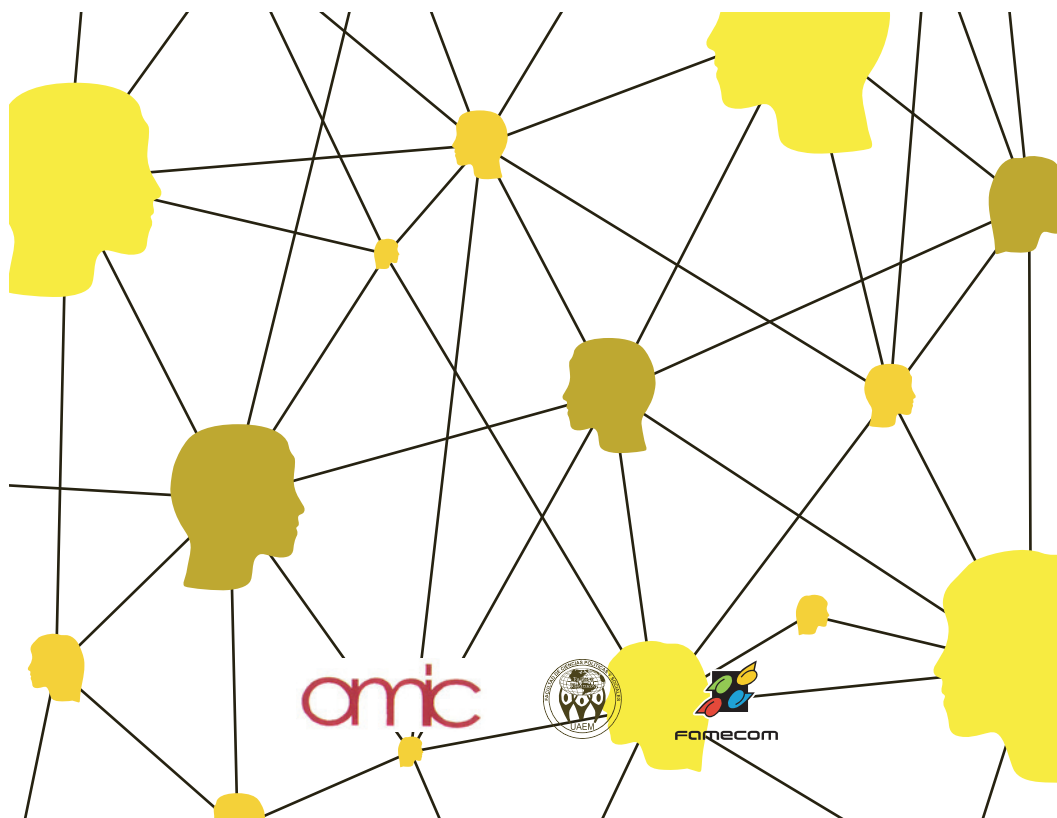


# LIBRO DE INVESTIGACIÓN AMIC. PROCESOS SOCIALES Y COMUNICATIVOS



## COORDINADORES:

JANNET VALERO VILCHIS  
ALBERTO CARRERA PORTUGAL  
LENIN MARTELL GÁMEZ



LIBRO COLECTIVO AMIC 2013.

## LIBRO DE INVESTIGACIÓN AMIC. PROCESOS SOCIALES Y COMUNICATIVOS

Primera edición: octubre de 2015

Publicado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, A.C. (AMIC, A.C.), la Universidad Autónoma del Estado de México/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y la Red Iberoamericana de Investigación en Familia y Medios de Comunicación (FAMECOM)



Ciudad de México  
Hecho en México

ISBN: 978-607-95511-6-2

Coordinación: Jannet Valero Vilchis, Alberto Carrera Portugal  
y Lenin Martell Gámez

Diseño: Mariana Castro

Servicios editoriales: Literatura y Alternativas en Servicios  
Editoriales S.C. ([libroalacarta.com](http://libroalacarta.com))

© Derechos Reservados 2015, AMIC A.C., UAEMéx/FCPyS, FAMECOM. Todos los Derechos Reservados. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de este servicio sin la autorización previa por escrito de sus respectivos autores. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

# LIBRO DE INVESTIGACIÓN AMIC. PROCESOS SOCIALES Y COMUNICATIVOS

## COORDINADORES:

JANNET VALERO VILCHIS

ALBERTO CARRERA PORTUGAL

LENIN MARTELL GÁMEZ



## ÍNDICE

<b>Prólogo</b>	7	<b>TELMEX, Nodo multinacional, oligopólico y neoliberal</b> Luis Alfonso Guadarrama Rico y Jannet Valero Vilchis	155
<b>Televisión</b>	11	<b>Actualidad</b>	173
<b>La "Efímera Competencia" en la TV abierta</b> Alma Rosa Alva de la Selva	12	<b>Muammar Kadafi y las potencias occidentales: una mirada retrospectiva</b> Virginia Mercado Flores y Lenin Martell	174
<b>El ethos del presentador del noticiario televisivo: razones éticas como argumentación. Una aproximación retórica y metafórica</b> Carlos González Domínguez	23	<b>La violencia escolar, una mirada desde los universitarios</b> Laura Oliva Zárate, Patricia Andrade del Cid, Miriam Magaly Calderón Vidal y Elsa Angélica Rivera Vargas	202
<b>Redes sociales</b>	45	<b>Desempeño sustentable, financiero y reputación</b> Jesús González Almaguer	224
<b>Candidatos presidenciales en México 2012: Un análisis de redes sociales desde la prensa en Twitter en Saltillo, Coahuila</b> Gabriel Pérez Salazar y Julieta I. Carabaza González	46		
<b>Menores de edad usuarios de redes sociales virtuales y protección de datos personales en México: Prácticas e interacciones en la sociedad red</b> María Inés Téllez Gutiérrez	72		
<b>Telecomunicaciones</b>	115		
<b>Democracia, derecho de réplica y reforma constitucional de las telecomunicaciones en México</b> Javier Esteinou Madrid	116		

# El *ethos* del presentador del noticiario televisivo: razones éticas como argumentación.

## Una aproximación retórica y metafórica

Carlos González Domínguez

PROFESOR-INVESTIGADOR, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

**Resumen:** El análisis de la construcción del *ethos* del presentador del noticiario televisivo ha permitido observar los componentes retóricos con los cuales trabaja la persuasión de esta figura mediática. Desde Aristóteles, sabemos con certeza que el hombre utiliza el lenguaje bajo la directiva de una trilogía: el *ethos*, el *pathos* y el *logos*, sin los cuales es imposible persuadir y en consecuencia construir el propio discurso. Se trata de argumentos que trabajan en solidaridad en todo momento. Pero ¿cómo se da esta solidaridad argumentativa en esta trilogía? Aquí interesa conocer la manera y el cómo funcionan estos argumentos. Para esto, proponemos la hipótesis según la cual los argumentos comportan *valores retóricos*, en función de la disposición de las proposiciones que constituyen el discurso. En este sentido, los argumentos retóricos son polivalentes, por el hecho de cumplir funciones de orden lógico, patémico y/o ethotico, según el lugar que ocupen en la trama textual del discurso. Por esto, consideramos que cada proposición del orador, en este caso del presentador del noticiario televisivo, tiene una relación de dependencia lógica, patémica y ethotica entre el conjunto de todas las proposiciones de su discurso.

