



## PRÓLOGO



Grupo de personas, sentadas en círculo y concentradas en su diálogo.

Cuando nos preguntamos qué es hablar, acuden a la mente diversas preguntas; algunas, de índole práctica; profundas las otras. Unas nos encaminan hacia la lucidez; otras sugieren la senda divergente del virtuosismo. Ahora bien, todas las preguntas tienen en común la voluntad de hacer frente a la corriente que impone el torrente de los hechos. Si nos interesa saber qué es hablar, qué implica persuadir a los demás, qué hay de colaboración y qué de violencia en la comunicación, se debe a que intentamos descubrir el contenido –en parte oculto– del ser humano. Se debe a que aspiramos a conocer y a poder decidir sobre nuestro comportamiento comunicativo.

Las luces y las sombras más marcadas del actual mundo la comunicación y de la persuasión son una proyección de la publicidad. Quizá por ello. pensar en el discurso implica referirse al fenómeno publicitario. La razón más honda es que los mensajes publicitarios atraviesan la sociedad de parte a parte. Su presencia y condición nos mueve a entrar en un debate histórico: el debate sobre las técnicas de persuasión y, lo

que merece mayor atención. sobre los mecanismos de producción social de interpretaciones de la realidad.

Aclaremos que el punto de ataque de la cuestión no se halla tanto en los recursos para influir en el entendimiento de los demás como en la condición cultural de la persuasión. Según afirma la filosofía contemporánea, pensamos desde el lenguaje como centro, puesto que éste es el crisol del conocimiento, eje en torno al cual giran los objetos. Así pues. si la realidad no es una conformidad de la mente con los objetos, sino el resultado de una actividad cognitiva y lingüística –que confiere sentido a los objetos-, la persuasión constituye, a su vez, la forma comunicativa decisiva para conformar los patrones de verdad.

Por persuasión entendemos el conjunto de procesos comunicativos de influencia interpersonal y social. Desde un punto de vista global –cultural, en suma-, la persuasión "no es algo que una persona ejerza sobre otra", señala Kathleen Reardon (1981:21), sino que es "un medio por el cual las personas colaboran unas con otras en la conformación de sus versiones de la realidad, privadas o compartidas". Esta línea teórica, que nos conduce a los principios del conocimiento compartido o social, no excluye una consecuencia necesaria. La persuasión, por más que su ámbito primordial radique en la representación, se manifiesta también, y con claridad, en los cambios recíprocos que se opera en las actitudes y las conductas. Nuevamente, constatamos que el lenguaje conforma un centro social y personal, pues buena parte de las actitudes y de las conductas se hacen presentes en el habla.

Sin embargo, para conocer el habla, mas allá de las reglas de la estructura y de los principios del diálogo, se precisa entenderla como un objeto plenamente histórico. Porque los géneros discursivos, los recursos y los protocolos de cada situación, se han sedimentado a lo largo de un proceso histórico. De ello es un testimonio valioso el nacimiento de la retórica, en la Grecia clásica, con la pareja consolidación de una tradición educativa y literaria, heredera directa del este arte de hablar persuasivamente. Los testimonios que podemos recoger en el tiempo revelan la conexión entre las prácticas retóricas y las instituciones judiciales y educativas, así como con modelos literarios y con prácticas lúdicas de conversación.

A partir de estas reflexiones, orientamos un viaje al continente de los descubrimientos que es el lenguaje. Sus etapas tan sólo presentan aquí seis vertientes dinámicas: juzgar, educar, decir bellamente, conseguir poder y, finalmente, sumergirse en la intimidad del sujeto.

He aquí el avance del programa del libro. En el capítulo primero, "*Sub judice*",

nos ocupamos de la actividad de juzgar y del nacimiento de la retórica, de manera asociada a determinadas prácticas judiciales. En el capítulo siguiente, “Tarea de esclavos y sofistas”, hablamos de la enseñanza y del adiestramiento en las habilidades discursivas. El tercer capítulo, "Pescadores de perlas", corresponde a los recursos literarios o de excelencia, y su utilidad persuasiva. Por su parte, el capítulo que le sigue, “Gloria y poder”, nos pone ante los ojos un ejemplo de uso político del discurso, dispuesto para la conquista de la adhesión del auditorio. Finalmente, en el capítulo "Sujeto y objeto del deseo", acabamos la jornada en el recinto de la intimidad del sujeto. Y nos interesamos por el desasosiego que él puede experimentar en tanto que objeto de agresión y alienación comunicativas; también, y como contraposición, advertimos su anhelo por extenderse hacia los demás, en un complejo movimiento de persuasión y cooperación comunicativas.

El habla es causa de grandes portentos. También, no obstante, de grandes inquietudes. De un lado, tiene un poder revolucionario, por su capacidad de experimentación y transformación del mundo, ya que lo extiende o lo contrae, lo revela o lo oculta. Del otro, el habla es un instrumento inclemente de dominio sobre las cosas y las gentes; de ella se valen, sobre todo, ciertos grupos sociales para legitimar e incrementar su poder y conculcación. Sin embargo, el elemento común a ambos extremos no es otro que la comunicación persuasiva, de la cual pasamos a tratar ahora mismo.