que promete, tres condiciones que se visibilizan al construir correspondientemente un *ethos* de seriedad, de virtud y de competencia.

Dice Charaudeau: “Toda construcción del *ethos* se hace en una relación triangular entre sí mismo, el otro y un tercero ausente, portador de una imagen ideal de referencia” (Charaudeau, 2005: 105), es decir:

Imagen ideal de referencia de naturaleza socio cultural



El político dirige su imagen al interlocutor, al ciudadano, esperando que este adhiera a la imagen ideal de referencia que le propone en su discurso. En este sentido, el *ethos* de identificación busca construir diferentes tipos de imágenes que apuntan a llegar al más amplio número de puntos de vista de los imaginarios sociales, razón por la cual el político juega sobre valores opuestos: tradición/ modernidad, sinceridad/astucia, potencia/ modestia. Las imágenes más recurrentes que construyen los políticos al respecto son el *ethos* de potencia, de humanidad, de carácter, de inteligencia y de jefe³; vale anotar que estas imágenes dependen tanto de la época y de los imaginarios sociales como del tipo de gobierno en el que se construyen.

Christian Plantin, al ocuparse de la noción de *ethos*, hace una precisión interesante frente a las motivaciones del *ethos* aristotélico:

Aristóteles [...] introduce, de una parte, la auto ficción que constituye la producción por el orador, de la faz que intenta mostrar al público o *ethos proprio*; y de otra parte, la ficción realista que constituye *el ethos del público*, la concepción que este orador se hace de su auditorio sobre la base de las informaciones a su disposición. (Plantin, 2011: 29)

³ Véase Charaudeau, Patrick (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris, pág 80-128.

Dos consideraciones se pueden hacer respecto a esta puntualización: la primera, como ya lo habíamos señalado, pone en evidencia la distinción que se produce entre el orador y la imagen discursiva de sí; dicho de otro modo, en todo acto discursivo se establece una diferencia entre el sujeto hablante y la imagen discursiva ligada a este. Esta postura se ajusta a la propuesta aristotélica de considerar el *ethos* una construcción eminentemente discursiva. Ahora bien, esta imagen es definida como auto ficción en tanto que es un acto de aparecer y perecer de tal o cual manera sin que sea condición indispensable para el orador poseer en realidad las cualidades o virtudes de que hace gala; la segunda refiere la ficción realista que constituye el *ethos* del público; aquí la novedad, puesto que Aristóteles asocia el *ethos* con el orador y tiene una concepción pathemica del auditorio y la idea que se abre paso aquí es la concepción ethotica del auditorio. Si bien es cierto que el orador construye un *ethos* que pone a consideración de su auditorio a través de sus estrategias discursivas, a la par, el *ethos* del auditorio es una construcción del orador, por lo tanto, este propone una imagen de sí y correlativamente una imagen del auditorio, en un juego de espejos como ya lo había planteado Pêcheaux (citado por Amossy, 2010:118) o el cruce de miradas al que alude Charaudeau. Ahora bien, lo interesante de este planteamiento es que permite pensar en un desplazamiento frente a la noción del *ethos* en el sentido de que este puede pensarse ya no solo como tributario del orador, sino también del auditorio.

De otro lado, Plantin señala la estructura pathemica del *ethos* en tanto no es suficiente para el orador parecer sensato y virtuoso para generar confianza, igualmente se requiere de una empatía por parte del orador hacia su auditorio, el despliegue de ese sentimiento de confianza es, de acuerdo con el autor, “un estado psíquico y cognitivo estable que combina intuición afectiva e intelectual” (2011: 30).

Sin duda esta mirada constituye un giro en tanto la sensatez, la virtud y la benevolencia, causas de la persuasión propuestas por Aristóteles, se le asignan exclusivamente al *ethos* del orador por intermediación del discurso, mientras que el *pathos* se le atribuye al auditorio, “se persuade por la disposición de los oyentes, cuando estos son movidos a una pasión por medio del discurso. Pues no hacemos los mismos juicios estando tristes que estando alegres, o bien cuando amamos que cuando no amamos” (Aristóteles, 1990: 177). Contrario a esto, Plantin propone una dimensión pathemica del *ethos*, esto es, el efecto de la fuerza persuasiva del discurso vista desde la interpretación del destinatario.