**Palabras-clave:** Argumentación. Noticiario televisivo.  
*Ethos-pathos-logos.*

## Introducción

Es un hecho que la intención de persuadir necesita de tres importantes argumentos contenidos en el discurso: lo patémico, lo lógico y lo ethotico<sup>1</sup>. Esta es una condición retórica. Los tres argumentos deben ser suficientes, necesarios y razonables de acuerdo a las causas que defienden. De aquí que se pueda afirmar que todo acto discursivo no solamente contiene *razones lógicas* (sin que este *logos* tenga el privilegio absoluto en cualquier género del discurso), sino también convoca siempre *razones patémicas* y *razones ethoticas*. Bajo estas condiciones, persuadir no se puede reducir a una simple manipulación, sino a toda una construcción discursiva de razones (en plural) lógicas, patémicas y/o ethoticas, sobre un hecho consumado, presente o a venir.

En este marco, aquí nos interesa observar, particularmente, el proceso que funda la argumentación ethotica y su relación con las otras dos dimensiones. De manera que, y a partir de nuestro referente empírico, entenderemos por *ethos* del presentador las virtudes éticas que se muestran por el discurso y que -según Aristóteles- *inspiran confianza* (1991; Libro I-1, 1356a, p. 83)<sup>2</sup>. Como ya hemos dicho, este *ethos*, yendo de la mano del *pathos* y el *logos*, es capaz de producir acciones y con esto establecer o confirmar creencias como *argumentos que devienen materia prima de la persuasión*. Nuestro objetivo es conocer cuáles son los procedimientos con los que el presentador del noticiario televisivo (NT) construye su argumentación ethotica, para persuadir. Bajo este interés, habría que observar los componentes del *ethos* establecidos por Aristóteles: la *virtud*, la *prudencia* y la *benevolencia* (1991; Libro II-1, 1378a, p. 182). ¿Cómo aprehender estas tres características en el acto enunciativo verbal de este orador? Trataremos de dar respuesta por un análisis en el nivel del discurso que nos permita identificar la conexión entre los valores

1 Seguimos a Christian Plantin en el uso de los adjetivos patémico y ethotico, para distinguirlos de patético y ético (2012); los primeros son categorías analíticas útiles al análisis del discurso, mientras que los segundos trabajan en el campo sociológico o filosófico que aquí también abordaremos.

2 Todas las citas con referencias bibliográficas en francés son traducción nuestra.

retóricos, es decir aprehenderemos los “argumentos que ponemos en los discursos en relación con la moral” (ARISTÓTELES, 1991; 1391b, p. 244-245). Daremos cuenta de esta tarea con dos ejemplos: uno francés y otro mexicano<sup>3</sup>.

En lo que sigue, y tratando de penetrar en un marco teórico que fundamente nuestro análisis, es necesario establecer la relación entre el lenguaje, la acción humana y *la función del ethos como pivote del juicio y de la expresión*. Posteriormente, referiremos algunas consideraciones del *ethos* aristotélico para ejemplificar con los dos casos de análisis.

## Lenguaje, acción y ethos

En *La política*, Aristóteles demuestra que la principal característica del hombre es la capacidad de comunicar por el hecho de poseer la palabra (2000, Libro I.-10, p. 39); el lenguaje en el hombre tiene el objetivo de expresar lo que conviene y lo que es nocivo, lo justo y lo injusto. Así, entre los animales, el hombre se diferencia porque percibe el bien y el mal, y sin duda otros valores que constituyen lo que es la familia y el Estado (*Ibidem*). Estas dos observaciones nos parecen capitales en la comprensión de la relación entre el *ethos* y el lenguaje. En efecto, a la diferencia de las acciones de los animales, las del hombre se perciben bajo la mirada ética, razón por la cual todo lo que hace el hombre debe ser calificado como bueno, malo, justo o injusto<sup>4</sup>. Se observa de inmediato la relación entre el lenguaje (que produce discursos), las acciones (que derivan y son generadas por el discurso) y las

3 Estos ejemplos pertenecen a un corpus más amplio, constituido de NT (s) que podemos considerar como representativos, en razón de su amplia cobertura, en sus respectivos espacios nacionales. De Francia: los NT (s) TF1 (2010) y de M6 Le 12.45 (2010); de México Noticieros Televisa (2010), de TV-Azteca Hechos (2010) y de Canal Once Once Noticias, de los cuales se analizaron secuencias de cada una de las intervenciones del presentador. No omitimos decir que Le 12.45 es un NT de mediodía obedeciendo a un formato diferente al NT tradicional; sin embargo este estatus no deja de confirmarnos los procedimientos argumentativos del *ethos* que convergen con los NT (s) llamados estelares.

4 Ciertamente, no como esencia ontológica, sino como valores propios que pertenecen en el tiempo y espacio a cada sociedad.

virtudes éticas (como *praxis* que son calificadas por el lenguaje mismo). Este fenómeno que reúne al lenguaje, a las acciones y a las virtudes éticas no es otra cosa que la *polis* del *zoon logon ekhon* (del animal capaz de discurso); en otros términos, es la conjugación del hombre mismo que se produce y se reproduce por la *lexis* (por el lenguaje, en consecuencia, por el discurso, por la palabra) y por la *praxis* (las acciones) (ARENDETT, 1993; p. 39).

