

TEORIAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN

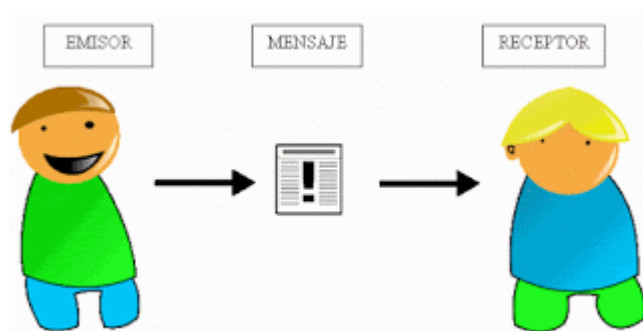
El modelo Aristotélico de la Retórica



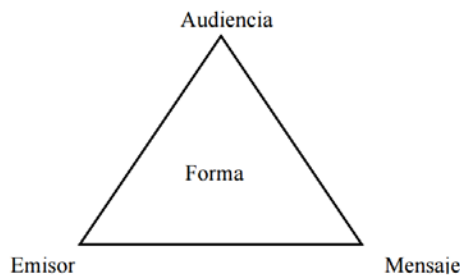
Todo discurso está compuesto por **tres partes**: **el orador**, **aquello sobre lo que habla** y la persona a la que se dirige, es decir, **el oyente** hacia el fin u objeto del discurso se refiere. Así tenemos el primer modelo sobre el que se han apoyado tantos: **orador - discurso - público** (u oyente). Más adelante en el tiempo H. Lasswell, añade a este modelo **dos componentes**: **el canal y el efecto**, dos aspectos del análisis del proceso comunicativo que no están tematizados en Aristóteles. Al no usarse en aquella época ningún instrumento al margen de los que goza "por naturaleza" cada ser humano, que era el dialogo frente a frente, resultaría inverosímil que el autor hablara de canal y por tal no se suele reflexionar.

En la época de Aristóteles y en su interés específico por **los tipos de retórica que va a estudiar**, el **efecto es** inmediatamente **perceptible** (al menos a corto plazo).

Por ejemplo, en un juicio, el orador percibe perfectamente el efecto de un discurso con el veredicto de los jueces, como suele decirse ahora, la "comunicación" que él estudia es pública y no mediada, por lo cual el contacto entre orador y público era inmediato, y aquél podía percibir notable cantidad de reacciones.



El modelo aristotélico representa el obligado referente en el desarrollo de modelos comunicativos. El **proceso aristotélico es lineal**, todo gira en torno a los intereses del **emisor**, como se plantea a través del **ethos**, el **pathos** y el **logos**, la disposición de los elementos y del resultado parecen depender del orador. Esto significa que uno está **alineado con el impulso emocional** de la comunicación de otra persona. **Logos** es la lógica, "la parte razonada de la exposición." Para mantener su **credibilidad** ante la audiencia (ethos) es importante que un ponente alcance un equilibrio entre sus argumentos **lógicos** (logos) y **emocionales** (pathos).



En el modelo Aristotélico **todo gira en torno a los intereses del emisor**. En 1920 se dieron inicios las primeras investigaciones de la ciencia de la comunicación: **Emisor** ¿quién – dice qué – por cuál canal – a quién – con qué efecto?. **Aristóteles**, en su "Retórica" dijo que tenemos que considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio. La mayoría de modelos de comunicación no se apartan demasiado de lo que nos dijo Aristóteles. Uno de los modelos contemporáneos más utilizados fue desarrollado por el matemático Claude Shannon en 1947 y puesto al alcance de todos por Warren Weaver. Ambos ni siquiera se referían a la comunicación humana, sino que hablaban de comunicación electrónica. En realidad, Shannon trabajaba para el Laboratorio Telefónico Bell. Sin embargo, hubo científicos que descubrieron que este modelo resultaba útil para describir la comunicación humana.

Ethos, Pathos, Logos: Los tres pilares de la persuasión de Aristóteles

Aristóteles escribió hace más de 2.300 años en su Retórica que existen **tres tipos de argumentos persuasivos** o modos de apelación en un discurso: los relativos al ethos, al pathos y al logos.

