



# El discurso de la persuasión en *Filoctetes* de Sófocles. Lenguaje y manipulación<sup>1</sup>

María Florencia Nelli

Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

**Resumen:** El presente trabajo pretende efectuar un análisis del discurso de la persuasión definido por la ética discursiva moderna, particularmente por la posición teórica de Jürgen Habermas, como una 'acción estratégica no encubierta', en tanto herramienta lingüística de manipulación. *Filoctetes* de Sófocles presenta la posibilidad de llevar a cabo el estudio de dos discursos de persuasión diferentes en cuanto a sus resultados, dado que se trata de una emisión exitosa, en el caso de los vv. 50 a 120, y de una emisión fallida, en los vv. 1314 a 1402. El análisis de ambas emisiones lingüísticas tomará como punto de partida tanto su caracterización como 'acciones estratégicas eficaces' e 'ineficaces', dada la obtención o no del presupuesto de eficacia pretendido por tal tipo de acciones, cuanto las apreciaciones teóricas vertidas por Aristóteles en Retórica respecto de la naturaleza del discurso persuasivo y de las características presupuestas de sus interlocutores.

**Palabras clave:** *Filoctetes* | poder | lenguaje | persuasión | manipulación

## **The speech of persuasion in Sophocles' *Philoctetes*. Language and manipulation**

**Abstract:** This work seeks to make an analysis of the speech of persuasion defined by the modern discursive ethics, particularly for the theoretical position of Jürgen Habermas, like a 'not hidden strategic action', as long as a linguistic tool of manipulation. Sophocles' *Philoctetes* presents the possibility to carry out the study of two different persuasion speeches, since it is a successful emission, in the case of the verses 50 at 120, and a bankrupt emission, in the verses 1314 at 1402. The analysis of both linguistic emissions will take as starting point so much its characterization as 'effective' and

'ineffective' strategic actions, given or not the effectiveness sought by such a type of actions, as much as the theoretical appreciations poured by Aristotle in Rhetoric, regarding the nature of the persuasive speech and the presupposed characteristics of its speakers.

Keywords: *Philoctetes* | power | language | persuasion | manipulation

El presente trabajo pretende efectuar un análisis del discurso de persuasión no sólo en cuanto a sus singularidades como tipo particular de discurso sino también en cuanto a su naturaleza como herramienta lingüística de manipulación. *Filoctetes* de Sófocles presenta, en este sentido, la posibilidad de llevar a cabo el estudio de dos discursos de persuasión diferentes en cuanto a sus resultados, dado que se trata de una emisión exitosa, en el caso de los vv. 50 a 120, y de una emisión fallida, en los vv. 1314 a 1402. En función de llevar a cabo dicha investigación se consideraron esencialmente cuatro elementos de análisis: las particularidades del hablante u orador, las particularidades del oyente, las particularidades del contenido del discurso de persuasión y las particularidades del mismo en tanto interacción lingüística o discurso en acción. En lo que respecta a los tres primeros elementos, fueron utilizadas las apreciaciones teóricas vertidas por Aristóteles en *Retórica*; en lo que respecta al último, fueron empleados algunos conceptos definidos por la ética discursiva moderna, fundamentalmente por la teoría de Jürgen Habermas en *Teoría de la Acción Comunicativa*.

Aristóteles (*Retórica*, 1356a 1-4; 1377b 24-32) señala que, a fin de lograr la persuasión mediante el discurso, se requiere de tres elementos esenciales: el modo como se presente el orador, la actitud de los oyentes respecto de éste y la fuerza persuasiva del discurso mismo, merced a lo que demuestra efectivamente o a lo que parece demostrar.