#### a) La *Polis* como fuente de las virtudes

Como sabemos, para Aristóteles, la *polis* es la comunidad que busca el bien común; es el lugar por excelencia del *zoon politikon*. El bien común no es otra cosa que todo lo que es bueno para “la vida buena” en sociedad. Pero, ¿cómo la comunidad construye esta vida buena? Si hemos dicho que existe un relación entre el lenguaje, las acciones y las virtudes éticas, es evidente que son los discursos los que producen, por el dispositivo de la cultura, las acciones y en consecuencia la reproducción y transformación de las propias virtudes, a lo largo de la historia de las sociedades. En este sentido, el generador del pensamiento de la *polis* es el lenguaje mismo: el lenguaje que “habita”<sup>5</sup> la *polis*. Comprendemos mejor lo anterior si recordamos que la definición de *zoon politikon* encuentra su sentido más profundo con la segunda definición de hombre en Aristóteles: el *zoon logon ekhon* que logra completar el carácter discursivo que le faltaba al “animal político”, como productor de discursos que han de fundarse en la razón. De esta manera, es partiendo de la razón que los hombres discurren para proyectar sus acciones y, en éstas, sus virtudes en la *polis*.

#### b) El *ethos* en el relato

Llegados a este punto, estamos en condiciones de identificar el punto que nos ocupa por ahora, la unidad (lenguaje-acciones-virtudes éticas) en el relato del NT y particularmente en el *ethos* del presentador. Si nos remitimos al rol del lenguaje en el hombre, Aristóteles nos indica que éste expresa lo que es justo o injusto, lo bueno y lo malo. Ahora bien, ¿qué es lo que motiva al lenguaje

(véase el hombre) a expresar lo bueno y lo malo, lo justo y lo injusto? Nuestra respuesta es que el lenguaje expresa, por un gesto de *isomorfismo social*<sup>6</sup>, nuestras acciones y pensamiento. Todo nos indica que el hombre, frente a sus acciones y las de los otros, centra sus esfuerzos para juzgarlas y expresarlas por medio del lenguaje en la forma de discursos. Así, la relación lenguaje-discursos-acciones es axiomática.

De esta forma, es fácil comprender que toda manifestación del lenguaje, vía las proposiciones lingüísticas, sin importar el género del discurso, siempre referirá las acciones de los hombres, lo que implica cualificar en términos de un régimen del bien y del mal, de lo justo o de lo injusto. Dicho lo anterior, nos encontramos en la dimensión ética propia del hombre. Toda acción humana es entonces objeto de juicio (y ciertamente de carácter ético): ya sea objeto de elogio o de crítica, y esto es solamente por medio del discurso. Así, uno de los géneros discursivos que califican las acciones de los hombres es sin duda el narrativo.

Este juicio, necesariamente ético, en el NT, es efectivamente expresado a través de los relatos. El narrador, que es el presentador del NT, en cada proposición que expresa, actualiza calificando lo que los hombres han hecho. Como dice Mylène Botbol-Baum: “el relato orienta el juicio en el modo de la misma enunciación” (2008; p. 168). En efecto, en el caso concreto del presentador del NT, por su relato y a cada momento de la expresión de sus proposiciones, nos revela cuáles son las virtudes que la sociedad valora, es decir el *ethos* que debe corresponder al de su comunidad, al menos el de su teleauditorio. No cabe duda, las mismas virtudes éticas del *ethos* que están contenidas en el discurso del presentador deben ser compartidas<sup>7</sup>. Esto es una condición para lograr la persuasión, ya que “el auditorio debe reconocer la capacidad del orador para juzgar, gracias a sus cualidades y a su experiencia, los elementos que le pertenecen a la memoria de la comunidad y que pueden servir de ejemplos para el debate” (DANBLON, 2002; p. 198).

5 La referencia obligada aquí es Heidegger. Por razones de espacio no vamos a abundar al respecto. Basta decir solamente que para este filósofo el *ethos* es la habitación del hombre (1983).

6 Sobre este concepto, remitimos al trabajo de González y Tamborini (2011).

7 Un reciente trabajo nos revela tal condición, por ejemplo en el plano particularmente de la corporalidad del *ethos* (GONZÁLEZ y FUENTES, 2012).

## Las virtudes del *ethos* aristotélico

En la *Rhétorique*, Aristóteles establece que el *ethos* se compone de “tres cosas que hacen del orador un ser de confianza; pues hay tres que nos inspiran, independientemente de las demostraciones producidas. Estas son el sentido común [prudencia], la virtud [virtud ética] y la benevolencia” (1991; Libro II, 1378a, p. 182). Estas tres “cosas” son virtudes todas, como bien lo señala Frédéric Woerther: la primera es la virtud dianoética (intelectual) que se relaciona con la prudencia teórica; la segunda es la virtud (estrictamente ética) relacionada con la temperancia práctica de las acciones humanas; y la tercera es una virtud que manifiesta la atención al otro (2007). Reflejando estas tres virtudes en el discurso, el autor de la *Rhétorique* nos está diciendo que el orador es capaz de hacer reaccionar los espíritus<sup>8</sup>. En otros términos, la puesta en obra del relato debe contener estas virtudes, explícita o implícitamente, en la trama de las proposiciones del texto del discurso (en este caso narrativo).

Es entonces pertinente afirmar que en todos los discursos, cuando no presentan signos explícitos asociados a las virtudes del orador, éstas deben revelarse necesariamente implícitamente ya sea en los signos o paradigmas lingüísticos o bien en los signos visuales-corporales. Tratándose del presentador del NT, los signos visuales corporales del sujeto enunciante funcionan como metonimias que ocupan el lugar, o bien amplifican el sentido, de las proposiciones lingüísticas. Por ejemplo, un gesto del rostro (signo visual) puede significar reproche, ironía, indignación, los cuales no se expresan forzosamente en la palabra. Los signos corporales entonces significan inexorablemente y, en la mayor parte, regulan el sentido de los signos verbales, ya que catalizan los significantes agrupados en las proposiciones.

