

RODRÍGUEZ ANDRÉS, R. (2021). *La persuasión política. Claves para mejorar la comunicación entre la clase política y la ciudadanía en tiempos de desafeción*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 507 pp.

La estructura de la obra nos plantea un recorrido desde el concepto de persuasión tal y como se concibe en sus orígenes en la Antigua Grecia hasta su significado y uso actual, estableciendo una clara delimitación entre lo que es comunicación persuasiva y otros constructos como la seducción, la disuasión, la coacción y la manipulación. El autor nos lleva de la mano, explicando, aclarando y ejemplificando en cada parada del camino, con la minuciosidad y el rigor de un buen investigador y la claridad y amenidad de un buen pedagogo.

Comienza este libro por sentar las bases conceptuales de la persuasión a través de su definición y la exploración de sus orígenes históricos, profundamente ligados al nacimiento y desarrollo de la democracia y de la retórica. Ya desde los comienzos de esta disciplina no se puede separar la perspectiva pragmática de la reflexión ética. La gran aportación de Aristóteles, que sistematiza en su *Retórica* las técnicas fundamentales de oratoria, conjugando razón con la emoción y consagrando de esta manera la persuasión como método para acercar a los ciudadanos a la verdad. En esta primera aproximación se plantean también las relaciones entre persuasión y propaganda y publicidad, centrando la reflexión de manera más concreta en el ámbito político y de las campañas electorales. El autor finaliza el recorrido inicial exponiendo las incertidumbres y contradicciones que el concepto de persuasión implica, enlazando con el capítulo posterior en los que se plantean los fundamentos comunicativos de la persuasión y su carácter intencional y público.

En el tercer capítulo, la obra se centra en la comparación entre los procesos de persuasión, convicción y seducción, nociones que con frecuencia se consideran sinónimas. El autor aclara que la convicción solo se centra en la razón, mientras que la seducción solo apela a la emoción. Sin embargo, la persuasión recurre a ambos recursos, aunando el *logos* y el *pathos* e incorporando una dimensión moral al uso del recurso a la emoción, que nos mueve más a la acción que la razón sola. Rodríguez Andrés analiza de manera particular la naturaleza emocional del medio televisivo y la influencia que ejerce sobre el público, dado el efecto de distorsionada importancia que la imagen y el *storytelling* producen con frecuencia.

Contrastando con el carácter incitativo de la persuasión, cuya finalidad es mover a la acción, la disuasión incita a la inacción, tal y como se expone en el cuarto capítulo de la obra. Esta estrategia no deja de ser lícita si se hace bien y no se hace solo eso, pero, como se ha podido comprobar en las recientes campañas estadounidenses, la llamada *Dirty Politics* se centra

sobre todo en la propaganda, que recurre solo a las emociones y se dedica a la disuasión, a acabar con el adversario. El autor concluye que este planteamiento de confrontación resulta en la polarización que lleva al ciudadano a plantearse la política como una cuestión de amor-odio, representando un enorme problema para las actuales democracias.

Los capítulos cinco y seis, por su parte, exploran las nociones de coacción y manipulación, contrastadas con el concepto de persuasión. Contrariamente a la persuasión, la coacción pretende mover a la acción, pero para ello hace uso de la fuerza, bien de la fuerza física, a través de torturas o lavado de cerebro, bien de la fuerza psíquica, mediante amenazas o miedo. A su vez, la manipulación recurre a la mentira para conseguir el propio beneficio y ocultando la intención de influir, mientras que la persuasión va de frente y usa la verdad, dado que su intención es obtener el bien común y tiene un componente ético subyacente muy destacado.

Por último, Rodríguez Andrés concluye con un epílogo en el que nos plantea el interrogante del verdadero valor de la persuasión en política y el por qué de su importancia en la democracia, concluyendo que la persuasión implica el respeto a la dignidad de los receptores del mensaje y fomenta el bien común y no solo el beneficio del político de turno, abogando por la adopción de una dimensión persuasiva y ética en la política que fomente la implicación y la participación ciudadana.

A lo largo de toda la obra, cada concepto está perfectamente ejemplificado y referenciado, recurriendo el autor a numerosas fuentes académicas. Se trata este de un libro minucioso y muy completo, de una prístina claridad, que nos aporta un rigor extremado, fruto de 25 años de investigación empírica en este ámbito de estudio. El profesor Roberto Rodríguez Andrés nos ofrece con esta obra una reflexión pragmática y ética que se traduce en un manual imprescindible para el aula de Retórica, en un compendio de soluciones tendentes a mejorar la comunicación de políticos con ciudadanos y en una eficaz herramienta para luchar contra la manipulación y la polarización en estos inquietantes tiempos de *fake news* y posverdad.

MARÍA DOLORES RODRÍGUEZ MELCHOR  
Universidad Pontificia Comillas  
drm@comillas.edu