El orador (Aristóteles, *Retórica*, 1378a 5-19) se hace persuasivo a partir de la posesión (o la apariencia de posesión) de tres características: φρόνησις (sensatez o prudencia), ἀρετή (virtud, excelencia) y εὐνοία (buena disposición).<sup>2</sup>

La actitud del oyente hacia el orador y la predisposición con que se presente ante el discurso de éste constituyen un elemento esencial para que el discurso alcance su efecto de persuasión (*Retórica*, 1377b 28-32; 1378a 19-29). En el caso del oyente importa el análisis de las pasiones que deben suscitarse o aplacarse con

el discurso, dado que son los estados anímicos los que influyen en el cambio de juicios por parte del público (Barthes 1974: 64).

En cuanto a las particularidades que debe presentar el discurso (*Retórica*, 1356b 28-1357a 20), éste puede ser persuasivo inmediatamente y por sí mismo o porque puede ser demostrado mediante argumentaciones, merced a la utilización inteligente de ejemplos, máximas, entimemas y refutaciones extraídos de lugares comunes (*Retórica II. passim*) (Barthes 1974: 44-63).

El primer discurso de persuasión de la obra *Filoctetes* corresponde a los vv. 50 a 120 y comporta al personaje de Odiseo en el rol de hablante u orador y a Neoptólemo como oyente o público a persuadir. Se trata de un discurso que se evidencia como eficaz, dado que el oyente se ve finalmente persuadido por el discurso del orador y acepta los contenidos y, por ende, las implicancias del mismo.

Una parte fundamental en la consecución del éxito del discurso corresponde a la credibilidad como orador suscitada por Odiseo sobre sí mismo, merced a la presencia de las tres características señaladas: φρόνησις, ἀρετή y εὐνοιαί. Se trata de un orador maduro, de un héroe ya consumado que ha dado sobradas muestras de su excelencia en la batalla, pero también de su excelencia en el consejo, de su posesión de la cualidad de φρόνησις, particularidad propia del personaje de Odiseo en la tradición mítica. Por otra parte, Odiseo se presenta desde el inicio de la tragedia en una posición protectora y paternalista respecto de Neoptólemo, quien se dirige a él con fórmulas de respeto y siempre desde el lugar del ayudante o colaborador que confía la dirección de las acciones de la misión al personaje con mayor experiencia.

En cuanto a las características del auditorio a tomar en cuenta por el orador, Aristóteles advierte no sólo las pasiones que éste debe suscitar o acallar en aquél sino también la consideración de sus particularidades en relación con la edad, la juventud, en el caso de Neoptólemo (*Retórica*, 1388b 31-1389b 13). Característica esencial de la juventud es su volubilidad, señala Aristóteles, favorecida por la ardiente pasión con que se conducen, que se extingue rápidamente desviando su interés de un extremo a otro con igual fogosidad. Por otra parte, aman las acciones bellas más que las convenientes y son amantes de honores y victorias, dado que buscan la superioridad y la autoafirmación.

Deviene esencial tomar en consideración tales características, dado que el discurso de Odiseo y la propuesta con que intenta persuadir a Neoptólemo

suscitarán en el joven, por su naturaleza, rechazo y aversión. Se trata de llevar a cabo una acción indigna y vergonzosa: engañar a Filoctetes a través de un discurso intencionadamente falaz. Vale decir, el contenido último del discurso no persuade inmediatamente y por sí mismo, por lo cual la labor del orador radica en proveerlo de argumentos atrayentes y convincentes.

Si bien en el momento de enunciar su propuesta Odiseo ya ha quedado establecido como orador válido y creíble merced a la posesión de las tres características señaladas, la difícil tarea a que se enfrenta lo lleva a pretender cambiar la actitud de su auditorio y a suscitar unas pasiones para acallar otras. Hábilmente Odiseo utiliza la volubilidad del joven para incentivar su deseo de gloria confrontándolo con su sentimiento de vergüenza (αἰσχύνη) respecto de la acción a realizar. Odiseo presenta al joven las dos pasiones juntas, equiparadas en su importancia, manifiestamente contrarias y mutuamente exclusivas, generando una contradicción y la necesidad de una opción entre ambas. Odiseo aduce:

Ἐξοῖδα καὶ φύσει σε μὴ πεφυκότα  
τοιαῦτα φωνεῖν μηδὲ τεχνᾶσθαι κακά·  
ἀλλ' ἡδὺ γάρ τοι κτήμα τῆς νίκης λαβεῖν...

