Fecha de publicación: 01/11/1983

Sello Editorial: Ediciones Paidós

Contacto de prensa

Nombre: Paloma Cordón

Telefóno: 93 492 86 33

Email: pcordon@planeta.es

La persuasión en la comunicación

Kathleen K. Reardon

La persuasión en la comunicación

En este estudio sobre la persuasión, entendida como forma de la comunicación (de la que se distingue por incluir una intención consciente y estar condicionada por la percepción de una conducta ajena como amenazadora de los propios objetivos, entre otras cosas), K.K. Reardon expone críticamente las principales corriente teóricas y metodológicas -tradicionales y actuales- de la investigación sobre este concepto, las integra eclécticamente y postula un nuevo modelo teórico, que se caracteriza esencialmente por la importancia que en él adquiere la lógica subyacente a la opción de conductas, lógica de desigual accesibilidad, compuesta de normas y constructos, así como por un desplazamiento del enfoque desde el mensaje como agente causal de la persuasión hasta la interacción entre el yo y el contexto. En todos los casos, la persuasión es una actividad que consiste en demostrar la incoherencia, no pertinencia o ineficacia de la conducta de otro y en intentar modificarla mediante la interacción simbólica. Pero los modos de persuasión interpersonales corresponden a un predominio del yo sobre el contexto, y en ellos se desarrolla el carácter recíproco de la persuasión y la posibilidad de que los sujetos generen sus normas; el contexto predomina en cambio en la persuasión que se produce en el marco de instituciones y organizaciones y en los medios de comunicación de masas, donde las normas sociales y las prescripciones de roles predominan sobre las normas personales.

Kathleen K. Reardon