

La construcción del ethos en la oratoria de José Martí *The construction of ethos in José Martí's oratory*

Lic. Liannet Cheong-Sarmiento, <https://orcid.org/0000-0003-0512-526X>

liannetcheong@gmail.com

Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, Cuba

Resumen

Esta investigación responde a la necesidad de profundizar en los modos empleados por José Martí para convencer de una manera intensa a su auditorio. A partir del criterio de que en la enunciación se construyen imágenes discursivas, se procura determinar la forma y la función de los signos idiomáticos que construyen el ethos del sujeto enunciador en la dimensión ética. Para ello se ha elaborado una metodología con un enfoque pragmático, que concilia cuestiones esenciales del análisis del discurso, la semántica y la teoría de la enunciación. Los resultados descubren cómo el orador se apoya en las propiedades semántico- pragmáticas de las estructuras identificadas como recurso para la persuasión.

Palabras clave: ethos, enunciación, enunciado, sujeto enunciador, dimensión ética.

Abstract

This research responds to the need to delve into the ways used by José Martí to convince his audience powerfully. Based on the criterion that in enunciation, discursive images are constructed, attempts are made to determine the form and function of the idiomatic signs that construct the ethos of the enunciating subject in the ethical dimension. To this end, a methodology has been developed with a pragmatic approach, which reconciles essential issues of discourse analysis, semantics and enunciation theory. The results reveal how the speaker relies on the semantic-pragmatic properties of the structures identified as a resource for persuasion.

Keywords: ethos, enunciation, sentence, subject enunciator, ethical dimension.

Introducción

La oratoria de José Martí constituye una de las zonas más necesitadas de estudios dentro del conjunto de su obra, lo que continúa sorprendiéndonos, pues, como es sabido, se

trata de uno de los más grandes oradores que ha dado nuestra lengua. Sus peroraciones las concibió como forma esencial de comunicación artística y social. Y, además, constituyeron su principal arma en la preparación de la guerra para la liberación de Cuba. En la actualidad se conservan muy pocos de sus discursos de manera íntegra; pero sabemos que pronunció cientos de ellos y que constituyeron un instrumento de sumo valor para la difusión de su pensamiento.

En este sentido, es válido aclarar que desde el propio siglo XIX fue advertido el valor de su desempeño en la tribuna, pero solo a principios del siglo XX comenzaron a aparecer textos que exploraran con mayor detenimiento algunos de sus perfiles. A partir de entonces se han realizado diversos acercamientos desde múltiples aristas. Sin embargo, en la mayor parte de ellos la oratoria martiana no ha constituido el centro del análisis (Pérez, 2018). Los estudios se han fraguado con frecuencia desde aspectos bastante generales: las proyecciones temático- ideológicas, la significación histórico- política. Pocos se han adentrado en cuestiones tan específicas como la estructura discursiva o la composición estilística (Álvarez, 1995).

Una de las cuestiones que ha despertado nuestro interés es el hecho bien conocido de que el público asistente a los discursos martianos se caracterizó por su gran heterogeneidad. Martí fue capaz de reunir a los cubanos de la emigración, tanto a los acomodados de Nueva York, como a tabaqueros, obreros, médicos, abogados. Sus discursos también fueron pronunciados en Tampa, Cayo Hueso, Filadelfia. El apóstol consiguió el aporte económico incluso de españoles y norteamericanos dueños de fábricas de tabaco. No en pocas ocasiones se expresó en español y seguidamente en inglés. Todo ello nos ha llevado a indagar acerca de los mecanismos lingüísticos que sustentan la eficacia de su labor persuasiva frente a tan diversa concurrencia. Aun cuando reconocemos que un componente nuclear se encontraría en el entramado de los argumentos (el *logos*), nuestra investigación sostiene que existe un factor no tenido en cuenta y que pudo ser tan decisivo como este (o incluso más¹): la construcción del *ethos*.

Aristóteles nos legó las nociones de *ethos*, *pathos* y *logos*. Según Meyer (1999, como se citó en Puig, 2008), le debemos al estagirita una retórica agitada entre la argumentación y la estilística, un *logos* apto para el razonamiento lógico y para la movilización de las

¹ En la tradición retórica el *ethos* se consideraba muy eficaz, incluso, a veces, más que el *logos*.

pasiones. De ahí la importancia que tiene, para el discurso en su conjunto, evidenciar la manera como se relacionan estos tres aspectos. La fuerza persuasiva de un discurso depende de cómo se presenta la argumentación (logos), concebida tomando en cuenta al auditorio, de manera que incida en este (pathos), considerando la forma como el orador logra resaltar los rasgos pertinentes de su carácter (ethos). Así, al situarse desde el punto de vista del orador (locutor²), el objetivo primordial se centrará en la voluntad de agradar, persuadir, seducir, convencer, independientemente de llevarlo a cabo por medio de un bello discurso o de argumentos racionales.