Con lo anterior afirmamos que la palabra no escapa a la representación del *ethos*; por el contrario a cada momento de la expresión humana es inevitable la puesta en escena de virtudes que,

<sup>8</sup> En la propuesta de Patrick Charaudeau (2000), hablaríamos de un “efecto ethotémico del discurso” como categoría analítica.

en calidad de argumentos, son las que califican y actualizan los valores éticos de una sociedad, con respecto a sus acciones que justifican o tratan de evitar:

### a) La justicia, virtud por excelencia

Para Aristóteles, la justicia, siendo una virtud racional, debe llevar a la *polis* a la excelencia ética, ya que lo justo es lo que produce y conserva la felicidad, tanto del individuo como de la comunidad política: las acciones justas conducen a la finalidad ética del hombre (ARISTÓTELES, 1967; Libro II). En otra de sus obras, el estagirita dice que la virtud de justicia ordena la comunidad política como una institución (en discurso y en acción) que sabe distinguir lo justo de lo injusto: “La justicia está relacionada a la *polis*, tiene un valor político, porque la administración de la justicia es la determinación de todo lo que es justo, esta es la regla de la comunidad política” (2000; 1253a, p. 41). Lo que Aristóteles nos dice es que la virtud es el “el justo medio”<sup>9</sup> (ARISTÓTELES, 1967; Libro II, Capítulo VI). Es decir el lugar donde el hombre establece las razones prácticas (con un sentido ético) y las razones teóricas (ciertamente intelectuales), sobre la base del justo medio y en relación a los medios (las razones teóricas). De aquí que podamos comprender que todo hombre prudente, sabio, poniendo en práctica tanto su saber teórico (intelectual) como su experiencia de vida hacia los otros, apunta a la excelencia, con lo cual puede considerarse poseedor de un *ethos* en el amplio sentido del término. Se trata de un *ethos* basado en la virtud de justicia. Si esto resulta correcto, el *ethos* debería ubicarse entre el *logos* y el *pathos*, ya que no habría virtud sin “justo medio”, sin razón teórica ni razón práctica que conduzca a la “vida buena”. Esta vida buena, la entendemos junto con Paul Ricoeur, quien sigue a su vez a Aristóteles, como “la intención de la ‘vida buena’ con y para el otro dentro de las instituciones justas” (1990; 202). El hombre que busca la vida buena es un hombre virtuoso gracias a que posee el justo medio en el carácter de su *ethos*.

<sup>9</sup> Pensando en el *ethos*, consideramos que el vocablo “justo medio” es más pertinente que decir “medianía”, ya que este último no establece justamente el sentido de justicia.

## Virtudes éticas y pasiones

Una vez que hemos abordado la importancia de la virtud de justicia como la virtud por excelencia de las virtudes éticas, interesa ahora ver cómo éstas convocan argumentos patémicos, sin los cuales, podríamos decir, es imposible lograr la persuasión. Para ir más lejos, preguntémonos si existe una psicología común entre las virtudes éticas y las pasiones. Nuestra hipótesis al respecto afirma que existe una relación axiológica entre estas dos instancias que permiten percibir y controlar todas nuestras acciones humanas. Veamos cómo el propio Aristóteles nos da la clave. Nuestro filósofo ve claro que las virtudes están del lado opuesto de las pasiones. Las primeras son siempre deseables porque permiten perseguir el ideal de la *polis*, donde se encuentra la justicia y la vida buena (ARISTÓTELES, 1991; 1366b, p. 129)<sup>10</sup>. Mientras que las pasiones no son deseables cuando conducen a la pena (*Ibid*; 1378a: p. 183)<sup>11</sup>. Luego entonces, cuando el estagirita afirma que “la virtud, nos parece, es una potencia capaz de lograr buenas acciones” (1991; 1366a, p. 129), por contraste nos damos cuenta que el vicio es una potencia capaz de provocar “malas” acciones. Vemos claramente aquí que lo que Aristóteles busca es el justo medio: “la virtud es una disposición a entrar en acción de una forma deliberada que consiste en un justo medio relativo a nosotros, el cual es racionalmente determinado y como lo determinaría el hombre prudente” (1967; Libro II, Capítulo VI). De este modo, Aristóteles nos dice que hay que “regular” las pasiones por las virtudes, sabiendo que las pasiones son parte constitutiva de las acciones humanas. Por esto, una acción puede percibirse como una virtud en la medida que sea justa; por el contrario, una acción injusta es reprochable porque puede provocar cólera, siendo ésta una pasión. Paradójicamente, el carácter patémico (que es pro-

10 Las virtudes según Aristóteles son: “La justicia, el coraje, la temperancia, la magnificencia, la magnanimidad, la generosidad, la mansedumbre, el sentido común, la sabiduría” (1991: 1366b).

11 Las pasiones para Aristóteles son: “El deseo, la cólera, el temor, la audacia, los celos, la pasividad, la envidia, la emulación, la piedad, en una palabra todo lo que se acompaña de una pena o de un placer” (Aristóteles, 1967; 1105b).

pio de la cólera) deviene una forma de virtud ética porque pone de manifiesto el sentido de justicia frente a la injusticia. Se comprende entonces porque “la pasión es lo que, modificándonos, produce diferencias en nuestros juicios y es seguido de pena y de placer” (ARISTÓTELES, 1991; 1378a, p. 183). Al respecto, Frédéric Woerther nos aclara:

“Si el discurso ético refiere perfectamente un discurso manifestando sólo el *ethos*, es posible admitir que éste suscite además -y correlativamente- tal o tal pasión en el auditorio: el *pathos* no por lo tanto sería un medio de persuasión autónomo, sino dependiente, derivándose de un primer discurso que se limitaría a vehicular la imagen persuasiva del orador armado de las tres ‘virtudes’” (2007; p. 240).

O bien como lo afirma contundentemente Marc Angenot: “En las situaciones las más patéticas, los hombres tienen siempre necesidad de fuertes razones para decidir [...] Hay que hacer valer las buenas razones apoyadas en valores superiores [la virtud de justicia ciertamente]” (2008; p. 61). Efectivamente, veremos este fenómeno en los ejemplos de análisis más abajo.

Para concluir estos preliminares teóricos, resumamos. El *ethos*, siendo el argumento más poderoso para la persuasión, no trabaja solo, necesita incorporar elementos patémicos y lógicos. Esto es importante para comprender la forma con la que se construye la argumentación retórica. Podemos ver junto con Michel Meyer: “la lógica no es sólo el modo de razonamiento y la racionalidad no se reduce a la demostración” (MEYER, 2005; p. 102). Es decir, la argumentación *ethotica* moviliza lo patémico y lo lógico, privilegiando alguno de estos dos últimos de manera inevitable. Si tal tarea es así, *argumentar racionalmente sin lo patémico y sin lo lógico no es argumentar racionalmente por lo ethotico*.

