

Historia y comunicación social

ISSN-e: 1988-3056

 EDICIONES
COMPLUTENSE

<https://dx.doi.org/10.5209/hics.88638>

Rodríguez Andrés, Roberto (2021). *La persuasión política. Claves para mejorar la comunicación entre la clase política y la ciudadanía en tiempos de desafección*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección “Monografías”, 507 páginas.

En unos tiempos como los que corren, en los que la confianza en los partidos e instituciones políticas va disminuyendo de forma paralela a la falta de credibilidad de los medios de comunicación, se echan en falta análisis concienzudos y bien documentados, y no simples libros de ocasión, acerca de lo que supone el fenómeno de la persuasión política y de su mediatización. Es lo que el autor de esta monografía, Roberto Rodríguez, ha llevado a cabo, aunando teoría política y sociológica, junto a los estudios de opinión pública y comunicación, para arrojar luz sobre un fenómeno complejo y multiforme, además de notablemente transversal. Para quienes investigamos en historia de la comunicación, resulta también de gran valor por la cantidad y variedad de referencias y ejemplos, nacionales e internacionales y que abarcan muchas décadas, puestos a disposición del lector para validar sus tesis y proposiciones.

El campo disciplinar desde el que aborda su estudio es el de la comunicación política, es decir, la relación entre políticos, medios y ciudadanos. Es un ámbito en el que prima la interdisciplinariedad y en el que todas las aportaciones son bienvenidas, inclusive las más contemporáneas procedentes de la biología o la neurociencia. La comprensión debida de lo que constituye el meollo de la obra, que como indica su título es la persuasión política, conduce al autor a preguntarse qué diferencia a esta de otros conceptos y/o realidades conexas como son la convicción, la seducción, la coacción y la manipulación. A todos ellos dedica varios capítulos concatenados que, lógicamente, acaban tratando temas de enorme actualidad como la desinformación y la posverdad.

Ante un título como el del libro y las quinientas páginas que lo componen, podría pensarse en una obra de alta densidad teórico-conceptual pero la realidad es más bien la contraria. Sin perder hondura y rigor científico, está escrito con pluma ágil propia de un periodista y remite a ejemplificaciones frecuentes que van orientando la lectura de forma gradual e *in crescendo*. Al mismo tiempo, quien busque ahondar en los aspectos teóricos no quedará defraudado por la hondura con que se aborda cada epígrafe, como tampoco quien desee adquirir material práctico para la historia de la comunicación en su vertiente más política, dada la abundancia de recursos que maneja. Ochenta y dos páginas de referencias hablan por sí solas de la magnitud del empeño: son un auténtico tesoro para quien quiera acompañar al autor en su camino de búsqueda hacia explicaciones fundamentadas de realidades complejas o no fácilmente discernibles.

Estamos evidentemente ante un trabajo de madurez, una recopilación reflexiva de fenómenos a los que el autor ha dedicado buena parte de su labor investigadora y académica a lo largo de veinticinco años, como señala en la introducción. Un elaborado epílogo en el que desarrolla seis conclusiones le lleva a una definición amplia –y a la vez sumaria– de la persuasión política, donde las integra. Incide en la idea de que los políticos no esconden su intención de intentar influir sobre las creencias y comportamientos de los ciudadanos tanto a través de elementos racionales como emocionales, al tiempo que también subraya que la mentira o cualquier tipo de violencia son incompatibles, *stricto sensu*, con la persuasión política porque siempre se respeta la libertad de elección de sus destinatarios.

Carlos Barrera
Universidad de Navarra
cbarrera@unav.es