

Estrella Montolío Durán (2019): *Tomar la palabra. Política, género y nuevas tecnologías en la comunicación*, Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona, 208 pp.

*Tomar la palabra* es una recopilación de artículos publicados por Estrella Montolío Durán en distintos medios de comunicación escrita y hablada (RNE, *El País*, *El Periódico de Catalunya*, *eldiario.es*) precedida de un interesante prólogo de la periodista Milagros Pérez Oliva y una introducción, no menos interesante, de la propia autora. En ambos casos se reflexiona sobre el poder de la palabra (Luntz, 2011) y la necesidad de conocer los mecanismos de persuasión (Fuentes y Alcaide, 2002) para estar alerta ante la saturación de propaganda y manipulación que padecemos. Señala Pérez Oliva (p. 24) que «desentrañar los mecanismos y las reglas no escritas de la comunicación, como se hace en este libro, es el primer paso para poder defendernos de la posverdad y evitar que acabemos siendo sus víctimas».

En la introducción a su obra Montolío defiende el papel de la mujer como intérprete de la sociedad en la que vive a través de los medios de comunicación y pone en valor la divulgación y la transferencia de conocimiento para transmitir a una sociedad, muchas veces no especialista, la necesidad de explicar el papel de la lingüística de la comunicación (Gutiérrez Ordóñez, 2015) como disciplina interdisciplinar que intenta transmitir a la sociedad las claves de interpretación de los mensajes que recibe (Serrano, 2001), muchos de ellos, pura propaganda y manipulación (Huici, 2010; Pratkanis y Aronson, 1994). En definitiva, la autora comparte sus conocimientos de forma accesible sobre el funcionamiento de la lengua en su contexto de uso. Así lo señala en este capítulo introductorio (p. 45): «mi propósito ha sido en todo momento compartir con los lectores [...] reflexiones y conocimientos sobre el ámbito de la comunicación que pudieran serles útiles para entender mejor los resortes con los que diversas instancias del poder (político, económico y otros) intentan manipular nuestro pensamiento, nuestro voto y nuestras vidas».

El volumen se organiza en cinco bloques temáticos: I. Comunicación política; II. Comunicación y género; III. Comunicación y nuevas tecnologías; IV. Comunicación clara; v. Comunicación en la vida cotidiana.

En el ámbito de la política repasa técnicas de manipulación tan manoseadas como el empleo perverso del eufemismo (Sánchez García, 2018), el insulto como falacia emocional que supone tantas veces una cortina de humo que oculta problemas sociales y políticos mayores, la técnica de Goebbels de la repetición como estrategia de manipulación del pensamiento del individuo (una mentira repetida mil veces se convierte en verdad), etc.

Desde una perspectiva de defensa de la igualdad de la mujer, se centra en aspectos que, si bien pertenecen al mundo de la comunicación como la kinésica o la próxémica, muchas veces pasan inadvertidos en su significación. Tal es el caso de la distribución del espacio personal entre hombres y mujeres y cómo a la mujer se le atribuye siempre un espacio menor, por ejemplo, cuando debe sentarse con las piernas recogidas como recuerdo de un educación casi ancestral de decoro; «con tales prácticas de autoencogimiento, las mujeres llevamos a cabo un ritual de minimización del espacio que ocupamos» (p. 93). Es comunicación no verbal (Poyatos, 1994; Kanpp, 1985). También forma parte de la comunicación las interrupciones y los solapamientos a los que se ven sometidas las mujeres como un ejercicio de poder por parte del hombre (p. 99), el propio uso del término *hombre* que en tantas ocasiones excluye a la mujer (p. 107) o el empleo de términos peyorativos cuando una característica concreta adorna a una mujer (*mandona/asertiva, decidida, resuelta, resolutiva*) (p. 115). La selección léxica tiene mucho peso en el sesgo de género (Calero, 1999). También en este capítulo hace una encendida defensa del papel de la mujer en el mundo de la ciencia y las humanidades (pp. 123 y 127)

La comunicación digital también forma parte del estudio del lenguaje en sociedad (Yus, 2010). Estudia Montolío el cambio que se produce en la interacción comunicativa cuando existe la barrera del *smartphone* que evita un cara a cara en el que se pierde una enorme cantidad de información (p. 139). Una radiografía sobre los problemas comunicativos que afectan a la productividad empresarial ofrece resultados tan sorprendentes como la necesidad de recuperar esa conversación cara a cara desde el punto de vista de la productividad laboral (p. 143), y, por supuesto, en el ámbito familiar por la importancia que tiene en la formación integral del individuo (p. 147). Esta comunicación sin vis a vis no implica que lo dicho no tenga trascendencia. Como señala Montolío (p. 153), «soy lo que comunico, ya sea cara a cara o a través de la red [...]». Nuestras palabras pueden tanto construir como destruir nuestra reputación como ciudadanos y profesionales» (p. 157). La imagen en el mundo de la comunicación es un ingrediente fundamental.

