



TECNOLÓGICO  
DE MONTERREY®

# 2. LOS EFECTOS DE LA PERSUASIÓN

Dr. Octavio Islas



Campus Estado de México



# LA INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN

- **Ingeniería** con conocimiento de causa.
- “he aprendido que las costumbres viejas pueden romperse a través de estímulos dramatizados, diseminados por una red de comunicaciones”.

Edward L. Bernays





# LA INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN

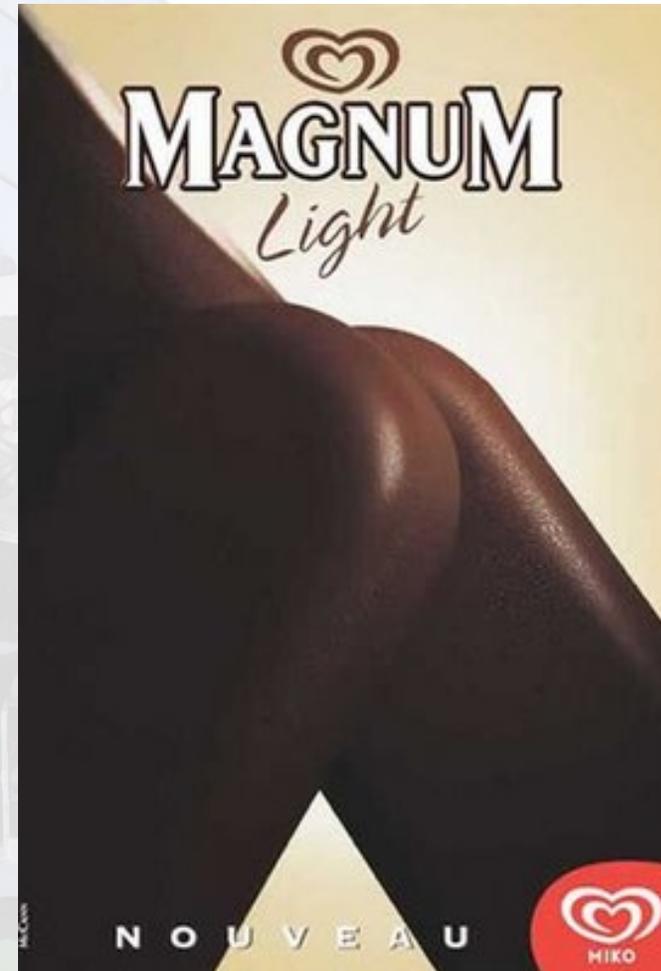
- Mediante la persuasión, un individuo puede ser controlado en contra de su voluntad.
- Las personas se han influido unas a otras a través de los tiempos y cada uno de nosotros tiene alguna intención de influir en otros seres humanos.





## PUBLICIDAD SUBLIMINAL

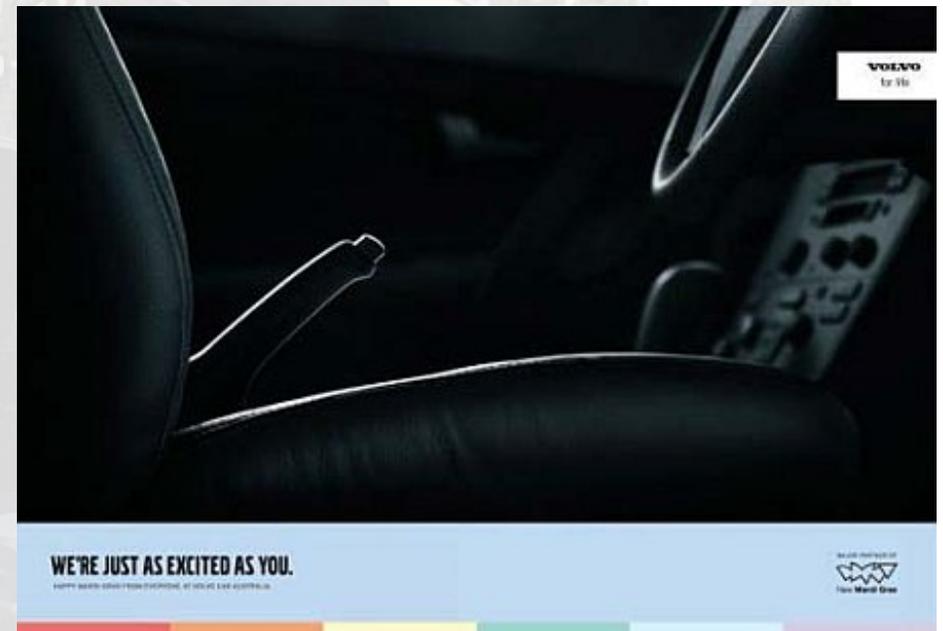
- A lo largo de seis semanas se presentaron dos mensajes en la pantalla de un cine durante una fracción de segundo: “coma rosetas de maíz” y “tome Coca – Cola”
- Resultados: la venta de rosetas de maíz aumento 57.8% y 18% la de Coca - Cola





# PUBLICIDAD SUBLIMINAL

- Una proyección subliminal es técnicamente posible, ya que el estímulo puede ser percibido por el sujeto sin que se dé cuenta. Sin embargo, esta posibilidad de recibir información en forma encubierta no quiere decir que sea factible el control total de la conducta sin consentimiento.





# LA INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN

- Los comunicólogos tratan de predecir como reaccionarían las personas a diferentes estímulos, ya que reconocen los límites de la manipulación.





# INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS

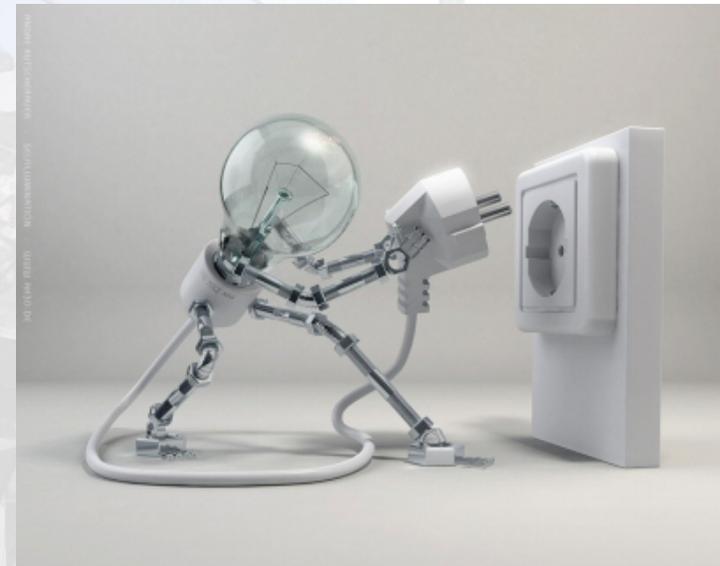
- De acuerdo con Wilbur Schramm, la influencia de los medios de comunicación masiva no causan cambios súbitos, más bien hay un efecto continuo y más o menos lento.
- Éste es el que consigue persuadir.





# INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS

- Los medios buscan crear un tipo de persona que se habitúe, por exposición continua a éstos, a responder en forma casi automática a sus estímulos.





# INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS

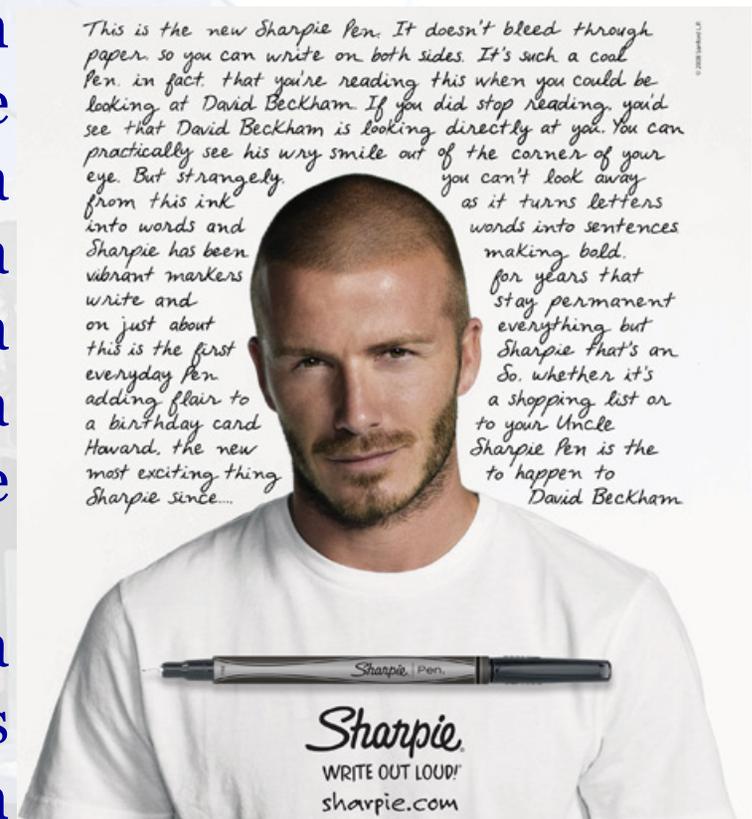
- Analfabeto psicológico (C. Wright Mills). Ha olvidado como aprender de la experiencia directa y tiene normas de realidad creadas por los medios.
- Hombre predecible (Berelson). Parece haber sido despojado de su individualidad y libre albedrío. Sigue las tendencias y formas de comportamiento impuestas por los medios.
- Hombre social (Steiner). Busca la aprobación de la gente mucho más que la verdad de la razón o la convicción en un principio. Sigue las normas aprendidas de los medios sin cuestionarse a partir de un criterio propio.





# INFLUENCIA DE LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS

- Esta posibilidad de manipulación explica el reciente interés de psicólogos y estudiosos de la comunicación por aumentar la conciencia ética y la actitud crítica hacia la aplicación de la persuasión en los medios de comunicación masiva.
- Una sociedad plural sólo se da cuando todos sus segmentos hablan y se relacionan en un proceso de influencia mutua.





# ÉTICA Y PERSUASIÓN

- El ejercicio de la persuasión exige una sólida formación humanista y ética integral.
- Como la conducta consiste en actuar, elegir, optar, preferir unos fines a otros, y como la persuasión deja al individuo en libertad de elegir, la definición de ética sirve para entender las intenciones de persuadir
- La ética es la ciencia de los fines que han de orientar la vida de los hombres y los medios para lograrlo.





# CRITERIOS ÉTICOS EN LA PERSUASIÓN

- Criterio humano. Toda persuasión es ética cuando contribuye a reafirmar las reglas del comportamiento en un sentido moral, intelectual o espiritual.
- Criterio social. Se juzga el valor de la persuasión en la medida en que beneficie y sea útil al mayor número de personas de un grupo, sociedad o país.
- Criterio interpersonal. Contribuye al surgimiento de actitudes positivas entre los individuos de una cultura.