## Los análisis

### a) Los preludios (*proème*) de las cortinillas de los NT (s)

Primeramente, nos vamos a referir al exordio por ser uno de los momentos persuasivos más fuertes del NT. Desde el inicio del NT,



el presentador juega un rol imprescindible en el anuncio de las noticias, es el pivote que nos hace ver el grado de importancia de las noticias, por el acento que en cada una de ellas imprime y por la cronología con la que las anuncia. A esto agreguemos toda la puesta en obra de los *dispositivos enunciativos*<sup>12</sup> propios de la televisión (música, la escenografía del estudio, la iluminación, los movimientos de cámara, etc.), cuya función es primordial para la producción discursiva, ya que en este cuadro técnico-tecnológico se desarrolla el acto enunciativo del presentador. Desde la mitad del siglo XX, de este despliegue escénico ya hablaban Perelman y Olbrechts-Tyteca, para quienes tiene lugar una dirección teatral en el acto oratorio:

“Para poder incidir sobre un auditorio, podemos condicionarlo por medios diversos: música, iluminación, juegos de masas humanas; dirección teatral. Estos medios fueron conocidos en todas las épocas, fueron puestos en obra tanto por los primitivos como por los griegos, los romanos, los hombres de la Edad Media” (2008; p. 31).

Por esto, debe comprenderse que en la televisión no hay signo sin significación. Ya sea visual o sonoro (inclúyanse por supuesto los signos verbales), estos constituyen las proposiciones (compuestas por la parte verbal, más la parte visual/sonora)<sup>13</sup>.

Concentrémonos por ahora en el exordio que corresponde a la cortinilla y al resumen de noticias del NT. El exordio del NT corresponde a la entrada del discurso de este género. Normalmente se acompaña de un fondo musical y de imágenes digitales de la tierra, ambos espectaculares (caso de TF1 y Hechos)<sup>14</sup>. En el caso mexicano, la cortinilla pone en valor el trabajo periodístico al poner en escena reporteros y comentaristas en plenas laborales mediáticas. Se destaca al mismo tiempo el nombre propio del NT (Hechos) que se despliega a lo largo de la pantalla con letras do-

12 Entendidos como los elementos técnicos propios de la televisión que participan a cada momento de las enunciaciones verbales de los sujetos que allí hablan.

13 Vamos a privilegiar un análisis verbal, dejando de lado aspectos visuales/sonoros sin eliminarlos por completo.

14 Pondremos entre paréntesis los nombres de los NT (s) para indicar que lo que se describe corresponde a uno o a ambos.

radas. Estas secuencias son evidencias de una preparación para tratar de enganchar al público para que escuche y vea al presentador. Es precisamente el *proème* que Roland Barthes refiere en “*L’ancienne rhétorique. Aide mémoire*”:

“es lo que viene antes del canto (*oimé*): es el preludio de los músicos de lira quien, antes del concurso, calientan los dedos y aprovechan para conciliar las consideraciones del jurado [...] Su rol evidente es de aprehender<sup>15</sup>, como si comenzar a hablar, encontrar el lenguaje, fuese atreverse a despertar lo desconocido, el escándalo, lo monstruoso” (1994; p. 214).

En efecto, esta secuencia nos anuncia el ritmo, la importancia y los temas de actualidad que el NT va a tratar. Es en este momento que el NT entrega al teleauditorio varias razones patémicas para verlo y escucharlo, por el hecho de predisponerlo por la vía de la estimulación emocional. Es lo Raphaël Micheli llama una “construcción argumentativa de la emoción” (2009; p. 31-42).

A diferencia de NT TF1, es de destacar en este aspecto el caso de NT *Hechos*: un primer *proème* del *ethos* del presentador se deja ver por las imágenes previas al resumen que nos indican el cuadro desde el cual va a hablarnos el presentador. Un segundo *proème* es cuando una *voix-off* enuncia “Fuerza informativa Azteca” (eslogan del NT en cuestión). Tal enunciación es un argumento discursivo que, por la fuerza del adjetivo, fija el carácter profesional no sólo del canal televisivo donde se inscribe el NT, sino también de quien va dirigirnos la palabra, es decir el presentador. Este slogan es un verdadero silogismo que invita a concluir con una valoración positiva del NT. Vemos claramente entonces que desde el *proème* se trabaja la construcción del *ethos* del presentador, puesto que se prepara el lugar oratorio que, más que espacial, es sobre todo simbólico: “Fuerza informativa azteca” (notemos el simbolismo de “fuerte”). Desde este cuadro simbólico, el teleauditorio puede ya otorgar confianza al presentador. Los preludios entonces interpelan al *pathos* (sobre todo por la música y las imágenes espectaculares), pero también al *logos* (la “fuerza azteca”), para proyectar un *ethos* que garantiza esa fuerza.

15 Es Barthes quien subraya.

### b) Hechos de TV-Azteca: una polifonía argumentativa

Es interesante observar que la argumentación del presentador<sup>16</sup> tiende a articularse con la palabra de los otros sujetos hablantes del NT y del espacio público. Por ejemplo, en el resumen de noticias del 14 de octubre de 2008, el presentador anuncia la “captura de dos criminales” por la propia palabra de los delincuentes en cuestión. El presentador anuncia, en *voix off*: “40 años como ladrón. Entre sus víctimas: presidentes de la república” (observemos que aquí se trata de un entimema compuesto de dos proposiciones que conducen a concluir que se trata de un gran ladrón, el que ha robado a ¡presidentes de la república!); paralelamente a la *voix off*, la imagen del ladrón impresiona por el carácter cínico de este individuo, cuyos antecedentes datan de hace 40 años, como lo subraya una banda lingüística en la pantalla. De inmediato, la palabra del ladrón confirma el entimema (presentada previamente) del presentador: “Robé casi la mitad de la Ciudad de México”. Notemos que la primera imagen que se superpone a la palabra del presentador corresponde al día de la captura del delincuente y de la transmisión de NT, mientras que algunas imágenes que acompañan la palabra del delincuente son de archivo; con este dispositivo el NT está probando de manera hiperbólica el grado de delincuencia atribuido al sujeto en cuestión. La acumulación de antecedentes: 40 años de ladrón, ladrón de presidentes de la república, robar casi “la mitad de la Ciudad de México” (que a la evidencia es una exageración), construyen un perfil extraordinario que va bien a su cinismo con el que se expresa el ladrón. Entre la palabra periodística y la del sujeto en cuestión de la noticia (con sus respectivas imágenes) dan una polifonía argumentativa que raya en caricatura. Esta polifonía de voces incrustada en el resumen del NT es una excelente preparación para cautivar al teleauditorio. Bajo estas consideraciones, la dimensión ética se construye entre las propias enunciaciones de los participantes de la polifonía, donde es la del presentador la que vence, cuya conclusión es “no robar”. La noticia, como discurso, toma así su sen-

<sup>16</sup> Se trata del periodista Javier Alatorre.

tido que es *enjuiciar*<sup>17</sup>, por la palabra del presentador, la acción del ladrón.