En cuanto al ethos en particular, la prueba consistía en lograr una buena impresión a partir de la forma en que el orador construía su discurso, al dar una imagen de sí capaz de convencer al auditorio y de ganar su confianza, según Aristóteles:

Persuadimos mediante el carácter [= ethos] cuando el discurso es de tal naturaleza que hace al orador digno de fe; porque la gente honrada nos inspira una mayor confianza y más expedita sobre todas las cuestiones en general, y da plena confianza sobre aquellas cuestiones que no se tienen por ciertas y dejan lugar a dudas. Pero es necesario que esta confianza sea un efecto del discurso, no de las percepciones sobre el carácter del orador. (como se citó en Maingueneau, 2010, p.205)

En efecto, el destinatario atribuye a un hablante inscrito en el mundo aquellos rasgos que son en realidad producidos en el discurso, ya que están asociados a una manera de decir. El ethos en la concepción aristotélica es una noción discursiva que se construye a través del discurso (y no de una imagen del hablante exterior a la palabra). No obstante, Pereira (2017) considera que ya en la época aristotélica se creía la reputación del orador como un factor importante para la persuasión. El análisis del discurso retoma la distinción entre reputación y construcción discursiva de la confianza.

Gorla (2014) — quien sigue a Austin (1962) — se refiere a los aspectos interactivos del discurso como acto performativo, entre los que reconoce factores como el prestigio y la autoridad del orador, sus intenciones, conocimientos y opiniones, y la adecuación performativa al contexto. El prestigio es, pues, un elemento fundamental que caracteriza al buen orador y es el factor que otorga autoridad a las palabras. Si las palabras carecen

² La presente investigación se apoya en el criterio de Fuentes (2004), quien establece una diferencia básica entre el sujeto empírico (SE), quien produce la parte formal del discurso, lo construye; el locutor (L), quien lo emite, generalmente coinciden; el enunciador, el que aserta o asume la responsabilidad de lo dicho.

de prestigio y autoridad no sirven, en principio, para pedir adhesión. Por ello Gorla considera que el prestigio del orador es la marca que sella un discurso en su totalidad y cada una de sus partes, es decir, su sentido —coherencia y referencia— y la cognición de sus tópicos — la consiguiente mayor o menor adhesión a ellos por parte del auditorio.

Desde esta perspectiva se entiende que el prestigio del orador se proyecta en el imaginario del auditorio antes de que se concrete el discurso. Tal idea la encontramos también desarrollada por lingüistas como Amossy (1999), quien habla de una “imagen previa”. El *ethos* previo se elabora tanto sobre la base del papel que cumple el orador en el espacio social, como de la representación colectiva del estereotipo que circula sobre su persona. Luego, el orador construye su imagen considerando ese dato, transformando o confirmando la representación de sí mismo que supone en su auditorio.

Al igual que Amossy (1999), Maingueneau (2017) asume la existencia de un *ethos* relacionado con el prestigio del orador (*ethos prediscursivo*). En cuanto al *ethos* que se construye en el discurso —y que asumimos en nuestro estudio— Ducrot (1984), que es quien recupera este término para las ciencias del lenguaje, y que no se aleja de la concepción aristotélica³, asevera:

No se trata de las afirmaciones elogiosas que el orador pueda hacer sobre su propia persona en el contenido de su discurso, afirmaciones que por el contrario corren el riesgo de chocar al oyente, sino de la apariencia que le confieren sobre su modo de hablar, la entonación, calurosa o severa, la selección de las palabras, de los argumentos... En mi terminología, diré que el *ethos* está ligado al L, el hablante en tanto tal: en tanto que es él el origen de la enunciación que se ve dotada de ciertos caracteres y que, como una consecuencia, vuelven esta enunciación ya sea aceptable o reprochable. (como se citó en Maingueneau, 2010, p. 206)