“Sé exactamente que tú no has sido engendrado por naturaleza para decir tales cosas ni para maquinarse males; pues sin embargo es ciertamente dulce tomar la posesión de la victoria” (Sófocles, *Filoctetes*, vv. 79-81).<sup>3</sup>

Odiseo opone la pasión de la vergüenza, suscitada en el joven, a otra pasión fuertemente asentada en éste: el amor a la gloria, a la victoria y al honor. Es Neoptólemo quien debe decidir cuál de las dos pasiones es más fuerte, pues ambas se encuentran arraigadas en su naturaleza. El hijo de Aquiles es por naturaleza ajeno a la maquinación de engaños, pero es también por naturaleza proclive a la búsqueda de la victoria. Al utilizar el verbo λαμβάνω para referirse a ésta, Odiseo refuerza su concepción como posesión, como elemento a tomar, subrayando el sentido activo del verbo, lo cual requiere un esfuerzo importante de parte de aquél que desee alcanzar la victoria. La estrategia surte efecto y en el verso 120 Neoptólemo acepta la propuesta, señalando su total rechazo del sentimiento de vergüenza (πᾶσαν αἰσχύνην ἀφείξ) y convirtiendo el discurso persuasivo de Odiseo en acción efectiva y exitosa.

La segunda ocurrencia del discurso de persuasión se produce en los vv. 1314 a 1402, donde Neoptólemo pretende persuadir a Filoctetes de que abandone su odio

y rencor y lo acompañe a Troya para, una vez sanado, tomar juntos la ciudad. Se trata, en este caso, de una acción ineficaz o fallida, precisamente por la ausencia de aquellas características que habían tornado efectiva la acción de Odiseo en el Prólogo de la obra.

Por una parte, la credibilidad del orador no es completa y se pone en duda. Por otra parte, la estrategia empleada por el orador para desviar al auditorio desde una pasión opuesta a los objetivos de la persuasión hacia una pasión que los favorezca, no es encaminada correctamente y fracasa.

Las características por las cuales el orador persuade a su auditorio, φρόνησις, ἀρετή y εὐνοία, no se encuentran completamente validadas en el caso de Neoptólemo, y es por ello que desde su inicio el discurso persuasivo carece de eficacia. Si bien Filoctetes reconoce la presencia en el joven de ἀρετή (vv. 1310-1313), parangonándolo con su padre Aquilés, pone en duda en reiteradas oportunidades (vv. 1350-1352, 1371-1372, 1380-1388) la presencia de las otras dos características, lo cual le impide confiar en las palabras de Neoptólemo y darles el sentido y eficacia pretendidas por éste. El joven lo engañó una vez a través de un discurso falaz y podría estar haciéndolo de nuevo. Su autoridad como orador válido es, en consecuencia, rechazada.

Respecto de la disposición del auditorio para con el orador y su discurso, se presentan una serie de singularidades y dificultades que no se encontraban en el caso de la interacción entre Odiseo y Neoptólemo. Filoctetes es un hombre maduro y no un joven voluble, por lo cual resulta trabajosa la obtención de un cambio en sus pasiones, principalmente debido a que la pasión que embarga a Filoctetes a lo largo de toda la tragedia es la ira, junto con el rencor y el odio como sentimientos aledaños. De acuerdo con la definición aristotélica, la ira constituye una pasión en la que prima el deseo de venganza a causa de un desprecio infundado (con variantes que van del desdén al ultraje) cometido contra uno mismo (*Retórica*, 1378a 30-33). La ira no desaparece hasta que la venganza es concretada o la causa de la misma es anulada. Se trata de una pasión que, en el caso de Filoctetes, se ha anquilosado en su persona merced al rencor y el odio generados durante los diez años de soledad y olvido sufridos. Es por ello que la estrategia de Neoptólemo de transformar las pasiones de Filoctetes se ve obstaculizada. El joven intenta efectuar el mismo tipo de giro persuasivo realizado por Odiseo en el Prólogo de la tragedia, ya que pretende tentar al héroe con el deseo de honor y gloria (κλέος ὑπέρτατον, v. 1347), sumado al deseo de sanación, tema fundamental que recorre la pieza