Apreciemos ahora el plano ético y su convergencia con el plano sociológico y notemos que se trata de una noticia importante porque figura en primer lugar del NT. Tomemos en cuenta la forma con la que el presentador inicia el tratamiento de lo que sería más adelante el reportaje: “Esta noche le vamos a presentar, una serie, una serie de hechos sorprendentes, muy sorprendentes”. El superlativo de “muy, muy sorprendentes” debe llamar la atención del teleauditorio para generar una expectativa, quizá inhabitual. ¿Qué tienen que ver la parte ética en estos “hechos sorprendentes, muy, muy sorprendentes”? El presentador continúa: “Mire, la policía de la Ciudad de México capturó “ (el orador se encuentra en el estudio); de repente aparece la imagen de dos “criminales”, mientras el presentador continúa en *voix off*: “a dos criminales”<sup>18</sup> que fueron sorprendidos robando objetos de valor, en una casa del Distrito Federal”. La posición ético-moral<sup>19</sup> del presentador está ya expresada, por la intermediación de este entimema. En consecuencia, el análisis de tal entimema deriva: todo robo es condenable (premisa mayor), la policía captura los ladrones (premisa menor), los ladrones que son capturados por la policía son condenables (conclusión). Lo que hay que observar aquí es que en las proposiciones del presentador hay un razonamiento que está escondido un procedimiento silogístico (en la forma de entimema), con lo cual nos argumenta sobre todo en el plano ético. La irrefutabilidad del argumento no está en la formulación bajo la forma silogística casi explícita, sino en el reconocimiento ético del discurso. Así, el orador muestra su *phronèsis*, su *arète* y su *eunoia* al mismo tiempo. Las proposiciones que enuncia más tarde nues-

<sup>17</sup> En este caso debemos ubicar el discurso del presentador como un discurso que enjuicia e indica lo reprochable de los hechos, lo que ya es inscribir tales hechos en un marco moral y ético.

<sup>18</sup> Notemos que nuestro orador ha pronunciado “criminales”, término cuya connotación es más severa, al menos en el contexto mexicano, que la palabra “delincuente”, lo que nos indica una extrapolación de la acción de robar en este caso.

<sup>19</sup> Distinguiamos ética como la dimensión crítica y reflexiva de los actos morales; mientras que moral es la parte práctica y concreta de las acciones humanas que siempre serán sociales.

tro orador no son otra cosa que digresiones o confirmaciones de lo que hasta aquí nos había dicho: “Y usted dirá: ¿qué tiene de extraordinario? Desafortunadamente, un robo más de una casa en la ciudad de México. Pues fíjese, fíjese que uno de los detenidos no resultó ser un ladrón cualquiera, tiene un largo historial, se ha metido a robar hasta en casas de ¡presidentes de la república!” Enseguida, el presentador nos invita a conocer más en detalle esta historia en el reportaje que va seguir y nos dice: “Aquí la historia”.

Al final del reportaje, se ve al ladrón, Efraín Alcaraz, bajo un aspecto especial del cual hemos venido insistiendo: una actitud fanfarrona y cínica. Se le ve en conferencia de prensa diciendo: “Muchos comandantes de la policía me conocen. El comandante Saavedra que está aquí presente me conoce de hace muchos años: ¿sí o no?” (a esta frase le siguen risas de los reporteros, esta acción es importante para comprender lo que dice el ladrón). Enseguida, el ladrón, desde el interior de una patrulla, con su mano, dice adiós a los reporteros. Es el turno del presentador: “¡Qué ridículo que se tome, que se tome a risa que un criminal, que un delincuente, con ese cinismo, este hablando de lo que ha hecho durante todo este tiempo!” En efecto, el argumento de este pasaje muestra, una vez más, una polifonía que es del orden de lo entimemático. El encadenamiento entre las proposiciones del ladrón y las del presentador terminan frente a los ojos del teleauditorio en una conclusión. Capturado por la policía, el ladrón se burla de ésta que es, paradójicamente, a la vez su amigo y su oponente. De la palabra del ladrón se deriva: la policía es amiga de los ladrones (un principio moral invertido, incluso podemos decir pervertido en el sentido moral, por esto las risas de los reporteros que nos revelan el cinismo caricatural del ladrón), que en realidad no habría que tomar al pie de la letra, sino a la inversa: la policía no es amiga de los ladrones. De modo que la proposición del ladrón implica: los ladrones son ridículos cuando afirman que la policía es su amiga (notemos la indignación de nuestro orador que es prueba de estar contra las acciones y comportamiento del ladrón); la conclusión de esto es lo siguiente: la policía no es amiga de los ladrones ridículos (aquellos que afirman que la policía es su ami-

ga). El juicio del presentador es inmediato y claro: no debemos tolerar a los ladrones que se burlan de sus propias acciones y de la policía. Recordemos que nuestro orador viene de escuchar las risas provocadas por el ladrón, en un momento en el cual presentar públicamente a delincuentes es normalmente serio y penoso. Corresponde al presentador, al periodista, de poner en orden tal situación que el ladrón construyó “ridículamente” por su palabra: “¡Qué ridículo que se tome, que se tome a risa que un criminal, que un delincuente, con ese cinismo, este hablando de lo que ha hecho durante todo este tiempo!”. *Phronèsis* y *arête* del *ethos* parecen decir: no hay que reírse de lo que dicen los criminales cínicos, es cosa seria reprochar las acciones de robo; la policía no puede ser, no debe ser amiga de los ladrones. Hay entonces prudencia y entonces moralidad de un profesional de la información que se contrapone al comportamiento cínico del “criminal”.