Se trata, en fin, de un comportamiento socialmente evaluado que no puede ser aprehendido al margen de una situación de comunicación precisa e integrada a determinada coyuntura socio-histórica (Maingueneau, 2010). Por otra parte, dentro de la tipología de los *ethé*, Aristóteles había distinguido la *phrónesis* (tener una apariencia de ponderación), la *eúnoia* (ofrecer una apariencia agradable de sí mismo) y la *areté* (presentarse como un hombre simple y sincero). Sobre esta base, en la actualidad, el

³ Amossy (1999) describe la confrontación producida a lo largo de la historia de la retórica entre la concepción aristotélica del *ethos* (la imagen de sí mismo construida en el discurso), y la visión de los romanos sobre la existencia de un dato preexistente que se apoya en la autoridad individual e institucional del orador (la reputación de la familia, su status social, lo que se sabe de su modo de vida, etc.).

modelo de dinámica social enunciativa (Martínez, 2007) que hemos seguido en los últimos años, postula la identidad tridimensional del sujeto discursivo.

Según Martínez (2007), la identidad del sujeto discursivo es tridimensional en el sentido de que un locutor busca generar confianza en el otro y, por tanto, a través de su discurso se muestra o busca parecer sincero, sensato y solidario. Para el primer caso mostrará el ethos, la dimensión ética del sujeto discursivo; para el segundo caso esbozará la ratio, la dimensión cognoscitiva del sujeto discursivo; en el tercer caso mostrará el pathos, la dimensión emotiva del sujeto discursivo. Se trata de tres dimensiones enunciativas y discursivas que muestran las dimensiones que componen la construcción integral del sujeto.

Tordesillas (1998), discípula de Ducrot, manifiesta que, de alguna manera, el discurso se construye a partir de lo que el locutor quiere que el decir del discurso que profiere, diga, explícita o implícitamente, y de los elementos que la lengua le ofrece para ello. Creemos que en esa construcción emerge la figura del sujeto enunciator, explicitada en la superficie. O sea, en dependencia de la intención comunicativa, del género discursivo que se convoque, de la situación de enunciación, de las características de los interlocutores, el sujeto enunciator erigirá una imagen de sí (el ethos) en una de las tres dimensiones (o en más de una) esbozadas por Martínez (2007): la ética, la emotiva, la cognoscitiva. La construcción de esta imagen no aportará contenido significativo al tema central del discurso (su función será metacomunicativa, autorreferencial); pero resultará esencial desde el punto de vista de los fines de la comunicación en sí misma. En este trabajo nos constreñiremos a determinar la forma y la función de los signos idiomáticos que construyen el ethos del sujeto enunciator en la dimensión ética⁴. Consideramos que este tipo de acercamiento también puede constituir un aporte a determinadas necesidades teórico- prácticas de la comunicación política en el contexto actual.

Metodología

Es necesario destacar como un importante antecedente el estudio *Estrofa, imagen, fundación: la oratoria de José Martí* (Álvarez, 1995), el cual (entre otras cuestiones)

⁴ En el momento en que se redacta este artículo, se encuentra aprobada la publicación en la revista *Islas* de un texto en el que analizamos la dimensión emotiva del sujeto discursivo en los discursos martianos.

demuestra cómo las piezas oratorias del apóstol responden a una estructura clásica: exordio, narración, argumentación y peroración, que también tuvimos en cuenta en nuestro análisis. La muestra que seleccionamos coincide con la de este estudio: los veintiún discursos martianos conservados íntegramente en el momento en que inició la investigación. Del resto de las piezas oratorias solo se conservaban fragmentos, pues un importante número no fue transcrito.

De los veintiún discursos, diecinueve fueron pronunciados en el exilio, lo que evidencia la ardua labor en el exterior con los emigrados. Además, seis (el 28, 5 %) están dirigidos a personalidades: al poeta Alfredo Torroella, al periodista Adolfo Márquez Sterling, al poeta José María Heredia, al violinista Nicolás Ruiz de Espadero, a Simón Bolívar y a Fermín Valdés Domínguez. De manera general, estos discursos son relatos biográficos con la intención de homenajear o rendir tributo, de enaltecer y de exponer el valor humano de cada personalidad.

En un segundo grupo de discursos (que representa el 19%) se encuentran los que dedica a América, dentro de ellos están: *Madre América* y aquellos pronunciados en honor de Centroamérica, México y Venezuela. El tema histórico y su importancia para la fundación y defensa de la nacionalidad, de la idiosincrasia, de lo autóctono americano, es la temática general. En cuanto al resto, el mayor número (52,3 %), está dedicado íntegramente al tema político, ya sea por un acontecimiento, una fecha, o con el propósito de aunar las fuerzas de la emigración para la causa cubana. El tema político prevalece en Martí porque esa era su finalidad esencial: su labor estuvo dirigida a la organización de la guerra de liberación nacional que se gestaba en Cuba.

