

sino que puede ser B, C, D..., dependiendo del contexto en el que tenga lugar la situación comunicativa en cuestión. De ahí la expresión contenida en el título de que esto puede significar aquello. Bajo la pregunta ¿Qué significa este símbolo?, Hall nos muestra una imagen de una esvástica nazi, que en realidad es una esvástica india, en cuya cultura es símbolo de buena suerte. Según el autor:

(...) algunos ejemplos visuales [son] obvios: balanza-justicia, paloma-paz, rosa-belleza, león-fuerza. Con estos símbolos el significado que se ha creado está relacionado con la naturaleza del objeto: el equilibrio es importante para la justicia; las palomas son animales pacíficos; las rosas son hermosas y los leones son fuertes. Sin embargo, existen algunos casos en los que la relación entre el símbolo y su significado es menos patente: espada-verdad, azucena-pureza, cabra-lujuria, orbe y cetro-monarquía y reinado. Con estos ejemplos, es preciso saber por anticipado lo que significan los símbolos para poder comprenderlos. Para deducir su significado, no basta con mirarlos. (Hall, 2007:18).

El manual trata abiertamente de hacer de la semiótica una ciencia menos oscura,

se haya visto desbordado por la densidad de los conceptos de significación. Sean Hall indaga en lo que supone hoy día la comunicación en todas sus formas (visual, verbal, escrita) y la desmonta en pequeñas partes fácilmente descifrables, que luego serán recolocadas con sentido dentro del gran puzzle comunicativo. De ahí que las estructuras textuales tengan gran relevancia para poder comprender el significado de un mensaje: la forma y el contenido del texto, de la imagen o del objeto que sea causa del inicio del proceso de comunicación.

El talante filosófico del autor se deja entrever en los recursos ilustrativos a Descartes, Roland Barthes, Jaques Derrida, aunque lo más destacable es el uso de la ficción cinematográfica y las grandes obras artísticas de todos los tiempos como el método más simple con el que relacionar las aparentemente complejas nociones semióticas.

Tras ojear el libro *Esto significa esto* el universo de los significados comienza verdaderamente a adquirir sentido.

Lucía Trabajo Rubio

BASSOLS I PUIG, Margarida
El llenguatge dels polítics. Anàlisi del cas català
Vic: Eumo Editorial, 2007

Els obrers de la persuasió

Ara fa aproximadament un any, gairebé coincidint amb les eleccions municipals del 27 de maig, Margarida Bassols, sota l'empara d'Eumo Editorial i en la col·lecció «Llengua i Text», va publicar *El llenguatge dels polítics. Anàlisi del cas català*, una obra més que reeixida que, amb una estructura diàfana i marcada per la lògica, ofereix, d'una banda, una passejada

històrica per les tècniques persuasives explotades pels polítics (o oradors, o emissors, en general, d'un missatge adreçat a un auditori) al llarg dels segles, de les tendències i dels avenços i els contextos socials. D'altra banda, l'obra també conté l'anàlisi dels mecanismes de la persuasió, que es presenten o bé amb exemples reals, o bé en forma de classificacions o a través de la descripció de les característiques,

tant lingüístiques com contextuals i actitudinals, que els textos (orals o escrits) i les intervencions personals han de presentar.

Margarida Bassols és professora de llengua a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, i és especialista en pragmàtica i anàlisi del discurs, disciplines que podem trobar en la base del llibre que ressenyem, ja que una de les pretensions de l'obra és, com s'ha dit, analitzar els recursos persuasius que utilitzen els polítics, i que poden tenir el suport d'una llarga tradició històrica i filosòfica que l'autora també s'encarrega de descriure.

El llibre s'estructura en set capítols. En el primer, Bassols defineix el terme *comunicació política*, com a part bàsica del sistema polític; apunta la relació entre el llenguatge i la ideologia, i caracteritza i descriu un dels elements principals d'aquesta comunicació, el discurs polític. En el segon capítol fa un repàs històric i filosòfic dels recursos discursius i retòrics, des dels temps de l'antiga Grècia fins a l'edat mitjana. El tercer capítol continua el recorregut a partir del Renaixement i arriba fins al segle XX; s'hi marca el retorn als clàssics i es fa la distinció entre la retòrica i la dialèctica. S'hi descriu l'art de l'eloqüència a través de les propostes i dels pensaments de Nicolau Maquiavel, a qui es considera el creador de la ciència política moderna, i qui va descriure com havia de ser el polític i va ressaltar la importància de les aparences, les imatges i els protocols, així com de la necessitat d'un alt grau de persuasió i, per tant, de competència estilística, i a través de Baltasar Gracián, que també va presentar el seu paradigma de polític, que, diu, «ha de posseir l'art de conversar», i ha d'emprar les tècniques persuasives adients per «atreure l'atenció de la gent». Aquest capítol acaba amb la concepció de l'anomenada «retòrica nova», segons la qual la retòrica és l'art de la convicció i de la persuasió. En el quart i el cinquè capítols es

descriuen els principals recursos emprats amb l'únic objectiu de la persuasió i de la convicció, els elements de la propaganda política (l'eslògan, els pamflets, els programes, els anuncis, etc.) i els mitjans de comunicació existents i més efectius en cada època, des dels poemes i les cançons joglaresques, fins als darrers i més avançats recursos audiovisuals i cibernètics, sense oblidar els debats i les conteses retòriques dels oradors clàssics ni, per descomptat, el salt tant qualitatiu com quantitatiu que va suposar l'aparició de la impremta en el terreny de la propaganda política. S'hi parla, en definitiva, de màrqueting polític. I en els dos darrers capítols del llibre l'autora analitza des del punt de vista discursiu l'activitat política, tant pel que fa a la llengua oral com a la llengua escrita. Quant a la llengua oral, distingeix les intervencions espontànies de les preparades, i quant a l'escrita també fa una divisió, aquest cop entre la llengua escrita per ser dita (discursos, reportatges...) i la llengua escrita per ser llegida (anuncis, cartells, cartes...).

I tot això, l'autora ho explica servint-se d'una selecció de textos reals (discursos i altres enunciats) emesos o explotats pels nostres representants, sense descuidar les recurrències a la tradició. Bassols tampoc no s'oblida d'explicar el concepte de *demagògia*, recurs al qual recorren alguns polítics només a fi d'aconseguir el poder o de mantenir-s'hi, i que es basa en «la utilització de mètodes emotius i irracionals» i en la creació d'una atmosfera i una relació fal·laciosa entre el demagog i el poble.

El llenguatge dels polítics és una obra rodona, que comença, es desenvolupa i acaba amb les característiques del concepte històric de retòrica (la repetició i altres mecanismes —tant lingüístics com emotius— a la recerca de la convicció i la persuasió) i ens les serveix profusament exemplificades.