A este respecto, Plantin recurre a la categoría del humor⁴ estudiada hace algún tiempo por la psicología, y señala:

El humor es una noción preciosa para la discusión del concepto de *ethos*, se trata del carácter del auditorio o del carácter del orador. De una parte, los temperamentos determinan los caracteres humanos generales; ellos pueden corresponder a los tipos de auditorios (a los caracteres del público). De otra parte, el ataque del discurso retórico es el momento crucial en que el orador construye y afirma su humor, es decir, que él establece la tonalidad sobre la cual vendrían a desarrollarse las emociones que constituyen el *pathos*. (Plantin, 2011: 7)

Con esta suerte de planteamientos, las pruebas técnicas propuestas por la retórica clásica vislumbran un desvanecimiento de los límites impuestos que permiten pensar el *ethos* en una doble vía: el *ethos* en su dimensión racional y el *ethos* en su dimensión afectiva o *phatematica*. Este es un campo poco explorado hasta el momento, que empieza a convertirse en el centro de interés de algunos estudiosos del discurso.

Ahora bien, el *ethos* aristotélico se inscribe en un orden puramente discursivo, por lo tanto, no son considerables, desde ningún punto de vista, las ideas preconcebidas que pueda tener el auditorio respecto del orador como resultado de su inscripción institucional como sujeto social, esto lleva a Plantin a sostener que “el concepto de *ethos* como puro ser de lenguaje es un caso límite” (2011: 37). Esto solo es posible si el orador ha estado marginado de forma real o vicaria de la vida social, o, si privado de la información suficiente en un asunto particular, igualmente, expresa su opinión; en cualquier otro caso, la construcción etotica depende necesariamente de la historia conversacional y discursiva del orador y su reputación. Esta precisión constituye un argumento sustentable para sostener lo dicho por otros analistas del discurso: el *ethos* o imagen que el orador construye en su discurso es una operación compleja en la que entran a jugar al menos dos componentes, de un lado, toda la información que se deriva del lugar institucional, el estatus social y los estereotipos que se le

⁴ En el pensamiento médico antiguo, los humores son los cuatro líquidos que irrigan el cuerpo humano: bilis amarilla (colérico), bilis negra (melancólico), flema (flemático) y sangre (sanguíneo). [...] el humor es un estado estable (*thymique*) que predispone a una emoción de un cierto tipo: esta distinción es indispensable para el análisis de las emociones (Plantin, 2011: 6).

adjudican al sujeto hablante, *ethos* previo en Amossy, *ethos* prediscursivo en Maingueneau, y, de otro lado, el *ethos* como construcción eminentemente discursiva del enunciador. Ambos participan de la configuración del *ethos*.

Otro aspecto importante sobre el cual el autor llama la atención es el de la generalización y naturalización del *ethos*. Plantin sostiene que el talento del orador, el carácter, conforme a Aristóteles, constituye, como el *pathos* y el *logos*, una apuesta estratégica, un cálculo razonado del orador para buscar la adhesión de su interlocutor. Por el contrario, la naturalización implica el “arrastre pasivo” de una imagen que anula por contragolpe ese carácter estratégico; esto lo lleva a afirmar que “el esquema del carácter comunicacional debería ser desdoblado, para diferenciar un estrato natural de un estrato estratégico, propiamente retórico” (2011: 39).

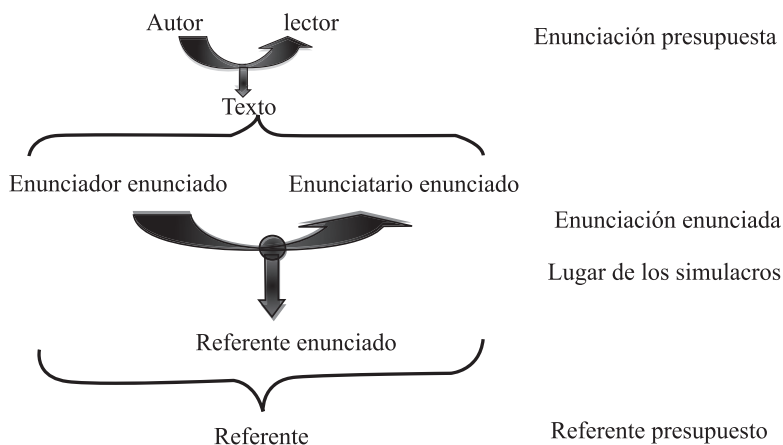
En esta misma línea de pensamiento, Amossy sostiene que la presentación de sí en el discurso no es, en modo alguno, una “técnica aprendida” o una herramienta que usa el orador para configurar una imagen engañosa, dado que, en la configuración de esta imagen, juegan tanto las actuaciones deliberadas del sujeto como aquellas que escapan a su conciencia (2010: 109). Para Serrano, por su parte, el orador no puede no presentarse, no puede no crear una imagen, y, en este sentido, siempre está sometido a la producción de un *ethos* naturalizado, pero es sobre este fondo que los oradores entrenados pueden diseñar un *ethos* estratégico o deliberado, o, en términos de Plantin, un *ethos* generalizado (Serrano, 2013b).