Como se evidencia en el apartado anterior, la teoría lingüística de base que sirvió de soporte epistemológico a esta indagación fue la teoría de la enunciación, de la cual forma parte la teoría del ethos (que acabamos de describir)⁵. Otros conceptos que resultaron puntuales para el análisis fueron los de *sujeto enunciadador*, *locutor*, *sujeto empírico*, *enunciado*, los que viabilizaron la interpretación de los contenidos. Como método científico nos apoyamos en el análisis del discurso, no solo desde la teoría de la enunciación, sino también desde los presupuestos de Teun van Dijk (1980, 1978). El

⁵ La teoría del ethos ha sido tratada, además, por las perspectivas interaccionales, la teoría retórica contemporánea, las teorías de la argumentación, la narratología, los *Cultural Studies*, etc. Para una profundización recomendamos los textos de Amossy (1999), Bermúdez (2007) y Becherini (2021).

análisis de las piezas oratorias se realizó a partir de la conformación del campo semántico perteneciente a la dimensión ética, en el que se identificó las microestructuras textuales que constituyeron el corpus. Se trabajó, para la interpretación de los datos, con las macroestructuras semánticas y con las superestructuras, ambas categorías fueron esenciales para alcanzar el mayor grado de fiabilidad en la elucidación⁶, la cual también se realizó desde una perspectiva pragmática (Escandell, 2008).

A continuación, se relacionan las tareas de la investigación:

- Contextualización de los discursos objeto de análisis.
- Conformación del campo semántico de la dimensión ética.
- Integración de las microestructuras semánticas en estructuras mayores (enunciados).
- Selección de aquellos enunciados en los que se cumple la relación (E) =(R): el sujeto enunciador coincide con el referente del enunciado.
- Identificación de enunciados con sentido trasladado relacionados con el propio sujeto enunciador, en cuyo caso también ingresan el corpus.
- Una vez establecido el corpus, determinación de regularidades de uso a través de una generalización.
- Análisis semántico y gramatical de las estructuras empleadas por Martí para determinar si predomina la prohibición o la obligación en la manifestación de la eticidad.

Esta investigación es de tipo descriptiva y se basa en el paradigma cuantitativo (Álvarez, 2010). El análisis de los campos semánticos se realizó desde una perspectiva onomasiológica. Es preciso significar que trabajamos con textos expositivo-argumentativos, por tanto, se trata de textos de carácter persuasivo, de una vital importancia en el desarrollo de las relaciones sociales de la época en que vivió Martí y para la ardua tarea que acometió. El empleo de estrategias persuasivas al emitir un

⁶ Para la elaboración de esta metodología nos basamos en el estudio realizado por Sánchez (2014), quien analiza las microestructuras semánticas que expresan la valoración positiva hacia José Martí en los discursos del Juan Marinello.

discurso, permite que la interacción entre el locutor y el alocutario adquiriera mejor fluidez, así como alcanzar del último los objetivos inicialmente propuestos.

Resultados y discusión

Martí tenía la concepción de que el verdadero orador era el que respondía a la sociedad. Consideraba su *eticidad* como el valor decisivo y lo que determinaba centralmente la eficacia del discurso, pues de la cualidad ética también dependía que el hablante pudiera proyectarse a sí mismo, que existiera identidad y coherencia entre lo expresado y aquello que pensaba y sentía. El sujeto enunciador en los textos analizados construye su ethos en la dimensión ética como una expresión moral de su propio concepto de justicia y equidad. O sea, se trata de la justicia natural hacia la que deben propender los pueblos americanos, quienes deben salvar y resguardar la dignidad de todos los hombres, incluyendo a los más desfavorecidos, explotados o discriminados.

El análisis del ethos en la dimensión ética reveló que esta se manifiesta en todos los discursos y en cada una de sus partes, aunque su uso resulta prolífico sobre todo en la argumentación, núcleo de la pieza oratoria, donde se despliegan las mayores estrategias para el convencimiento; también son recurrentes en el exordio, momento en el que se intenta ocasionar la simpatía del público hacia el tema y hacia el propio orador. Las microestructuras de la dimensión ética se inscriben en el exordio en enunciados de una fuerte carga emotiva, lo cual responde a una cuestión de orden pragmático: el fin de la oratoria es el convencimiento del público y su conducción hacia una toma de posición, de ahí que lo emotivo en ocasiones se manifieste a través de la construcción de un sujeto enunciador que se expresa movido por un deber mayor, por el cumplimiento de una obligación moral.