1 Los argumentos ligados al ethos

Son de orden afectivo y moral y atañen al emisor del discurso. Apelan a la autoridad y honestidad del orador, a su **credibilidad** y relación con la audiencia. Son, en suma, las actitudes que debe adoptar éste para inspirar confianza a su auditorio. Escribió Aristóteles en su Retórica:

*“A los **hombres buenos** les creemos de modo más pleno y con menos vacilación; esto es por lo general cierto sea cual fuere la cuestión, y absolutamente cierto allí donde la absoluta certeza es imposible y las opiniones divididas”.*

2 Los argumentos referidos al pathos

Son de orden puramente afectivos y ligados fundamentalmente al receptor del discurso. Para Seth Godin

“No son los hechos los que cambian el comportamiento de la gente. Es la emoción la que cambia su comportamiento. Son las historias y los impulsos irracionales los que cambian el comportamiento. Ni los hechos ni las listas de viñetas”.

Los fumadores no dejan de fumar cuando leen estadísticas sobre cáncer de pulmón; dejan de fumar cuando ellos mismos o personas muy cercanas tienen cáncer. Efectivamente, como argumentos emocionales pueden utilizarse las **historias**, anécdotas, analogías, **metáforas**, **símbolos**, todo ello contado con **pasión**. Las historias eficaces resuenan en el corazón de la audiencia.

Sentenció con acierto el científico, escritor y filósofo cristiano, Blaise Pascal, que “el corazón posee razones que la razón ignora”.

3 Los argumentos ligados al logos

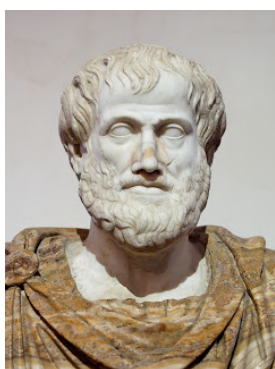
Se ciñen al tema y al mensaje mismo del discurso, entrándose aquí en el dominio propiamente de la Dialéctica. Se utilizan los argumentos lógicos apoyados con **evidencias sólidas**, apelando a la razón y a la inteligencia de la audiencia.

Encuentra el equilibrio entre la exposición analítica y emocional

Stephen R. Covey define estos tres argumentos de forma muy clara en *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*:

“Ethos es la credibilidad personal, la fe que la gente tiene en nuestra integridad y competencia. Es la confianza que inspiramos, nuestra cuenta bancaria emocional. Pathos es el lado empático, el sentimiento. Significa que uno está alineado con el impulso emocional de la comunicación de otra persona. Logos es la lógica, la parte razonada de la exposición.”

Para mantener su credibilidad ante la audiencia (*ethos*) es importante que un ponente alcance un equilibrio entre sus argumentos lógicos (*logos*) y emocionales (*pathos*). Es necesario exponer hechos en una presentación acompañados de un atractivo emocional. En nuestras presentaciones **solemos** cometer el error de basar toda nuestra argumentación persuasiva en los datos y hechos (*logos*) descuidando los otros dos, especialmente la apelación emocional (*pathos*). Olvidamos que la emoción mueve a la acción más que la razón.



ARISTÓTELES

Aristóteles, filósofo, lógico y científico de la Antigua Grecia cuyas ideas han ejercido una enorme influencia sobre la historia intelectual de Occidente por más de dos milenios.

Aristóteles escribió cerca de 200 tratados (de los cuales solo nos han llegado 31) sobre una enorme variedad de temas, entre ellos: lógica, metafísica, filosofía de la ciencia, ética, filosofía política, estética, retórica, física, astronomía y biología. Logro transformar muchas, de las áreas del

conocimiento que abordó. Es reconocido como el padre fundador de la lógica y de la biología, pues es en sus trabajos, donde se encuentran las primeras investigaciones sistemáticas al respecto.

Entre muchas otras contribuciones, Aristóteles formuló la teoría de la generación espontánea, el principio de no contradicción, las nociones de categoría, sustancia, acto, potencia y primer motor inmóvil. Algunas de sus ideas, que fueron novedosas para la filosofía de su tiempo, hoy forman parte del sentido común de muchas personas.

Fue discípulo de Platón y de otros pensadores (como Eudoxo) durante los veinte años que estuvo en la Academia de Atenas. Fue maestro de Alejandro Magno en el Reino de Macedonia. En la última etapa de su vida fundó el Liceo en Atenas, donde enseñó hasta un año antes de su muerte.

Fuente: <http://tymdecomunicacion.blogspot.com/p/modelo-aristotelico-de-la-comunicacion.html>