

# Logos, Pathos, Ethos<sup>(1)</sup>

En el momento en que un orador inicia su discurso, se pone en marcha un complejo proceso en el que intervienen multitud de factores. Conocerlos puede ayudar a tomar conciencia de los pasos que se deben dar para mejorar una intervención pública

*Logos, Pathos y Ethos* son tres palabras que representan las tres condiciones que, en la Retórica de Aristóteles, debe reunir un buen discurso. Utilizamos el término discurso en un sentido muy amplio, para abarcar la intervención de un político en la cámara, la lección de un profesor, la presentación de un proyecto a un grupo de profesionales, unas palabras en un acto de homenaje a una persona, la homilía de un sacerdote, etc.

Este trabajo es, en buena parte, fruto de la experiencia del primer autor con el curso Comunicación en la Empresa, que imparte en el primer año del Programa Master. La experiencia de haber escuchado centenares de presentaciones de los alumnos nos ha confirmado la vigencia de las recomendaciones de Aristóteles y nos ha hecho patente la relación existente entre estos tres elementos de la comunicación.

El *Ethos*, el *Logos* y el *Pathos* están entre sí estrechamente relacionados. La principal aportación de este trabajo es, precisamente, la descripción de este dinamismo, que el gráfico adjunto ayuda a comprender. Vamos a definir el contenido de estos tres términos y a mostrar sus interrelaciones.

## Logos

El *Logos* es la argumentación. Hay dos formas básicas de argumentación. La primera apela a principios tales como el valor de la libertad, el respeto a la vida humana, la igualdad entre los hombres, etc. La fuerza de convicción de esta forma de argumentación depende, en gran medida, de que los principios o valores en que se apoya sean compartidos por el auditorio.

La segunda forma de argumentación se apoya en las que Aristóteles llama "proposiciones probables", esto es, afirmaciones sobre relaciones causa-efecto que han sido suficientemente verificadas.



**José María Rodríguez Porras**

Profesor Ordinario, IESE, Departamento de Dirección de Personas en las Organizaciones.  
jmrodriguez@iese.edu

Sea cual sea la forma de argumentación que utilicemos, es importante que esté bien estructurada y que se utilice el lenguaje adecuado (1). La observación de muchas presentaciones nos ha revelado que cuando el que habla tiene las ideas claras y bien ordenadas (2), sus palabras y sus gestos brotan con fuerza y con espontaneidad. El lenguaje no verbal (LNV) acompaña a sus palabras (3). Cuando faltan estas condiciones, el discurso es errático y vacilante. Así pues, el *Logos* afecta al *Pathos*. Ahora bien, la emoción que despierta el discurso en el auditorio, a su vez, hace que el que habla se sienta más seguro y que, de este modo, su argumentación se refuerce (4). La respuesta positiva de los oyentes hace que el que habla se crezca y se exprese con más claridad y con más convicción. En una palabra, el *Logos* se potencia través de la respuesta afectiva de los oyentes.

## Pathos

El *Pathos* es la emoción que ponemos en el discurso a través del tono de voz y del lenguaje no verbal. Esta emoción despierta una respuesta similar en el auditorio. También, como acabamos de ver en el párrafo anterior, el *Logos* contribuye a activar el *Pathos*, pero el que habla ha de saber establecer una relación favorable con el auditorio (5). Para ello, un preámbulo (6) que atraiga su atención y un contacto visual (7) que lo ponga en sintonía son la clave del *Pathos*. A su vez, el *Pathos* despertado en el auditorio alimenta el *Pathos* del que pronuncia el discurso. Las más de las veces, la respuesta del auditorio es silenciosa, pero sus gestos manifiestan su reacción afectiva.

## Ethos

Tal como parece entenderlo Aristóteles, el *Ethos* es la honradez del orador y, a este respecto, hace la siguiente afirmación: «A los hombres buenos los creemos de un modo más pleno y con menos vaci-



**Mª Nuria Chinchilla**

Profesora Agregada, IESE, Departamento de Dirección de Personas en las Organizaciones.  
chinchilla@iese.edu



[www.ee-iese.com/88/afondo5.pdf](http://www.ee-iese.com/88/afondo5.pdf)