Ahora bien, como hemos visto, el *ethos* o imagen de sí que el orador presenta en su discurso está íntimamente relacionado con la enunciación. Para la semiótica discursiva de la escuela de París, la enunciación se estructura en dos niveles: la enunciación presupuesta y la enunciación enunciada. A este respecto, Greimas y Courtés señalan:

Una lamentable confusión se observa con frecuencia entre la enunciación propiamente dicha, cuyo modo de existencia es ser el presupuesto lógico del enunciado, y la enunciación enunciada (o referida), mero simulacro que imita, en el discurso, el hacer *enunciativo*: el «yo», el «aquí» o el «ahora» encontrados en el discurso enunciado, no representa en absoluto, al sujeto, al espacio o al tiempo de la enunciación. (Greimas & Courtés, 1979: 146)

El enunciado presupone, de un lado, un sujeto de la enunciación, de otro, la huella de su ejecución; en este nivel se inscribe la situación de comunicación en la que se ubican los actores del contrato comunicativo: enunciación presupuesta. Por su parte, en la enunciación enunciada se sitúan los simulacros tanto del enunciadador como del enunciatario quienes, mediados por el discurso, construyen una representación del mundo, una ilusión referencial, para retomar los términos de Eric Landowski. Este referente interno o referente enunciado se configura por obra del discurso. Al respecto, Greimas & Courtés señalan que “todo discurso (no solamente literario, sino también, por ejemplo, el discurso jurídico o el científico) se construye su propio referente interno y aporta un nivel discursivo referencial que sirve de soporte a los otros niveles discursivos que él despliega” (1979: 337).

La enunciación y el referente enunciados son, pues, el espacio de los simulacros, de las imágenes, de las representaciones y, por tanto, el lugar discursivo en el que podemos ubicar el *ethos*. La siguiente gráfica aportada por Serrano ilustra este planteamiento:

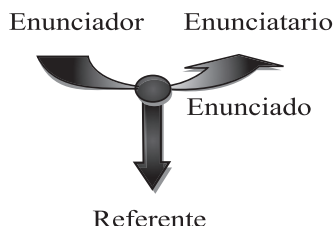


Debemos añadir que esta propuesta a su vez es complementada con los tres planos del discurso que propone Serrano:

Considerado desde un punto de vista discursivo, distinguimos, en un texto verbal, tres planos constitutivos que establecen entre sí relaciones de interdependencia:

el de la enunciación, en el que se inscriben el enunciador y el enunciatario; el del enunciado que el enunciador produce y dirige al enunciatario para su interpretación, y el del referente al que se refiere el enunciador y correfiere el enunciatario por mediación del enunciado, todo ello inscrito en una situación de enunciación determinante de la totalidad de la significación textual. (2013a)

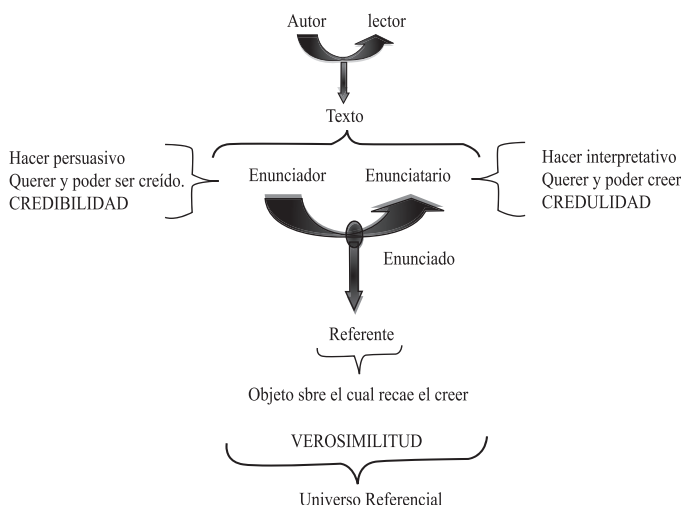
Esquematzado queda de la siguiente manera:



Digamos entonces que la construcción del *ethos* es inherente a todo acto discursivo, y que esta imagen que construye el orador tiene un peso importante en la fuerza persuasiva de su discurso. El proceso tiene lugar cuando el enunciador comparte con el enunciatario un referente-mundo a partir del enunciado, y, por contragolpe, el enunciatario se enfrenta a una tarea: creer o no creer aquello que le es propuesto. Pero esta maniobra cognitiva que debe llevar a cabo el enunciatario tiene, de acuerdo con Landowski (1989), una doble dimensión: de un lado, podemos creer o no creer lo que se dice (lo enunciado), de otro, podemos creer o no creer a quién lo dice (el enunciador) (ob.cit.:204).

Tres actantes se encuentran allí implicados: a) el objeto sobre el cual recae el “creer” (o la “duda”): problema de verosimilitud; b) un primer sujeto, que, tomando a su cargo el ejercicio de un hacer “persuasivo” debe al mismo tiempo, en su papel de enunciador, “querer” y “poder ser creído”: problema de credibilidad; c) por último, un enunciatario, sujeto del hacer “interpretativo”, igualmente dotado de una competencia, pues para creer aún hace falta el “querer” y el “poder”: problema de credulidad. (Landowski, 1989: 206)

Esquematzado queda así:



La gráfica global presenta dos niveles: por fuera del corchete encontramos la enunciación presupuesta (situación de comunicación o lugar de los sujetos empíricos); en el interior, la enunciación enunciada (situación de enunciación, lugar de los simulacros o de las ilusiones enunciativas y referenciales). Nos ocuparemos del lugar de los simulacros en el que podemos distinguir tres actantes⁵. (1) El enunciador, sujeto de hacer persuasivo que requiere de las modalidades de querer y poder ser creído, en cuyo caso debe generar credibilidad; (2) el enunciatario, sujeto de hacer interpretativo que requiere de las modalidades del querer y poder creer, en cuyo caso se muestra crédulo (o no) frente al discurso; (3) “el objeto sobre el cual recae el creer (o la duda)”, es decir, el mundo construido en el discurso y su verosimilitud. Miremos lo que dice Greimas sobre la verosimilitud:

La verosimilitud, en cuanto concepto intra-cultural, está vinculada a la concepción del discurso (y, de modo más general, a la del lenguaje en su conjunto) como representación más o menos conforme con la realidad socio-cultural. [Más adelante añade]: el discurso verosímil no es solamente una representación

⁵ Landowski: Los actantes designan de un lado los participantes de la enunciación enunciada (enunciador y enunciatario) y a su vez a los protagonistas con sus roles actanciales, sea como destinador manipulador o destinador judicador, sea como sujeto de la acción del relato, particularmente dotados de competencias modales y encargados de cumplir diversos programas narrativos. Esta noción supera la relación puramente funcional del emisor y el receptor (1989: 207).

«correcta» de la realidad socio-cultural, sino también un simulacro montado para hacer parecer verdad, y que depende, por ello, de la clase de los discursos persuasivos. (Greimas & Courtés, 1979: 435-436)

Toda puesta en escena discursiva establece una relación fiduciaria y recíproca entre enunciador y enunciatario, i.e., todo contrato enunciativo parte de una relación de confianza en la que el enunciador espera que el programa que presenta al asentimiento del enunciatario sea aceptado. De manera concomitante, este último espera que el enunciador sea un sujeto competente y motivado para llevar a cabo dicho programa, el cual será aceptado en la medida en que el objeto cultural presentado en el discurso sea lo más próximo al mundo de referencia (creencias, valores, afectos) del enunciatario.

Análisis de caso: la imagen política de J.M. Santos en el marco del paro agrario

Veamos ahora cómo el presidente J.M. Santos, después de tres años de gobierno y promesas fallidas en favor de los campesinos colombianos, construye una imagen de sí como sujeto motivado y competente capaz de cumplir las promesas.

