

Partiendo de los inicios y llegando a la actualidad, esta obra de Xavier Laborda, profesor de lingüística en la Universidad de Barcelona, ofrece una breve pero completa introducción al arte de la persuasión, útil para los universitarios estudiantes de Comunicación Audiovisual o Derecho, imprescindible para los que se dedican a la actividad de gobernar la polis e interesante para lectores cultos aficionados a los temas de comunicación.

El libro está organizado en seis capítulos precedidos de un prólogo y seguidos de las referencias bibliográficas. En una primera aproximación, ya destacan de ellos los títulos, que metafóricamente e incluso creando una alegoría, van dando cuenta del nacimiento, el desarrollo y el estado actual de la técnica y la teoría “de la lucidez persuasiva, que se aplica a los demás y a uno mismo” (p. 116).

El primer capítulo (pp. 15-31), bajo el título “*Sub Iudice*”, presenta el origen de la retórica, ligado a los pleitos sobre la propiedad dirimidos a partir del siglo V a. C. ante los tribunales de la Sicilia griega. La vinculación de la retórica a la actividad judicial le permite al autor presentar las características de este nuevo arte: breve palabra fingida que cultiva razones y astucias para hablarle al corazón y al cerebro. El sintagma anterior une los apartados en que se desglosa en capítulo I para explicar las características de la retórica antigua.

El título del capítulo II (pp. 33-47), “Tarea de esclavos y sofistas”, ya deja entrever que la retórica se asoció a la posibilidad de ser enseñada (tarea) a los niños conducidos a la escuela por los esclavos e instruidos en la dialéctica y la retórica por los sofistas. La enseñanza de la gramática y de la retórica se constituyen en el fundamento de la educación en Atenas, en Roma y en la Europa occidental hasta el siglo XIX. “Los alumnos comienzan a prepararse en el uso público de la palabra a partir de los catorce años” (p. 45). ¡Qué no daría un maestro o un profesor de hoy en día por poder convertir a sus alumnos en rétores principiantes!

El tercer capítulo (pp. 49-66), “Pescadores de perlas”, corresponde, en palabras del autor, “a los recursos literarios o de excelencia y a su utilidad persuasiva” (p. 13). Partiendo de la enunciación y comentario de las operaciones de pesca que se deben llevar a cabo al hablar a un auditorio: invención, disposición, elocución, memoria y acción, se reflexiona sobre la red del saber que conforma la retórica como una ciencia que intenta comprender los mecanismos y los efectos del mundo del lenguaje.

“Gloria y poder” es el título del capítulo IV (pp. 67-87), en el que, a través de diferentes situaciones, se incide sobre el hecho de que “el objetivo final de quien habla es conseguir el acuerdo mental entre los presentes sin tener, sin embargo, que dejar ni cambiar él mismo sus normas de interpretación”, dicho de otro modo, “la persuasión pretende atraer a los interlocutores hacia la posición del emisor, con la mínima concesión por parte de éste” (pp. 68-69). Una breve charla entre dos interlocutores, un corto diálogo entre un alumno y un profesor, y los magistrales parlamentos de Bruto y Antonio en la tragedia *Julio César* de Shakespeare son las situaciones de las que se sirve Laborda para explicar el instrumento de la persuasión con



las estrategias que pueden conducir a alcanzarla. Pero los ejemplos no son gratuitos, pues con ellos se pretende llegar a las formas públicas de comunicación persuasiva, canalizadas a través de los medios de comunicación social, especialmente al discurso político.

En el capítulo V (pp. 89-109), “Sujeto y objeto de deseo” es el título, el autor se centra en el sujeto que habla, en el sujeto que tiene la necesidad comunicativa de persuadir, de afectar al otro mediante el arma que constituye la palabra y para la que la retórica puede ser la piedra de afilar. Estos sentidos figurados contruidos por Laborda le conducen a ocuparse, asimismo, de la sinceridad y la cooperación comunicativa, de las variables de la persuasión (la forma del discurso, el sexo de la persona a quien se intenta convencer, el propio mensaje, etc.) y de la violencia sutil que la persuasión conlleva en la contienda que el individuo entabla con la propaganda de los medios de comunicación.

El libro acaba con un breve capítulo, el VI (pp. 111-116), titulado “Peroración”. En él, a modo de resumen de lo ya leído, se presentan, de manera condensada, las características del mensaje retórico fruto de la actividad persuasiva. Por otra parte, a partir de cuatro ejemplos de situaciones posibles se desgranar otras tantas modalidades de la comunicación persuasiva para referirse a la inserción de la retórica en la ética, pues cualquier discurso puede tener un sentido cooperativo o manipulador.

Las “Referencias bibliográficas” (p. 117) cierran una obra que, partiendo de una perspectiva historiográfica que aporta datos sobre el origen y el desarrollo inicial de la retórica, llega a una visión actual de la ciencia del *ars bene dicendi*, incardinada en el ser de las personas, pues la lengua es el instrumento de interrelación social por excelencia y, en consecuencia, el medio para persuadir al otro.

Inmaculada Penadés Martínez

Universidad de Alcalá

inmaculada.penades@uah.es