Así, encontramos diversas maneras de construcción de la imagen del sujeto enunciador, reveladoras de la proyección del orador en este ámbito para persuadir y convencer al auditorio presente:

- A. Sintagmas nominales que designan una cualidad, exigencia o principio moralmente buenos.

Este es el uso más frecuente. Las cualidades referidas por el sujeto enunciador para construir su ethos en la dimensión ética son: *virtud, justicia, equidad, honradez, decoro, dignidad, lealtad, desinterés, humildad*. Estas estructuras suelen ubicarse en más de un

subcampo nocional. Ello se debe a que en ocasiones estos conceptos se encuentran estrechamente imbricados. Por ejemplo, el diccionario *Larousse* recoge la primera acepción de *justicia* como: *Virtud que consiste en actuar de manera justa, dando a cada persona lo que le pertenece o corresponde*. De ahí que las estructuras que responden a la *justicia* también pertenezcan a la *virtud* o, en gran medida, a las nociones de *equidad* y *honradez*. Observemos un ejemplo de tal comportamiento:

(43et) *Tribunal* somos nosotros aquí más que *tribuna*: tribunal que no ha de olvidar que cumple al juez dar *el ejemplo de la virtud* cuya falta censura en los demás, y que los que fungen de jueces habrán en su día de ser juzgados. (Ex-VI)⁷

La cercanía léxico- semántica entre los vocablos *tribunal* (órgano pluripersonal del estado encargado de administrar la justicia) y *tribuna* (plataforma elevada donde se coloca un orador para hablar a un público), permite al orador expresar una actitud consecuente con el rigor y la tenacidad que exigen los tiempos. En este discurso en que se procura evitar el estallido de una guerra desordenada, aun cuando los males se agudizan en Cuba, el sujeto enunciador subordina el papel del disertante al del juez, cuya palabra deberá ser “cimiento a la vez que trinchera”. Y, tal como expresa al final del propio exordio: la emigración ya se encuentra cansada de la lengua y comienza a ensayar el músculo. En (43et) *justicia* y *virtud* se manifiestan de manera explícita, aunque también es posible reconocer la *equidad* subyacente (*los que fungen de jueces habrán en su día de ser juzgados*) y la *honradez* (*cumple al juez dar el ejemplo de la virtud cuya falta censura en los demás*).

Además de estas cualidades, los sintagmas nominales pueden aludir a una exigencia (*deber, juramento, sacrificio, disciplina, compromiso, determinación, respeto, constancia*) o principio (*verdad, derecho*) de carácter ético.

- a) Construcciones verbales que implican deber moral (*deber ser/ deber hacer*) o que remiten al cumplimiento de una obligación a través de la renuncia o la entrega:

Los discursos martianos resultan prolíficos en el primero de estos casos. La estructura más frecuente es la construcción *haber + preposición+ infinitivo*. Se trata de una

⁷ Las estructuras que conforman el corpus están precedidas del número que ocupan en este y les sucede la parte del discurso en la que se ubican: exordio (Ex), narración (N), argumentación (A), peroración (P), así como el discurso del que se extrajo, indicado en número romano.

perífrasis obligativa mediante la que el sujeto enunciador expresa una exigencia respecto de “algo”; como cuando, en el discurso pronunciado para los delegados a la Primera Conferencia Panamericana, el orador no puede contener su emoción a pesar de la discreción necesaria:

(61et) Indócil y mal enfrenada *ha de brotar* la palabra (Ex -VIII)

Por otra parte, el uso del sujeto genérico *se* resulta sumamente frecuente en los discursos martianos: *se ha de (querer, temer, poner, cortejar, tomar, buscar, abrumar, ser, sacrificar, hacer, mantener, etc.); se hace (preciso)*, etc. Según Haverkate (1994: 131), este pronombre al que llama “pseudorreflexivo”, puede utilizarse para un fin atenuador. *Se* puede emplearse para silenciar la identidad de los participantes en la interacción verbal asertiva. Esta estrategia deíctica de “desfocalización”, no es más que la táctica de distanciamiento manejada por el hablante para reducir o minimizar su propio papel o el del oyente en lo descrito. Pero ¿por qué querría Martí desdibujar los límites de la zona deíctica del hablante? Veamos el siguiente ejemplo:

(127et) ¡Y si *se ha de sacrificar* el desamor honroso de la ostentación pública, *se le sacrifica*, que la vida vale más y *se le sacrifica* también! ¡Póngase el hombre de alfombra de su pueblo! (N-XVII)

En el ejemplo anterior Martí llama a su auditorio al sacrificio del bienestar por el bien de la patria, el cual continúa sin ser el mayor de los sacrificios. Algunos enunciados antes el orador ha dicho: “¡*solo el cobarde se prefiere a su pueblo; y el que lo ama, se le somete!*”. Luego, culmina el párrafo con una imagen de gran vigor: el hombre como alfombra (al servicio) de su pueblo. Con el uso del *se* genérico el orador instaura un sujeto enunciador que se expresa en nombre de todos los presentes. Es como si asumiera que el contenido de las proposiciones no es resultado de su creencia particular, sino de la de todos. Obsérvese que el sacrificio de la vida es la mayor entrega que puede realizar un ser humano. Pero el orador no llama a este, sino que asume que su auditorio tiene una actitud de entrega en relación con él (uso del tiempo presente). No hay distanciamiento entonces en el uso del *se* genérico en los discursos martianos, sino la proyección irrefutable del ethos a través de un sujeto enunciador que asume la voz del público concurrente.

Otras perífrasis descritas por la literatura con un valor de obligatoriedad y que son usadas en los discursos son: (*deber + infinitivo*) y (*tener + que + infinitivo*). En menor

medida también se presenta el uso de la perífrasis factitiva *mandar + [a]+ infinitivo*. La exigencia moral se expresa a través del uso de formas verbales como *imponer* y *obligar*. Otras formas verbales remiten al cumplimiento de una obligación moral a través de la renuncia o la entrega. Se identificó en los discursos martianos: *sacrificar, resistir, servir, pelear (hasta morir), amparar, someterse*, así como la estructura *poner (algo) por sobre todas las cosas*.

- a) Uso de la negación para atacar actitudes o conductas (como el sometimiento, la sumisión, la hipocresía, el egoísmo, la injusticia, la deshonra, la intolerancia, la soberbia, el recelo, el chisme, la envidia, la lisonja, el odio) que menoscaban los valores positivos:

A través de la negación el orador se pronuncia en contra de valores negativos ajenos a su actitud ética. En una misma estructura prolifera el uso del adverbio de negación, con lo cual también se intensifica el contenido enunciado. Este comportamiento resulta regular en los discursos martianos, en los que se presentan párrafos de una considerable extensión, abundantes en enunciaciones negativas. Aunque la negación también se destina a subrayar la falta de una creencia, en la construcción del ethos no se identificaron verbos de opinión como *creer*, que atenuaran la fuerza ilocutiva, sino que, cuando se trata de una actitud comprometida con el deber (*ser/ hacer*), la justicia, la disciplina y la bondad, en no pocas ocasiones las estructuras se inician con el propio adverbio de negación:

(78et) *No* venimos aquí como gusanos, a empinarnos sobre el sauce heroico (Ex XIII)

Ello no significa que se trate de enunciados impositivos, otros adverbios de negación transmiten mayor fuerza y énfasis que el adverbio *no*. Por otra parte, se prefiere el uso de la primera persona del plural. Al final del párrafo en el que se inserta la estructura (78et), el orador crea una imagen literaria en la que se alude a que tanto él como su auditorio no solo pertenecen a la misma fila, sino que la lucha ha sido continuada y los ha implicado a todos por igual, de donde se infiere que comparten también una manera de pensar: *¡A caballo venimos este año, lo mismo que el pasado, solo que esta caballería anda por donde se vence, y por donde no la oye andar el enemigo!*

Algunas formas verbales simples también son negadas por el adverbio *no* para reafirmar una postura ética de rechazo:

No +

Consentir, quejarse, bajar (la cabeza), abrir (el puño), volver (el puño contra los hermanos), responder (con ira), halar (de la barba al que sirve a sus ideas), erigir (una dictadura), juzgar, desplegar (una bandera que no ampare a todos). lisoniear. dormir.

Las actitudes, conductas y cualidades negativas se encuentran, por lo general, delimitadas en enunciados negativos. En muy pocas ocasiones se observa un comportamiento distinto. No obstante, estas raras excepciones forman parte también de los subcampos nocionales. De ahí que se pueda encontrar, por ejemplo, en el de la equidad, sintagmas nominales como *el bien y la prosperidad de todos los cubanos, la paz equitativa, el pleno respeto al ejercicio legítimo de toda el alma cubana*, a la vez que sintagmas nominales como *la condenación de los demás*, en que solo el contexto lingüístico (cotexto) permite identificarlo dentro de este subcampo nocional.