Adelantamos la siguiente hipótesis para el análisis: A lo largo de su discurso, Santos construye una imagen de sí en la que se presenta como un gobernante firme y seguro, movido por valores democráticos (sujeto axiológico), dispuesto a escuchar a los campesinos (sujeto cognitivo) y a llevar a cabo medidas que tengan como objetivo mejorar las condiciones del campo (sujeto pragmático). En suma, se presenta a sí mismo como un sujeto intencionado, actuante, competente y motivado. La imagen que Santos construye a su vez es evaluada por un columnista de opinión, Antonio Caballero, que se configura como portavoz del enunciatario colectivo que compone a la ciudadanía y quien actúa a su vez como sujeto evaluador.

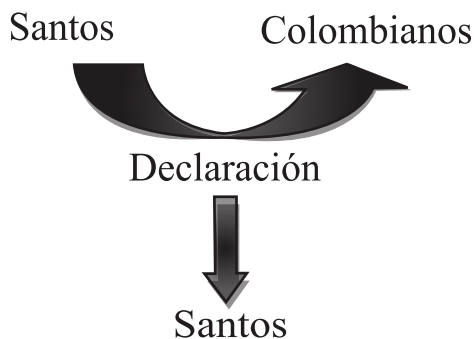
Contexto

En el 2013, el gobierno del presidente J.M. Santos estuvo atravesado por diversos acontecimientos, que tuvieron como consecuencia una pérdida significativa en la favorabilidad de su imagen. Así lo registra la encuesta Gallup del 4 de septiembre, poco después de que se ‘normalizara’ la situación de orden público en el país, una vez levantado el paro agrario. Su imagen pasó de un 46% de aceptación a un 21%; la más baja en todo su gobierno.

Los acontecimientos que llevaron a este desplome de su imagen se relacionan con las diversas protestas que se dieron en los últimos meses, y muy especialmente la relacionada con el paro campesino. Recordemos: en marzo de 2013 se lleva a cabo el paro cafetero a consecuencia de la caída de precio en el grano, al que el Gobierno declara injustificado. Finalmente, después de 12 días, entabla negociaciones; el 2 de agosto tienen lugar las movilizaciones del Catatumbo en protesta por la erradicación no concertada de los cultivos de coca en la región. Después de 51 días, el Gobierno se sienta a negociar; el 19 de agosto se convoca el paro agrario al que se suman otros sectores a consecuencia de la falta de inversión en el campo y los efectos negativos de los TLC. El 25 de agosto, en medio de un orden público caldeado, Juan Manuel Santos pronuncia la célebre frase: “El tal paro nacional agrario no existe”. Esta declaración encendió los ánimos de los manifestantes y sorpresivamente provocó nuevas adhesiones, pero esta vez el apoyo venía de sectores urbanos convocados a través de las redes sociales que se manifestaron a través de los cacerolazos y la rebelión de las ruanas.

En este escenario y con una reelección en perspectiva, el 29 de agosto de 2013 Santos hace una declaración a los colombianos sobre las medidas de ayuda a los campesinos y sobre las jornadas de protesta que se estaban dando en el país.

De acuerdo con lo anterior, Santos asume en su declaración dos roles discursivos, el de enunciador y el de referente. Es a esta imagen de sí autorreferida a la que denominamos *ethos* referido.



Análisis

Santos inicia su declaración con una cita en discurso indirecto: “Mucha gente ha comparado el arte de gobernar con el arte de navegar”. Ahora bien, “gobernar viene del latín *gubernare*, que en principio significa “pilotar un barco”, acción que realiza el timonel, que en latín es *gubernator*”.⁶ Gracias a esta analogía político-náutica, etimológicamente fundamentada y citada como voz de autoridad, Santos se presenta a sí mismo como el gobernante de un barco, el del Estado, gracias a cuyo pilotaje firme y tranquilo enfrenta las inevitables tormentas: “*pero en estos momentos hay que mantener el rumbo, mantener el pulso firme, mantener la calma*”. Este modo predicativo le permite demarcar positivamente unas acciones que lo presentan en control de la situación.

Esta construcción corresponde con lo que Charaudeau se ha dado en llamar «*le ethos sérieux*» o *ethos* de hombre serio; en ella revela la imagen de un hombre enérgico pero sereno frente a la adversidad y confusión que ha generado la ola de paros en el país, igualmente se muestra fuerte ante las críticas sin permitirse caer en arranques de cólera.