desde sus inicios. Sin embargo, el motivo de la ira de Filoctetes no ha desaparecido con la devolución de sus armas ni con la reconciliación con la figura de Neoptólemo, es más, se ha visto incrementado a través de las estrategias engañosas de Odiseo, que han elevado el sentimiento de indignación del héroe. Finalmente y en consecuencia, el discurso persuasivo de Neoptólemo se revela ineficaz y el joven se ve obligado a aceptar su fracaso (vv. 1393-1396).

El hecho de que el discurso persuasivo se considere en última instancia en cuanto a su resultado exitoso o fallido tiene que ver precisamente con el último de los elementos de análisis aludidos antes, dado que la consideración del resultado del discurso remite no sólo a sus particularidades constitutivas aisladas sino también y en mayor medida a sus aspectos pragmáticos, a su naturaleza como acción llevada a cabo en un contexto específico.

Deviene esencial, en consecuencia, definir qué tipo de acción constituye un discurso de persuasión. Habermas (1987: 122-146) reconoce la existencia de cuatro tipos de acción fundamentales definidos por la sociología. De entre ellos nos interesan particularmente dos: la *acción teleológica* y la *acción comunicativa*. La acción teleológica se constituye como el producto de la elección de un actor entre distintas posibilidades de acción, enfocada hacia la realización de un fin determinado, particular del actor (Habermas 1987: 122). La *acción estratégica* conforma una ampliación de la teleológica. En ella el actor realiza cálculos tomando en consideración el hecho de que en el éxito de su propósito interviene la decisión de otro actor que posee, también, propósitos particulares (Habermas 1987: 122-123). La acción comunicativa se comprende como aquélla en la cual interactúan dos sujetos capaces de lenguaje y acción, entablando una relación interpersonal en la cual ambos actores buscan entenderse sobre una situación a fin de llegar a un consenso acerca de un plan de acción (Habermas 1987: 124-125).

Cada tipo de acción vehiculiza, asimismo, una concepción diferente acerca del lenguaje. La acción teleológica entiende el lenguaje como un medio a través del cual los actores pueden alcanzar el fin que se proponen al influir sobre los otros ya sea haciéndoles formar opiniones o crear intenciones que tiendan al éxito de sus propios fines. La acción comunicativa, en cambio, comprende el lenguaje en su naturaleza pragmática, como un medio de entendimiento en el que los hablantes refieren para acordar y consensuar definiciones compartidas (Habermas 1987: 136-138, 367-370).

La acción comunicativa constituye, de este modo, lo que podría definirse como el caso 'puro' de comunicación, una acción dirigida al entendimiento en la que los participantes no se encuentran orientados por fines particulares sino que pretenden el acuerdo racional validado a través de la fuerza de los argumentos y no por engaño o coacción. Se trataría, en consecuencia, de una situación prácticamente ideal de habla, presupuesto insoslayable de cualquier interacción lingüística, dado que actuaría como referencia necesaria para la identificación y evaluación de aquello que se aleja de la situación ideal y constituiría, asimismo, el modelo esencial de comunicación en comparación con el cual efectuar un análisis ético de otro tipo de actividades lingüísticas. Toda comunicación presupondría, de esta manera, tanto una comunidad *real* de comunicación, en la que el hablante efectivamente interactúa, como una comunidad *ideal* de comunicación, a la que el hablante refiere en su pretensión de otorgar validez a la interacción comunicativa (Cortina 1992: 187).