También se preocupa la autora por la defensa de la comunicación clara. «La oscuridad vulnera el contrato comunicativo»; «Quien hable en su jerga a un ciudadano común pretende hacer prevalecer su estatus de poder» (p. 165). Llamar la atención sobre este aspecto promueve el uso de un lenguaje más comprensible para el destinatario no especializado (Montolío, 2011).

La última parte del libro se centra más en estrategias lingüísticas de cortesía en favor de una conversación menos agresiva, más empática: una selección léxica, morfológica y sintáctica que tenga en cuenta la imagen del otro para una comunicación fluida; una comunicación positiva que facilite la convivencia y el éxito

de la comunicación (p. 188). Pero no solo se fija en la *elocutio*, la formulación lingüística del discurso (Santiago-Guervós, 2005 y 2008), sino en la puesta en escena, en la *actio* (p. 191), la voz como instrumento básico de persuasión.

Como se puede comprobar, Montolío toca en este libro, de forma estimulante, rigurosa y amena, temas de vital importancia en la comunicación. Retórica, pragmática, análisis del discurso, morfología, sintaxis son ciencias que, sin que lo parezca, han aparecido en estas páginas. Están, pero no se ven. *Tomar la palabra* es una obra en la que se transfieren de forma accesible los objetivos que persiguen los lingüistas de la comunicación para hacerlos llegar al gran público; como se ve, un compendio de lenguaje y sociedad en un contexto comunicativo actual.

## BIBLIOGRAFÍA

- CALERO FERNÁNDEZ, María Ángeles (1999): *Sexismo lingüístico. Análisis de propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*, Madrid, Narcea.
- FORMARIER, Marie (2011): «Melody and Rhythm in Ancient Political Discourse. How Emotions Induce Persuasion», en *Bending Opinion. Essays on persuasion in the public domain. Rhetoric in Society*, Leiden University Press, pp. 61-81.
- FUENTES RODRÍGUEZ, Catalina y Esperanza R. ALCAIDE LARA (2002): *Mecanismos lingüísticos de persuasión*, Madrid, Arco/Libros.
- GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ, Salvador (2015): *De pragmática y semántica*, Madrid, Arco/Libros.
- HUICI MÓDENES, Adrián (2010): *Guerra y propaganda en el siglo XXI*, Sevilla, Alfar.
- LUNTZ, Frank (2011): *La palabra es poder*, Madrid, La esfera de los libros.
- MONTOLÍO DURÁN, Estrella (ed.) (2011): *Hacia la modernización del discurso jurídico*, Barcelona, Universitat de Barcelona.
- POYATOS, Fernando (1994a): *La comunicación no verbal. Cultura, lenguaje y conversación*, Madrid, Istmo.
- POYATOS, Fernando (1994b): *La comunicación no verbal. Paralenguaje, kinésica e interacción*, Madrid, Istmo.
- PRATKANIS, Anthony y Elliot ARONSON (1994): *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*, Barcelona, Paidós.
- SÁNCHEZ GARCÍA, Francisco José (2018): *Eufemismos del discurso político*, Madrid, Visor.
- SANTIAGO-GUERVÓS, Javier de (2005): *Principios de comunicación persuasiva*, Madrid, Arco/Libros.

- SANTIAGO-GUERVÓS, Javier de (2008): «La selección léxica en la comunicación persuasiva: manipulación y uso del significado para la descodificación y la inferencia», *Español Actual*, 89, pp. 113-126.
- SERRANO, Sebastià (2001): *Comprender la comunicación*, Barcelona, Paidós.
- YUS RAMOS, Francisco (2010): *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel.

Javier de Santiago Guervós  
Universidad de Salamanca

Fecha de recepción: 25 de septiembre de 2019  
Fecha de aceptación: 26 de septiembre de 2019