En la dimensión axiológica, Santos se presenta como un sujeto que encarna los valores democráticos, hace un retrato de sí como un gobernante que avala la protesta pública cuando esta es justificada, legítima y no violenta; incluso la considera como un valor positivo para la democracia. Su vocación de diálogo es, según él, permanente desde el primer día de su mandato. Sin duda, es un guiño que les hace a los diálogos de paz con las Farc y una demarcación respecto de otros gobiernos que encarnan valores más draconianos.

Por eso estamos aplicando nuestra política, que hemos también aplicado desde el primer día del gobierno: la política del diálogo, del diálogo social, de la apertura, la concertación. Creemos que a través del diálogo es como se solucionan mejor los problemas; a través del diálogo y no la imposición.

⁶ Ambas palabras son un préstamo del griego en el latín datado como mínimo en el S. IV A.c. [...]. Pero es en latín donde, por la metáfora frecuente de que un Estado es como “una nave” que hay que pilotar bien, el término gobernar va adquiriendo cada vez más el significado actual de regir y administrar un Estado o un territorio, y gobernador será quien lo rige o administra, y no ya el timonel de una nave <http://etimologias.dechile.net/?gobernar>. (Consultado el 15 de octubre de 2013).

*Los campesinos son los que más han sufrido ese abandono, los campesinos que están protestando. Protestas legítimas, protestas que tienen muchos argumentos, protestas válidas [...] Pero por eso mismo, porque los campesinos mismos y el sector han estado abandonados durante décadas, es que nosotros desde el primer día de gobierno hemos querido concentrarnos en el sector rural, darle importancia, porque, entre otras cosas, ahí está concentrada la pobreza y la desigualdad.*⁷

Con su discurso social se muestra como una persona benevolente con los campesinos y no solo se solidariza con ellos, sino que además enfatiza la preocupación que desde el inicio de su mandato ha tenido por este sector del país. Él, Santos, distinto a otros gobernantes que han permanecido indiferentes ante el abandono del campo, ha querido concentrarse y darle importancia al sector rural. Mirémoslo con más detalle. Santos recurre a un esquema por demarcación: valoración negativa/valoración positiva. La proposición puede leerse de la siguiente manera: los campesinos han estado abandonados (valoración negativa) «pero nosotros hemos querido concentrarnos, darle importancia» (valoración positiva). Aquí se conjugan dos elementos a partir de los cuales Santos configura su *ethos*: por un lado, evalúa negativamente el abandono al que han sido sometidos los campesinos por parte de gobiernos anteriores, lo que lo presenta como un sujeto justo y equitativo y, al mismo tiempo, le permite demarcarse del agente responsable del deterioro; por otro lado, en la segunda parte del enunciado ostenta un estado volitivo, un querer hacer, una voluntad política de mejoramiento de dicho sector: «hemos querido concentrarnos», «hemos querido darle importancia al sector rural».

El recurso a un discurso justificatorio, orientado a mostrar a los verdaderos responsables del problema, le permite atenuar las contradicciones. Este tipo de estrategias lo lleva a minimizar su responsabilidad y a asegurar ante la opinión pública su buen desempeño como gobernante; construye así un *ethos* de hombre virtuoso empeñado en resolver los problemas que por décadas se han acumulado a causa de la indiferencia de gobiernos anteriores.

Igualmente, Santos ostenta un estado deóntico en tanto que expresa un “deber”, un compromiso de poner en marcha «una gran política que tenemos que adelantar»

⁷ Agosto 29, 2013. http://wsp.presidencia.gov.co/prensa/2013/Agosto/Paginas/20130829_04-palabras-del-presidente-Santos-sobre-medidas-de-ayuda-a-los-campesinos-y-sobre-jornada-de-protesta.aspx

para restaurar el nuevo orden que demanda el país. Santos evalúa su proyecto como una «gran política» que, en materia de progreso para el sector campesino, se tiene que adelantar en el país, y en el que apenas se ha dado el primer paso; es decir, no se trata de soluciones coyunturales impuestas por la tormenta, sino de un proyecto de largo aliento que requiere tiempo para ser implementado.

Más adelante dice: «les hemos dado sumas que no tienen precedentes», «les hemos dado vivienda, como nunca antes», «eso nunca se había visto». Son expresiones que se configuran como norma evaluante del gran proyecto político que él lleva a cabo, comparado con el olvido de gobiernos anteriores.