Quien toma parte de una interacción discursiva da por sentado la existencia de dicha comunidad ideal de comunicación dentro de la comunidad real en que se encuentra y presupone, en consecuencia, la aceptación implícita de una serie de pretensiones de validez del discurso:

- La pretensión de *verdad*, de que las proposiciones del hablante son verdaderas.
- La pretensión de *veracidad*, de que sus expresiones son veraces y de que la intención expresada por el hablante coincide realmente con lo que piensa.
- La pretensión de *corrección*, de que el acto de habla es correcto respecto de las normas de acción vigentes en un determinado grupo social.
- Y la pretensión de *inteligibilidad* del discurso, en la doble estructura, proposicional y performativa, del lenguaje (Cortina 1992: 143-144).

La aceptación de las pretensiones de validez implica a su vez la aceptación de la *autonomía* de los hablantes, quienes deben considerarse no sólo como personas, sino también como interlocutores válidos que elevan pretensiones (en el caso de los hablantes) y que las aceptan o rechazan (en el caso de los oyentes), en función de la fuerza de los argumentos y no mediante coacción de ningún tipo (Cortina 1992: 191).

Se comprende, en consecuencia, la existencia de un modo 'originario' y 'ético' de utilización del lenguaje en una situación de comunicación: el que busca el entendimiento, propio de la acción comunicativa. El uso estratégico del lenguaje

constituiría un uso derivado y parasitario: el dar a entender, la insinuación o comprensión indirecta, presente en casos de distorsión de la acción comunicativa, situación ideal de comunicación. Dicha situación ideal conlleva el acuerdo implícito de una serie de reglas fundamentales de la comunicación: la existencia de equidad respecto de los sujetos intervinientes en la situación de comunicación, la posibilidad de que cualquier sujeto capaz de lenguaje y acción pueda introducir afirmaciones propias, problematizar afirmaciones ajenas y expresar sus deseos y opiniones y la eliminación de toda coacción y desigualdad en el discurso que impidan a cualquier hablante expresarse libremente. La violación de tales presupuestos deriva en la antítesis del consenso o coordinación social, vale decir, en la violencia discursiva como medio de coacción (Cortina 1992: 187, 191, 193-195).

Como parte del abanico de posibilidades de acciones sociales y en una posición medial entre la acción comunicativa y la violencia discursiva, la acción teleológica estratégica se presenta como un caso de distorsión sistemática de la comunicación que puede presentarse bajo una forma abierta o encubierta.<sup>4</sup> En la forma encubierta la coacción no se evidencia de la manera manifiesta en que se presenta en la violencia discursiva, pero en ella al menos uno de los participantes actúa de acuerdo con sus propósitos individuales y egocéntricos haciendo creer al resto que se desenvuelve dentro de los presupuestos de la acción comunicativa. Dentro de las acciones estratégicas abiertas, el caso de la persuasión se manifiesta también como una distorsión de la situación ideal de comunicación, dado que, si bien no utiliza la coerción directa, la persuasión implica tanto una acción por parte del hablante orientada al éxito de sus fines personales como el ejercicio de una influencia sobre el oyente que atenta contra el principio de autonomía (Habermas 1987: 425-427).

Los discursos de persuasión presentes en *Filoctetes* de Sófocles pueden definirse, en consecuencia, como acciones teleológicas de corte estratégico, dado que cuentan con la presencia de un actor (Odiseo, Neoptólemo) que busca el éxito de sus propósitos merced a la influencia o cálculo sobre las posibles decisiones y acciones de otro actor (Neoptólemo, Filoctetes). En el caso del discurso persuasivo se trata de una acción estratégica abierta, pues los actores del mismo dejan entrever su propósito de influir sobre el otro merced a los fines que persiguen y, en algunos casos, lo declaran abiertamente. Odiseo enuncia francamente su intención de influir en Neoptólemo para que lo ayude a engañar a Filoctetes. Neoptólemo alude directamente a su objetivo de lograr un efecto sobre Filoctetes como apertura de su



discurso (ὦν δέ σου τυχεῖν ἐφίεμαι ἄκουσον, “pero escucha las cosas –en este caso podrían entenderse como las acciones– que espero obtener de ti”, vv. 1315-1316). Se trata, entonces, de una acción estratégica orientada a la manipulación del oyente, en la cual, sin embargo, éste es puesto sobre aviso de las intenciones particulares de aquél que pretende ejercer una influencia. El discurso de persuasión constituye, por tanto, una desviación o distorsión de la acción comunicativa puramente ética y manifiesta un descenso en cuanto a su valoración moral respecto de aquélla.