### c) TF1: Una *phronèsis* institucional

Aquí, nos enfocaremos al tratamiento del título principal del 23 de marzo de 2010: “Sepelio nacional de un policía”. En el resumen, la presentadora<sup>20</sup>, después del haber saludado al teleauditorio (gesto de benevolencia), la escuchamos en *voix off* indicándonos que se trata de “Los títulos de la actualidad”<sup>21</sup> que, como el caso mexicano, invariablemente se acompañan de imágenes. Notemos que visualmente es notorio el uso de ciertos colores<sup>22</sup> que constituyen una identidad, en este caso, no sólo del noticiario, sino de este canal francés. En todo momento, aparece el logotipo del canal y, contrario a lo que sucede con la mayoría de los NT (s), no hay logotipo propio para este noticiario francés, lo que ya es un índice de que su producción discursiva debe remitirse a la línea editorial de todo el canal, es decir que el NT es institucional. El hecho de que el logotipo del canal sea azul, blanco y rojo, como los colores de la bandera francesa, sólo se puede leer simbólicamen-

20 Se trata de la periodista Laurence Ferrari.

21 Enunciar “Los títulos de la actualidad” de manera explícita es una de las características de los NT (s) franceses. Este acto enunciativo es una metonimia del estatus profesional del periodista que justifica su toma de palabra en el estudio del NT. Este vocablo, no debe dejar duda, participa de la *phronèsis* de su *ethos*.

22 Se trata nada más ni nada menos que de los colores de la bandera francesa.

te como un significante de lo francés. Por otro lado, la atmósfera azul que suele dominar en la cortinilla parece ser una invitación a la relajación, aun cuando el fondo musical es dramático. Todos estos dispositivos televisivos no deben subestimarse, ya que participan de los efectos persuasivos, desplegando así una *phronèsis* muy institucional y muy francesa.

Hemos elegido una noticia que pone en escena varios *valores retóricos*<sup>23</sup> que provocan sentimientos (patéticos) “nacionales” y que se conectan en la dimensión ética con la búsqueda de este análisis. Trataremos de mostrar cómo las dimensiones patémica y ethotica se conjugan en todo momento, como lo hemos discutido en la sección “Virtudes éticas y pasiones”.

La presentadora, acompañada de imágenes referentes a la noticia en cuestión, nos dice: “El sepelio nacional de un policía abatido la semana pasada por un comando del ETA”; enseguida se nos presentan imágenes de familiares, amigos y de una colega (con lágrimas en los ojos) del policía muerto. Esta combinatoria verbal y visual, puede afirmarse, produce irremediamente en el teleauditorio una buena dosis de indignación y de solidaridad humana con respecto a la muerte. En la proposición citada por la presentadora, identificamos dos personajes que metafóricamente representan dos facciones que recíprocamente están en lucha política. Estamos frente a un uso, finalmente político, de un problema bajo la forma de “pena nacional”, por la intermediación de dos personas civiles (el policía abatido y su asesino, aunque todavía no se le identifique). El policía es una de aquellas entidades con las cuales podríamos identificarnos y solidarizarnos porque *serían como yo* (es decir el teleauditorio). La misma presentadora nos da razones para interesarnos en la noticia y en la persona del policía. Notemos que la misma noticia es ya una invocación a un problema que ya no es de un individuo sino de un colectivo. De inmediato nos damos cuenta que hay en este hecho dos instituciones que pueden tomar diferentes caras, pero principalmente

<sup>23</sup> Valor retórico es para nosotros una categoría socio-discursiva que nos revela la función persuasiva de un término o miembro de la proposición, teniendo un valor patémico, ethotico y/o lógico.

son el Estado (francés y español en este caso) y ETA (*Euskadi Ta Askatasuna*: País Vasco y Libertad). A partir de estas instancias se pueden derivar antagonismos isomórficos que pueden ser “el delincuente del ETA”, y “el policía” (este último sólo puede ser del Estado) que pueden tener nombre y apellido en la figura de individuos. Ambas figuras antagónicas se traducen en el bien y en el mal. Si seguimos este esquema interpretativo, nuestra presentadora nos está diciendo que “el mal ha abatido a un miembro del bien”. No se puede escuchar otra cosa de esta presentadora. Si invertimos la proposición del lado del mal, ésta quedaría así: “El sepelio del miembro de ETA abatido la semana pasada por un policía francés”. Formulada así, la percepción de la realidad cambia y el problema es otro (aún cuando quede como conflicto político): el bien y el mal, efectivamente, se invierten. Hay entonces en la proposición de la presentadora un entimema que pasa, sin ningún problema, como una verdad irrefutable en lo que concierne al bien y al mal. Le corresponde al teleauditorio concluir que podría resumirse así: “la muerte del policía fue una acción hecha por el mal”. Estamos así en medio de una proposición patémica, por el hecho de que la presentadora está autorizada a indicar *a su teleauditorio* que el mal asesinó a un policía. *Phronèsis* y *arête* del *ethos* alimentan el valor ethotico del esta noticia.

Más adelante, la presentadora nos relata que “Nicolas Sarkozy y José Luis Zapatero rindieron homenaje solemne a Jean-Serge Nérin” (Nérin es el policía asesinado). Con esto se refuerza aquí claramente quién es el bien y quién el mal. Ciertamente Sarkozy y Zapatero están del lado del bien. (Recordemos que, en 2010, Zapatero era el presidente del gobierno español y tiene la misma nacionalidad que el asesino del policía francés, y sin embargo y por obvias razones es solidario con la víctima y con Francia). En este contexto y regresando al relato de la presentadora, ésta nos dice: “los policías han expresado su emoción, un poco en todos lados en Francia”. No puede ser de otro modo: frente a la muerte: la emoción. No solamente se trata de una emoción expresada por los policías sino por “toda” la Francia; no sólo por individuos, sino por toda una colectividad casi al unísono. Estos hechos, registrados en

la Historia de Francia, nos revelan que esta muerte es un asunto nacional y en consecuencia es un llamado a lo que es un *nosotros*: una identidad francesa. Hasta aquí ya podemos aprehender, de la palabra de la presentadora, razones patémicas evidentes, razones ethoticas y no menos razones lógicas (como se comprende: es lógico combatir<sup>24</sup> los grupos que están fuera de la legalidad como es el caso de ETA). Todas estas razones de los tres órdenes sostienen al *ethos*. Como señala Frédérique Woerther: “el orador suscita pasiones de su auditorio gracias a los medios discursivos que pone a su disposición la argumentación lógica” (2007; p. 240).

Habría que agregar a este análisis las imágenes que desfilan en este contexto enunciativo. Vemos el féretro cubierto por la bandera francesa y una serie de policías que asisten al homenaje. Estas escenas no son otra cosa que la puesta en escena del drama, del teatro televisivo que escenifica, podemos decir, lo patémico y lo ethotico de manera acentuada.