En la dimensión cognitiva, Santos construye una imagen de sí que lo muestra como una persona en posesión de un saber, lo cual es indispensable para poder proponer soluciones. Cuando les cuenta a los colombianos que está viajando para hablar con los campesinos, se presenta como una persona con una gran capacidad de escucha, pero también como un observador que busca informarse, conocer y comprender con el fin de hacer un buen diagnóstico y poder concretar las acciones que se requieren.

“Un sector que yo conozco muy bien, [es] el sector cafetero, que está viviendo una crisis [...]”. “Por eso me he puesto en el trabajo de dialogar personalmente con muchos sectores, estuve en el Quindío, estuve en el Huila, escuchando, escuchando las quejas, escuchando los problemas y buscando soluciones”. Y refuerza su imagen cuando dice: “Yo sigo con esa voluntad. Hemos puesto sobre la mesa una serie de soluciones”. “Si queremos y podemos ser una país más justo, más moderno, tenemos que dedicar más recurso al campo, eso lo sabemos y eso lo vamos a hacer”.

En la dimensión pragmática, Santos se presenta como un sujeto de acción que propone y pone en marcha soluciones prácticas, construye la imagen de un sujeto en posesión de un saber y un saber hacer al mostrar un dominio en su actividad; esta capacidad la pone de manifiesto en sus declaraciones cuando da cuenta de las medidas tomadas y en proyecto de implementar, dando lugar así a la construcción de un *ethos* de competencia.

Un propósito fundamental de este Gobierno es disminuir la pobreza, como la venimos disminuyendo, y disminuir la desigualdad, como también la venimos disminuyendo. Por eso en estos tres años hemos invertido en el campo y en los campesinos sumas de dinero que no tienen precedentes. Les hemos dado vivienda

rural. Estamos también restituyéndoles las tierras. Vamos a poner control en los precios de insumos. Vamos a rebajar a cero los aranceles de 23 productos. Vamos a imponer una especie de libertad vigilada, vamos a ponerle coto a la diferencia de precio. Vamos a permitir que los fertilizantes se puedan importar directamente. Vamos también a estudiar las salvaguardas....

En conclusión, valiéndose de un discurso epidíctico, Santos hace un elogio de sí en la medida en que se atribuye el rol de agente intencional, competente y motivado del mejoramiento de la situación problemática de los campesinos.

Miremos ahora, como contraste, el *ethos* referido que Antonio Caballero construye de Santos en una columna publicada en la revista *Semana* el 6 de septiembre pasado: “Juan Manuel Santos empezó su gobierno lanzando audaces iniciativas, contradictorias con lo que de él se esperaba, o se temía”.

Caballero instala en el enunciado dos evaluadores, de un lado, los que esperaban un Santos que diera continuidad a las políticas uribistas, un Santos de mano dura y continuador de la seguridad democrática, como podía preverse por su desempeño político precedente (*ethos* previo).

De otro lado, estaban los que temían la persistencia de dicho modelo de gobierno, los críticos: “que siempre lo habíamos visto como de la pura almendra neoliberal en lo económico y del tuétano represivo en lo político”, imagen igualmente tributaria de su *ethos* previo.

Pero Santos sorprende tanto a unos como a otros con sus ‘audaces’ anuncios. Decepciona a los uribistas: «reconocimiento de la existencia del conflicto armado interno y búsqueda negociada de la paz; normalización de las relaciones con los países vecinos; reconciliación del gobierno con las altas cortes». Y asombra a sus críticos: «devolución de tierras; reparación de víctimas; incluso legalización de las drogas en contra de la doctrina prohibicionista de los Estados Unidos».

Los anuncios hechos por Santos indican la ruptura radical con un *ethos* previo que ambos evaluadores tenían de este, cada uno desde posturas axiológicas diferentes: los que lo evalúan eufóricamente por su vocación neoliberal y su talante represivo y los que lo evalúan disfóricamente basados en los mismos rasgos. Santos, para asombro de muchos, se presenta así ante la opinión pública con un nuevo *ethos*, el de un gobernante movido por valores democráticos. Pero

el asombro no duró mucho, dice Caballero: “[Santos] se fue arrepintiendo de sus ruidosos anuncios, que en la práctica resultaron ser como el famoso parto de los montes de los fabulistas”. Es decir, anuncios rimbombantes que resultaron ser mucho menos importantes de lo que aparentaban.