En cuanto a la concepción de lenguaje, se trata de la utilización del mismo como instrumento conveniente a la obtención del fin de la persuasión, dado que se pretende inducir al oyente merced al empleo hábil y estratégico de argumentos convincentes. En este sentido se comprende el interés de Odiseo en la utilización de argumentos que opaquen o invaliden el sentimiento de vergüenza de Neoptólemo frente al deseo de victoria, así como se comprende la estrategia fallida de Neoptólemo frente a Filoctetes, dado que sus argumentos no tienden a convencer al oyente de la invalidez del sentimiento de ira (pues en efecto no cuenta con argumentos persuasivos para hacerlo) sino que se concentran solamente en resaltar los beneficios de la sanación de la enfermedad y de la obtención de gloria.

El objetivo perseguido por la acción estratégica de la persuasión se remite a la utilidad. Odiseo pretende convencer a Neoptólemo en función de la utilidad que prestaría éste al ejército aqueo una vez obtenidas las armas de Filoctetes y su presencia en Troya. Neoptólemo busca persuadir a Filoctetes en función de la utilidad que significaría su participación como parte esencial de la toma de Troya. Sin embargo, el objetivo de la utilidad se revela como subsidiario de intereses particulares, de corte más personal y egocéntrico. Odiseo requiere a Neoptólemo como elemento que le permita conducir a Filoctetes a Troya –dado que él mismo no puede hacerlo a causa de la ira del héroe–, a fin de adquirir con ello gloria y reconocimiento personales, como el hombre que logró reunir en la ciudadela los elementos necesarios explicitados por el oráculo de Héleno e incrementar, finalmente, la fama obtenida merced a su habilidad en la utilización de las virtudes intelectuales. Por su parte, Neoptólemo requiere a Filoctetes para obtener él mismo la gloria imperecedera que le otorgará la acción de tomar la ciudad de Troya y alcanzar, con ello, la materialización efectiva de su heroísmo.

Si bien se trata de acciones estratégicas abiertas, lo que se devela francamente en ellas es el objetivo de utilidad general perseguido, pero no los objetivos

particulares e íntimos de ambas. En este sentido, la persuasión se aleja aún más del ideal de comunicación y de la búsqueda del consenso para acercarse de manera encubierta a la mera manipulación.

El discurso persuasivo, en su calidad de acción estratégica orientada a un fin y merced a su búsqueda de la eficacia, manifiesta la necesidad de aceptación de las cuatro pretensiones de validez propias del discurso humano. Si bien en los discursos de persuasión analizados las pretensiones de corrección y de inteligibilidad del discurso se encuentran implícitamente aceptadas, no ocurre lo mismo con las pretensiones de verdad y de veracidad, principalmente en el caso de la interacción entre Neoptólemo y Filoctetes.

En el caso particular de Odiseo y Neoptólemo, puede considerarse que una de las razones primordiales de la eficacia de la acción estratégica del Laertiada radica en la aceptación por parte del joven tanto de la pretensión de verdad como de la pretensión de veracidad propuestas por el orador. Neoptólemo acepta implícitamente la verdad de las aserciones de Odiseo respecto del papel que le corresponde en la toma de Troya y respecto de la imposibilidad de que Odiseo mismo lleve a cabo el engaño. Por otra parte, acepta también la pretensión de veracidad de Odiseo, pues al admitir el discurso persuasivo ha afirmado consecuentemente su convicción acerca de la correspondencia existente entre las intenciones íntimas del orador y las intenciones develadas al oyente. Resulta relevante señalar que ambas pretensiones son fácilmente admitidas por Neoptólemo debido a la credibilidad que presenta Odiseo como orador, obtenida merced a su posesión de las tres características mencionadas por Aristóteles en *Retórica*, aludidas anteriormente.