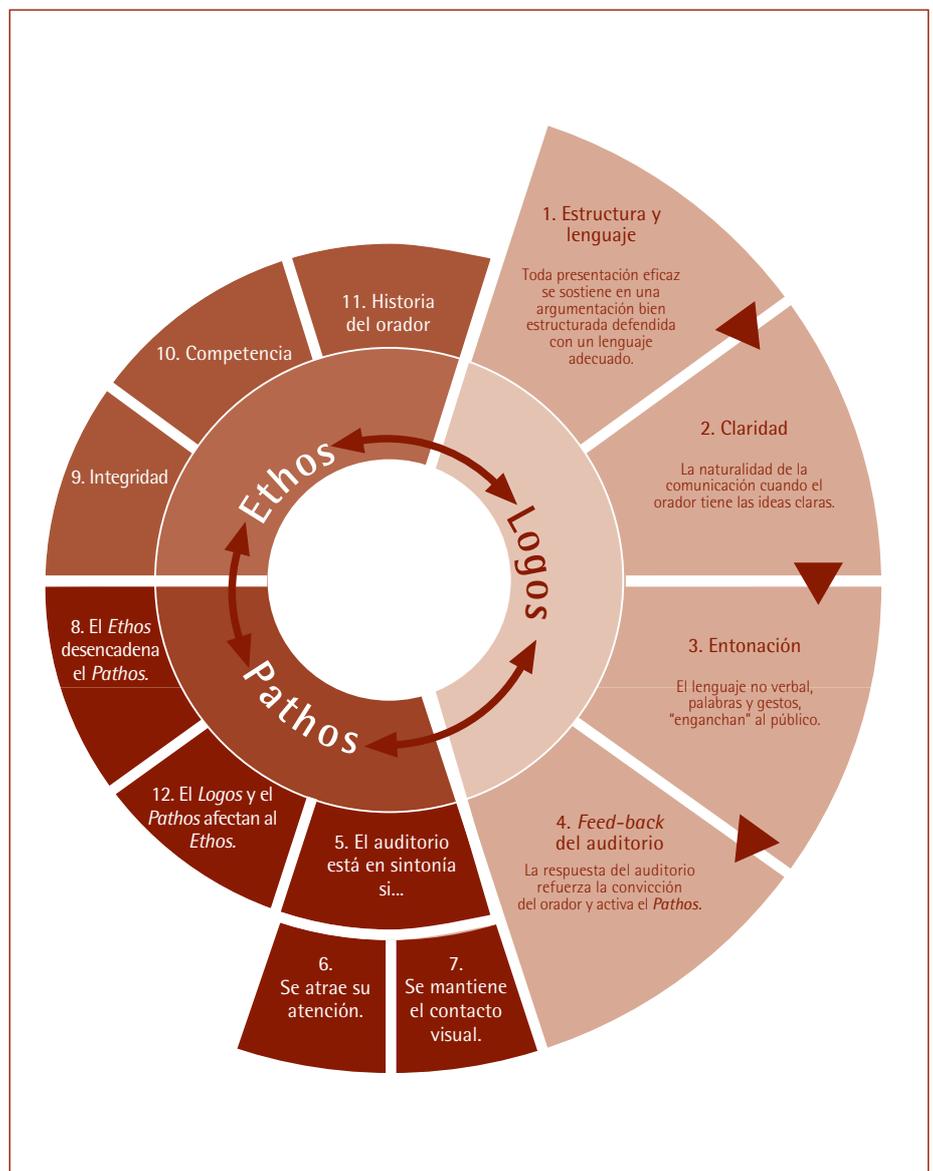


«A los hombres buenos los creemos de un modo más pleno y con menos vacilación (...). No es verdad, como suponen algunos escritores en sus tratados de retórica, que la bondad personal de quien habla no contribuye nada a su poder de persuasión; por el contrario, su carácter casi puede considerarse el medio más efectivo de persuasión que posee», señalaba Aristóteles

lación; 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. No es verdad, como suponen algunos escritores en sus tratados de retórica, que la bondad personal de quien habla no contribuye nada a su poder de persuasión; por el contrario, su carácter casi puede considerarse el medio más efectivo de persuasión que posee».

Así, el *Ethos* afecta al *Pathos* (8). En el gráfico hemos incorporado la honradez bajo el título de integridad (9). Ahora bien, el poder de convicción de la integridad depende, en cierto grado, de que el sujeto posea la competencia (10) correspondiente al contenido del mensaje. Por esta razón, la competencia figura como condicionante del *Ethos* en el gráfico. El historial del orador (11) también afecta al *Ethos*. De hecho, el *Ethos* percibido por el auditorio está sujeto a variaciones, dependiendo del *Logos* y del *Pathos* (12). En función de estos dos factores, el *Ethos* puede crecer o decrecer. Cuando el orador se expresa de un modo que revela una falta de integridad o de competencia, su credibilidad tiende a resentirse. La viceversa sucede cuando actúa a la altura de las circunstancias.

La exposición anterior ha puesto de manifiesto la interrelación existente entre los elementos que componen un discurso. Hemos visto la complejidad del proceso que se activa cuando hablamos en público. Esperamos no haber confundido al lector con un análisis tan detallado. Confiamos en que el conocimiento de este dinamismo ayude al lector a tomar conciencia de los pasos que debería dar cuando se ha de dirigir a un auditorio.



(1) Estas tres palabras, escritas en el alfabeto latino (th = z), son la trascripción de tres palabras griegas, cuyo significado es: *λογος* (palabra, idea), *παθος* (sentimiento, pasión) y *εθος* (costumbre, ética).