Con gran estruendo esa imagen de demócrata se desplomó: “La devolución de tierras quedó en algo de titulación de baldíos, y después se supo que eso era para los grandes empresarios; la reforma de la justicia se diluyó en componendas sórdidas; la protección del medio ambiente se estrelló contra la atribución de 15 millones de hectáreas a la exploración minera; la reforma tributaria eximió a los ricos de pagar impuestos por las herencias y los dividendos; la protección al agro consistió en reducirle su cuota de presupuesto”.

El pretendido nuevo *ethos* de Santos es sancionado negativamente por la sociedad: “tres años de incumplimientos le están cayendo ahora encima [...] de un solo golpe. Lo castigan las encuestas de opinión: nadie, desde que existen, las había tenido tan malas. Lo castiga la realidad del descontento, manifestada en paros y protestas [...]. Lo castiga la voluble clase política de la Unidad Nacional, hasta ayer ebria de mermelada como una mosca de miel”.

Santos ‘decepcionó a todo el mundo’; su imagen está completamente deteriorada, aunque él insiste en recomponerla hablando bien de sí mismo, mostrando a través de su autorretrato que sigue siendo el demócrata que ha pretendido ser.

Podemos finalizar diciendo que hemos confrontado en este análisis dos imágenes de sí, dos retratos diferentes: uno construido por el propio Santos como protagonista de la propia historia, otro configurado por un observador externo. De hombre firme y rumbo seguro, pasamos a la imagen de un hombre cambiante, variable e inconstante; de gran demócrata a la figura de un oligarca; de gran conocedor y hombre de acción, pasamos a la imagen del hombre ostentoso y jactancioso, y de la imagen del político confiable e intencionado, pasamos a la imagen del político fanfarrón y engañador.

Para finalizar, nos quedamos con la reflexión que hace Landowski frente un estado de realidad construido discursivamente que describe bastante bien el campo de la política:

Es generalmente hacia abajo, del lado del enunciador donde nos situamos para denunciar las “bellas promesas”, reprochamos a quienes las hacen no mantenerlas; sin embargo, desde nuestro punto de vista es hacia arriba, en la fuente misma, es decir, del lado del enunciatario donde la vigilancia “desmitificadora” debería ejercerse sobre todo; pues lo que importa ante todo no es que la cosa prometida se realice o no, sino el acto mismo de adhesión gracias al cual los sujetos, al identificarse con los simulacros que se les proponen, les confieren confianza a aquellos mismos que bajo la apariencia de “promesas” moldean en realidad su deseo. Allí reside la verdadera ilusión enunciativa, no siendo el resto más que efecto secundario, referencial. (Landowski, 1989: 209)

Los discursos políticos ponen en juego un conjunto de estrategias discursivas que tienen como propósito diseñar un mundo de acuerdo con el deseo de la ciudadanía; su objetivo no es otro que tratar de buscar la adhesión de los gobernados, sin embargo, más allá del cumplimiento o no de dichas promesas, vale la pena considerar que es esta misma instancia ciudadana la que evalúa estos ofrecimientos o demandas, y, por lo tanto, es ella misma la que termina aceptando o rechazando el mundo que se le ofrece. Si los simulacros presentados por los políticos funcionan es en razón, precisamente, de la aceptación que la ciudadanía hace de ellos.

Bibliografía

Amossy, Rut

2010 *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Paris : Presses Universitaires de France.

1999 *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*. Paris: Delachaux et Niestlé.

Aristóteles

1991 *La retórica*. Introducción, traducción y notas por Quintín Racionero. Madrid: Gredos.

Charaudeau, Patrick

2005 *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.

Courtés, Joseph

1991 *Análisis semiótico del discurso. Del enunciado a la enunciación*. Paris: Gredos.

Ducrot, Oswald

1986 *El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación*. Madrid: Paidós.

Eggs, Ekkehard

1999 "Ethos aristotélicien, conviction et pragmatique moderne". En Amossy *Images de soi dans le discours*. Paris: Delachaux et Niestlé. 31-59.

Greimas & Courtés

1979 *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.

Landowski, Eric

1989 *La société réfléchie*. Paris: Seuil.

Maingueneau, Dominique.

2009 *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires : Claves.

Plantin, Christian

2011 *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*. Berne: Peter Lang.

Serrano, Eduardo

2013a *Enunciación, narración y argumentación en Crónica de una muerte anunciada*. Tesis Doctoral inédita. Cali.

2013b "Consideraciones semiolingüísticas sobre el *ethos* retórico". Documento inédito. Grupo de Investigación ADN, Universidad del Valle. Colombia.