En el caso de la interacción entre Neoptólemo y Filoctetes, las pretensiones de verdad y veracidad no son aceptadas implícitamente sino que son puestas en duda hasta el final de la interacción, razón por la cual la acción estratégica de Neoptólemo se manifiesta como ineficaz. Esto ocurre, en el caso de la pretensión de veracidad, debido a la falta de credibilidad del joven como orador y, en el caso de la pretensión de verdad, merced a la naturaleza de las aserciones del hijo de Aquiles, pues se trata de la reproducción en tercer grado de un discurso profético en grado uno, por tanto podría tratarse de una interpretación desviada de la realidad o, haciendo hincapié en la pretensión de veracidad rechazada, de una desviación intencionada del discurso original.

El discurso de persuasión presenta algunas singularidades respecto a la aceptación y uso de los principios de autonomía y equidad, dado que, si bien pareciera observarlos, lo hace sólo hasta cierto punto, desviándose de la naturaleza puramente ética de la acción comunicativa. Aceptar el principio de autonomía de los hablantes implica considerarlos no sólo como interlocutores válidos que elevan o rechazan pretensiones de validez (caso que se cumpliría en los dos ejemplos de discurso persuasivo analizados) sino que también implica admitir que la aceptación o rechazo de tales pretensiones se efectúe por la fuerza pura de los argumentos y no mediante coacción. En el caso de la persuasión se pretende que el interlocutor acepte las pretensiones de validez merced a una estrategia en la utilización de los argumentos, gracias a ciertas características dadas en el hablante y a partir de un tipo de influencia manipuladora sobre las concepciones de éste que se aparta del principio de autonomía y equidad para polarizar una de las partes como centro de poder y dominación, por más pequeño que ese poder se suponga.

De tal tipo se entiende la influencia que ejerce Odiseo sobre la decisión de Neoptólemo en el Prólogo. Si bien el Laertiada reconoce al joven como interlocutor válido, se vale de su credibilidad como orador y de su posición como hombre maduro y experimentado para ejercer un tipo de coacción sobre aquél. La persuasión no se obtiene como consenso concluyente a partir de la fuerza de los argumentos, sino como producto de la manipulación de los mismos y de la equiparación estratégica entre los conceptos de 'engaño' y 'victoria' como oposición a los conceptos de 'vergüenza' y 'fracaso'. Por el contrario, la dificultad en la aceptación de las pretensiones de validez de Neoptólemo, la falta de credibilidad de su figura como hablante y su imposibilidad para influir en el cambio y predisposición favorable de las pasiones de Filoctetes, conducen al fracaso de la empresa, sin anular el hecho de que la acción estratégica utilizada postulaba, a pesar de su fracaso, la figura de un interlocutor no completamente autónomo y en posición de desigualdad.

Puede concluirse, a partir de lo analizado, que el discurso persuasivo observa sólo parcialmente los principios de la acción comunicativa, ya que transgrede, aunque sólo sea en forma leve, tanto el principio de equidad como el de autonomía y permite el uso de una figura menor de coacción: la influencia. Sin llegar a la figura antiética del engaño o a la violación absoluta de todos los derechos, propia de la violencia discursiva, la acción estratégica, abierta o encubierta, genera un tipo de violencia difícil de aprehender, que pasa generalmente inadvertida bajo el disfraz del intercambio lingüístico, pero que manifiesta claramente su naturaleza

manipuladora. A través de su discurso el orador alteraría la verdadera disposición del mundo objetivo en pos de la obtención de intereses egocéntricos, implicando, de esta manera, el servilismo del discurso y del intercambio lingüístico con fines netamente utilitarios.<sup>5</sup>

#### Notas

<sup>1</sup> Una primera versión del presente artículo fue leída en el *Tercer Coloquio Internacional "Ética y Estética. De Grecia a la Modernidad"*, llevado a cabo en la ciudad de La Plata entre los días 10 y 13 de junio de 2003.