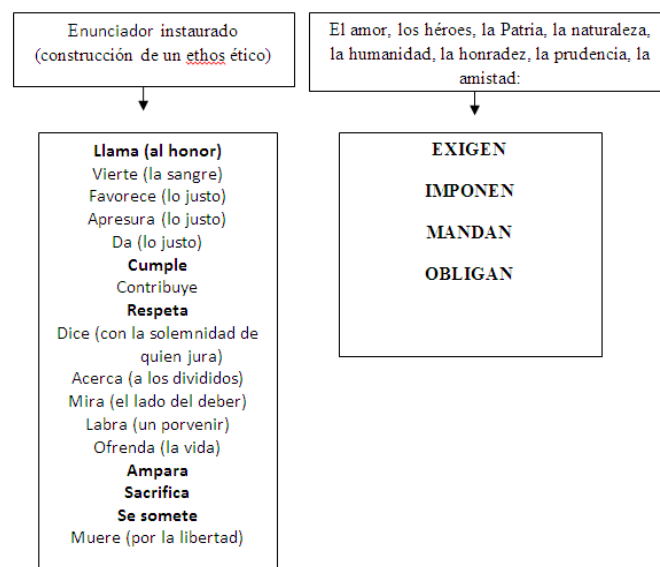
Luego de identificadas las maneras en las que el sujeto enunciador construye su ethos en esta dimensión, es preciso realizar el análisis semántico y gramatical que permita determinar si predomina la enunciación de lo obligatorio o de lo prohibido en los discursos martianos. Este estudio no podría realizarse sin antes considerar que, a nuestro juicio, Martí no prohíbe en el sentido estricto de “imponer”, así como tampoco obliga en el sentido de “ejercer una fuerza” sobre otro. Recuérdese la carta que en enero de 1895 dirigiera a Juan Gualberto Gómez: *Ese es mi primer pensamiento. Ayudar, sí. Oprimir, o encabezar a la fuerza, no.*

No es posible, por tanto, hablar en Martí de absolutismo o de capricho, pues carecería de propiedad la extensa labor persuasiva desplegada a través de los centenares de discursos que pronunció. Los enunciados en esta dimensión tienden hacia “lo prohibido” solo si tal prohibición se comprende en el sentido de negación, rechazo, oposición. Asimismo, los enunciados expresan “obligatoriedad” cuando esta se manifiesta como: exhortación, deber, compromiso.

Realizada la aclaración, se puede concluir que en los discursos martianos resulta más importante la explicitación de una exigencia, un deber, un compromiso, que cualquier tipo de rechazo o negativa. O sea, el orador prefiere exigir antes que prohibir. Para la expresión de la obligatoriedad se usan sustantivos que se relacionan con el cumplimiento de lo normado, tales como: *ley, juramento, honradez, deber, verdad, justicia, derecho, honra*; adjetivos relacionados con el rigor que implica tal

cumplimiento: *severo, necesario, inquebrantable, verdadero*; pero el recurso más empleado para manifestar obligatoriedad es el uso de las construcciones verbales que remiten a un deber (ser/ hacer), a una exigencia.

Solo un análisis de las formas verbales simples revela la actitud ética y conciliadora del sujeto enunciador:



Ello confirma nuestra hipótesis de que en Martí el sentido de “lo obligatorio” no es autoritario, al menos no en lo que de él depende. Algunas formas verbales parecen no expresar obligatoriedad, como *amparar*, sin embargo el contexto permite identificar un sujeto enunciador aprehendido a una postura ética:

(115et) ¡A estos españoles los atacarán otros: yo los *ampararé* toda mi vida! (A-XIV)

No se reconoce el uso del modo imperativo (el cual resulta impropio cuando se trata de textos argumentativos). Sí se identificaron algunos usos del modo subjuntivo con un claro valor exhortativo, como en: *seamos claros, dése lo justo*, o en la estructura (127et), ya analizada. El estudio realizado demuestra la factibilidad de este tipo de acercamiento a la oratoria⁸.

⁸ La noción de ethos suele aplicarse con mayor frecuencia en el análisis de los medios audiovisuales, la publicidad, la propaganda.