Desde el exordio de la noticia, la presentadora “nos revela de manera oculta”<sup>25</sup> el conflicto entre ETA y los Estados de Francia y España. El problema de la muerte del policía no es un asunto individual sino colectivo: “Es el homenaje de toda una nación que se rindió hoy a este policía de cincuenta y dos años caído la semana pasada por las balas de ETA”, nos dice la presentadora. En efecto, el agente de la acción que es “toda una nación” encuadra el problema en una dimensión nacional, aun si “la memoria de este padre de familia de cuatro niños fue recordada por los oficiales, pero sobre todo por centenas de policías en civil o en uniforme que vinieron, algunos de lejos, para expresar su solidaridad y su emoción”, afirma la presentadora. Una vez más, el discurso de nuestra oradora construye una escena patémica, como condición necesaria, quizá inevitable, y como una forma de dar razones que terminan por conectarse con valores ethoticos.

<sup>24</sup> Nos referimos en la lógica de las relaciones políticas legitimadas y legalizadas.

<sup>25</sup> Dos comentarios: el primero es que valga este oxímoron para decir que el lenguaje siempre dice más que lo que pretende decir; segundo: podemos aplicar el mismo abordaje analítico de interpretación metafórica como lo veremos en las conclusiones.

## Consideraciones finales

Podríamos extender nuestro análisis, bajo una interpretación inspirada de la idea según la cual el lenguaje, por la metáfora, es capaz de ocultar o no hacer visible causas de nuestras acciones. Como Michel Meyer afirma:

“las metáforas esconden bien secretos y su literalización solo da la<sup>26</sup> respuesta, la que cuenta como tal. Hay en el ser débil, cada vez más analógico que agudiza las identidades como viejas respuestas, una literalidad imposible que la metáfora oculta” (2003; p. 38).

Bajo este principio, interesaría observar (para el caso particularmente mexicano) hasta qué punto la palabra de nuestro ladrón y de nuestro presentador ocultan, al tiempo que revelan aspectos ético-morales. Podemos comprender entonces porque la afirmación de un ladrón provoca risas cuando éste declara: “Muchos comandantes de la policía me conocen. El comandante Saavedra que está aquí presente me conoce de hace muchos años: ¿sí o no?” Esta enunciación del ladrón es en realidad una verdadera referencia no explícita de la corrupción y de la degradación de la justicia mexicana. El *ethos* de nuestro presentador no podía quedar sin reacción, sin indignación, que se expresaría en la forma de un imperativo literal:

“todo el orden social, los títulos, las funciones, pero también las certidumbres y las opiniones las más humildes, van al encuentro de un toma de consciencia. No se puede metaforizar, sólo podemos quedarnos en lo literal, y hacer como si esto se hubiera convertido en ficción. Este empeño, que usa de todos los artilugios que ofrecen las palabras y las apariencias que visten, permite de vivir sin mirarse, sin reflexionar.” (MEYER, 2003; p. 238).

Podemos concluir entonces que lo patémico, lo ethotico y lógico (en su dimensión argumentativa) están estrechamente relacio-

<sup>26</sup> Es Meyer quien subraya. Tal llamada de atención también la consideramos importante.

nados como componentes de interpretación de la realidad, la misma que se presenta en las noticias del NT. Lo patémico, lo lógico y lo ethotico no pueden funcionar el uno sin el otro. Así, cada uno aporta valores argumentativos que coronan la persuasión como constituyentes retóricos del discursar en el relato televisivo del NT.

## Bibliografía

- ANGENOT, Marc. *Dialogue de sourds. Traité de rhétorique antilogique*, S/L: Mille et une nuits. 2008.
- ARISTÓTELES. *Ética Nicomaquea*. México: Editorial Porrúa. 1967.
- ARISTÓTELES. *Rhétorique*. Paris: Librairie générale de France. 1991.
- ARISTÓTELES. *La política*. Bogotá: Panamericana. 2000.
- ARENDRT, Hannah. *La condición humana*. Barcelona: Paidós. 1993.
- BARTHES, Roland. L'ancienne rhétorique. Aide-mémoire. *Communications*, No 16, Paris, Seuil, 1994.
- BOTBOL-BAUM, Mylène. La pluralité des modes d'argumentation du discours bioéthiques: entre pragmatisme et recherche d'objectivité du jugement. In DANBLON, Emmanuelle (Dirección). *Argumentation et narration*. Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles, Bruxelles. 2008
- CHARAUDEAU, Patrick. La pathémisation à la télévision comme stratégie d'authenticité. In PLANTIN, Christian et al. (Dirección). *Les émotions dans les interactions*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon. 2000, p. 125-155.
- DANBLON, Emmanuelle. *Rhétorique et rationalité. Essai sur l'émergence de la critique et de la persuasion*. Bruxelles : Éditions de l'Université de Bruxelles. 2002.
- GONZÁLEZ, Carlos; FUENTES, Paulina. Corporalidad y comunicación del ethos del conductor del noticiario televisivo. In revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, No 35. Universidad de Colima, Colima.
- GONZÁLEZ, Carlos; TAMBORINI, Aline. El lenguaje popular como isomorfismo social. Caso de *El Notifero con Brozo*. In revista *Versión. Estudios de comunicación, política y cultura*, No 27, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.
- HEIDEGGER, Martin. *Lettre sur l'humanisme*. Paris. Aubier. 1983.
- MEYER, Michel. *Le comique et le tragique. Penser le théâtre et son histoire*. Paris: Presses Universitaires de France. 2003.
- MICHELI, Raphaël. Un processus argumentatif en contexte : la construction de la honte et de la fierté dans le genre du débat parlementaire. *Studies in communication sciences*, Vol. 9, No 2, Università della Svizzera italiana. 2009.

PERELMAN, Chaïm et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Traité de l'argumentation**, Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles. 2008.

PLATIN, Christian. Pour une approche intégrée du champ de l'argumentation. Etat de la question et questions controversées». *Colloque «Sciences du Langage et Didactique des langues: 30 ans de Coopération Franco-brésilienne»*. 2011. En línea: [http://gric.univ-lyon2.fr/membres/cplantin/documents/7.Ap\\_Int\\_11\\_07.pdf](http://gric.univ-lyon2.fr/membres/cplantin/documents/7.Ap_Int_11_07.pdf)

RICOEUR, Paul. *Soi-même comme un autre*. Paris: Seuil. 1990.

WOERTHER, Frédérique. *L'éthos aristotélicien. Genèse d'une notion rhétorique*. Paris: Vrin. 2007.