<sup>2</sup> Cfr. también Barthes (1974: 62-64). El autor traduce los conceptos como 'buena deliberación', 'franqueza' y 'simpatía', respectivamente.

<sup>3</sup> Todas las traducciones de texto griego son nuestras. La edición del mismo corresponde a Pearson (1961).

<sup>4</sup> Apel (1986: 46-48) efectúa una relación entre lo que Austin llama actos *perlocucionarios* y las acciones estratégicas a nivel de la comunicación lingüística y señala que tales actos pueden ser *ocultamente* estratégicos, pero nunca *abiertamente* estratégicos.

<sup>5</sup> Tal como señala López Quintas (1980: 159): "Al hacer un uso estratégico, manipulador, del lenguaje, el hombre altera y falsifica la verdadera condición de las cosas y acontecimientos. A través de esta torsión, ejerce una forma de violencia sobre los demás hombres y amengua su libertad de pensamiento y decisión. Bajo pretexto de servicio, establece fraudulentamente una relación de dominio sobre sus semejantes".

#### Bibliografía

##### Ediciones

DAIN, A. y P. MAZON (1960). *Sophocle III*. Paris.

DAWE, R. D. (1985). *Sophocles. Tragoediae II*<sup>2</sup>. Leipzig.

JEBB, R. C. (1898). *Sophocles. The Plays and fragments. Part IV, The Philoctetes*. Cambridge.

PEARSON, A. C. (1961). *Sophoclis Fabulae*. Oxford.

RACIONERO, Q. (2000). *Aristóteles. Retórica*. Madrid.

STORR, F. (1913). *Sophocles II*. London-New York.

USSHER, R. G. (1990). *Sophocles. Philoctetes*. Warminster.

WEBSTER, T. B. L. (1970). *Sophocles, Philoctetes*. Cambridge.

**Bibliografía citada**

- APEL, K. O. (1985). *La transformación de la filosofía*. Madrid.
- \_\_\_\_\_. (1986). *Estudios Éticos*. Barcelona.
- AURUOUX, S. (1998). *La Filosofía del lenguaje*. Buenos Aires.
- BARTHES, R. (1974). *La antigua retórica*. Buenos Aires.
- BROADIE, S. (1993). *Ethics with Aristotle*. New York.
- CAMPBELL, G. (1988). *The Philosophy of Rhetoric*. Illinois.
- CORTINA, A. (1992). "Ética Comunicativa" en CAMPS, V., GUARIGLIA, O. & F. SALMERÓN (edd.). *Concepciones de la ética: 177-199*. Madrid.
- HABERMAS, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid.
- \_\_\_\_\_. (1991). *Escritos sobre moralidad y eticidad*. Barcelona.
- LÓPEZ QUINTAS, A. (1980). *Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre*. Madrid.
- LUHMANN, N. (1989). "La moral social y su reflexión ética" en PALACIOS, X. & F. JARAUTA (edd.) *Razón, ética y política. El conflicto de las sociedades modernas: 47-58*. Barcelona.
- MEYER, M. (1994). *Rhetoric, Language and Reason*. Pennsylvania.
- MOON, J. D. (1999). "Practical discourse and communicative ethics" en WHITE, S. K. (ed.) *The Cambridge Companion to Habermas: 143-164*. New York.
- SINI, C. (1989). "La desestructuración del discurso" en PALACIOS, X. & F. JARAUTA (edd.) *Razón, ética y política. El conflicto de las sociedades modernas: 131-144*. Barcelona.
- WARNKE, G. (1999). "Communicative rationality and cultural values" en WHITE, S. K. (ed.) *The Cambridge Companion to Habermas: 120-142*. New York.

Recibido: 19 de agosto de 2003  
Evaluado: 22 de setiembre de 2003