Conclusiones

La indagación científica realizada permite concluir que en la oratoria martiana se utilizan numerosas estructuras para construir el ethos del sujeto enunciador en las dimensiones ética y lingüística. Estas estructuras son de variada naturaleza semántico- funcional, y abarcan desde distintas clases de palabras (sustantivos, adjetivos, verbos y adverbios) hasta construcciones de mayor complejidad estructural interna (sintagmas nominales, estructuras lingüísticas con sentido implícito). De manera general, el orador prefiere llamar a su auditorio a cumplir con lo que constituye un deber (ser/ hacer), una exigencia, que emplear enunciados prohibitivos. Tal selección se basa en la finalidad persuasiva de toda pieza oratoria, así como en su propósito perlocutivo. Al mostrar una postura ética, el sujeto enunciador crea un recurso que le permitirá que se cumplan satisfactoriamente tanto su intención comunicativa como su finalidad discursiva.

La noción de ethos, concebida con apego a la retórica y con base en una teoría enunciativa, restringe su alcance y nos permite contar con una categoría bastante estable y útil para dar cuenta del objeto que nos ocupa. En el caso específico de Martí, nos permitió enfocarnos en la relevancia de estructuras lingüísticas que, en la mayor parte de los casos, no aportan un contenido significativo al entramado de los argumentos; pero que (al construir el ethos del sujeto discursivo) resultan esenciales para otorgar fuerza persuasiva al conjunto de los argumentos esgrimidos.

Referencias bibliográficas

1. Álvarez, L. E. (1995). *Estrofa, imagen, fundación: la oratoria de José Martí*. Ciudad de La Habana: Casa de las Américas.
2. Álvarez, L. E. y G. Barreto (2010). *El arte de investigar el arte*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.
3. Amossy, R. (Dir.) (1999). *Images de soi dans le discours*. Lausanne-Paris: Delachaux et Niestlé.
4. Becherini, A. (diciembre 2021). Ethos en flyers de gremios estatales. Un análisis argumentativo. *Question/ Cuestión*, 3 (70). <https://doi.org/10.24215/16696581e650>

5. Bermúdez, N. (diciembre 2007). La noción de ethos: historia y operatividad analítica. *Tonos Digital. Revista de Estudios Filológicos*, (14). <http://www.tonosdigital.es/ois/index.php/tonos/article/view/141>
6. Dijk, T. A. van (1978). *La ciencia del texto*. Barcelona: Editorial Paidós.
7. Dijk, T. A. van (1980). *Estructura y funciones del discurso*. México: Siglo XXI editores.
8. Van Dijk, T. A. (1980). *Texto y contexto*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A.
9. Escandell, M. V. (2008). *Introducción a la Pragmática*. (Segunda Edición) Barcelona: Ed. Ariel.
10. Fuentes, C. (2004). Enunciación, aserción y modalidad, tres clásicos. *Anuario de Estudios Filológicos*, (27), 121-145. <http://hdl.handle.net/11441/32544>
11. Gorla, P. L. (2014). *Patria o muerte, ¡venceremos! La retórica de Fidel Castro*. La Habana: Editorial UH.
12. Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal. Estudio pragmalingüístico*. Madrid: Gredos.
13. Maingueneau, D. (2017). Problemas de ethos. En Pereira, M. C. (Coord.), *Semiología. Cuadernillo 2. En torno al análisis de los discursos*, (95-96). Ciudad Universitaria. Universidad de Buenos aires.
14. Maingueneau, D. (abril 2010). El enunciador encarnado. La problemática del ethos. *Versión*, (24), 203-225.
15. Martínez, M. C. (2007). *La orientación social de la argumentación en el discurso: una propuesta integrativa*. Recuperado de <http://www.academia.edu/29469782>
16. Pereira, M. C. (2017). La perspectiva del análisis del discurso. En Pereira, M. C. (Coord.), *Semiología. Cuadernillo 2. En torno al análisis de los discursos*, (95-96). Ciudad Universitaria. Universidad de Buenos aires.
17. Pérez, M. (2018). Elogio a la palabra: Lira león, la oratoria de José Martí. *Anuario del Centro de Estudios Martianos*, (41), 381-384.

18. Puig, L. (septiembre- noviembre 2008). Del pathos clásico al efecto patémico en el análisis del discurso. *Acta Poética*, 29 (2), 393- 413.
19. Sánchez, A. (2014). *La valoración positiva hacia José Martí en el discurso de Juan Marinello: análisis de las estrategias discursivas*. [Tesis doctoral, Universidad de la Habana].