

ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario	5
Prólogo	7
Unidad didáctica 1. Introducción al estudio de la comunicación persuasiva y el cambio de actitudes	11
Presentación y objetivos	12
1. Introducción a la psicología de la comunicación	13
2. Las actitudes	14
2.1. El cambio de actitudes	18
3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva	19
4. El modelo de probabilidad de elaboración (ELM)	23
4.1. La cantidad de pensamiento: motivación y capacidad del receptor	25
4.2. La dirección o valencia del pensamiento	27
4.3. El concepto de múltiples roles de las variables persuasivas	27
4.4. Los procesos metacognitivos	29

5. Los procesos de comunicación a través de los medios	31
5.1. Una perspectiva histórica	32
Conceptos básicos a retener	34
Ejercicios voluntarios	35
Referencias bibliográficas	35
Unidad didáctica 2. El emisor en la comunicación persuasiva: credibilidad, atractivo y poder	37
Presentación y objetivos	39
1. La fuente de la comunicación persuasiva	40
2. Características de la fuente. La credibilidad	42
2.1. La competencia de la fuente	43
2.2. La fiabilidad de la fuente	44
3. Características de la fuente. El atractivo	45
3.1. La similaridad	46
3.2. La familiaridad	47
3.3. La belleza	47
3.4. La fama	48
4. Características del emisor. El poder	49
4.1. El poder como capacidad de otorgar castigos o recompensas	49
4.2. El poder legítimo	51
4.3. El poder informativo	51
5. Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria	52
5.1. Las características del emisor pueden servir como pistas	53
5.2. Las características de la fuente pueden afectar a la cantidad de pensamiento	53
5.3. Las características de la fuente pueden afectar a la dirección del pensamiento	55
5.4. Las características de la fuente como argumentos	56
6. Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria	57

Conceptos básicos a retener	59
Ejercicios voluntarios	60
Referencias bibliográficas	60
Unidad didáctica 3. El mensaje en la comunicación persuasiva: aspectos formales y de contenido	63
Presentación y objetivos	64
1. Comenzamos estudiando la composición del mensaje	65
2. Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales	65
3. Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo	67
4. Mensajes racionales y comunicación	70
4.1. El contenido del mensaje	70
4.1.1. Probabilidad de ocurrencia y deseabilidad de las consecuencias contenidas en el mensaje	72
4.1.2. Novedad de los argumentos	73
4.1.3. Cantidad de argumentos	74
4.1.4. Presentación positiva frente a presentación negativa de los argumentos	75
4.1.5. Mensajes de un lado frente a mensajes de dos lados	76
4.1.6. La importancia del tema del mensaje para el receptor	77
4.2. Los aspectos formales del mensaje	78
4.2.1. Conclusiones explícitas frente a conclusiones implícitas	78
4.2.2. El uso de las preguntas retóricas	79
4.2.3. Organización del mensaje	80
Conceptos básicos a retener	82
Ejercicios voluntarios	83
Referencias bibliográficas	83
Unidad didáctica 4. El receptor en la comunicación persuasiva: procesos motivacionales	87
Presentación y objetivos	89
1. El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración	90

2. Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes	92
2.1. Necesidad de conocimiento y comunicación	92
2.1.1. Necesidad de cognición	92
2.1.2. Necesidad de evaluación	94
2.1.3. Necesidad de cierre cognitivo	95
2.1.4. Incertidumbre de causalidad	95
2.1.5. Autoconciencia	96
2.2. Necesidad de consistencia y comunicación	96
2.2.1. Preferencia por la coherencia	97
2.2.2. Resistencia a la persuasión	97
2.2.3. Reafirmación frente a contraargumentación	98
2.3. Necesidad de estima y comunicación	99
2.4. Necesidad de aprobación e inclusión social y comunicación	102
2.4.1. Necesidad de unicidad	103
2.4.2. Individualismo-colectivismo	104
2.4.3. Maquiavelismo	104
2.4.4. Diferencias individuales en la motivación para controlar el prejuicio	105
2.5. Autocontrol: el control de la propia conducta	106
Anexo. Escala de necesidad de cognición	107
Conceptos básicos a retener	110
Ejercicios voluntarios	111
Referencias bibliográficas	111
Unidad didáctica 5. Teorías actuales en el estudio de la comunicación persuasiva	115
Presentación y objetivos	116
1. El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos	117
1.1. El pensamiento inconsciente o incubación	118
1.2. Las limitaciones de la introspección	119
2. La medición de los procesos automáticos en la comunicación	120

3. Primeros pasos en los nuevos paradigmas	125
3.1. Medidas explícitas y procesos explícitos de comunicación	126
3.2. Medidas explícitas y procesos implícitos de comunicación	126
3.3. Medidas implícitas y procesos implícitos de comunicación	127
3.4. Medidas implícitas y procesos explícitos de comunicación	129
3.5. Los procesos explícitos e implícitos, ¿cómo afectan a las medidas implícitas?	130
4. Las teorías de sistemas de procesamiento duales	131
4.1. Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales	134
Conceptos básicos a retener	136
Ejercicios voluntarios	137
Referencias bibliográficas	138
Unidad didáctica 6. La comunicación verbal	141
Presentación y objetivos	143
1. Introducción	144
2. La naturaleza del lenguaje	146
2.1. El principio de selección arbitraria	147
2.2. Lenguaje y convenciones sociales	147
3. El lenguaje: procesos básicos	150
3.1. Lenguaje y significado	151
3.2. Denotación, connotación y significado del mensaje	151
4. Claridad de los mensajes	152
4.1. Concreción, especificidad y precisión en el uso del lenguaje	152
4.2. Cómo conseguir hablar con claridad	153
4.3. Datar la información y relativizar las generalidades	154
4.4. Cultura y comunicación verbal	154
5. Hablar con propiedad	155
6. Construcción de la realidad, lenguaje y comunicación	157

Conceptos básicos a retener	159
Actividades de repaso	160
Ejercicios voluntarios	160
Referencias bibliográficas	161
Unidad didáctica 7. La comunicación no verbal	163
Presentación y objetivos	165
1. Introducción	166
2. Movimientos corporales	167
2.1. Contacto visual	168
2.2. Expresiones faciales	168
2.3. Expresiones gestuales	169
2.4. Posturas corporales	169
3. Funciones de los movimientos corporales	169
4. Influencia de la cultura en la expresión de los movimientos corporales	170
5. Diferencias de género en movimientos corporales	171
6. Elementos paralingüísticos	172
6.1. Interferencias vocales	173
7. El estilo personal	174
7.1. Comunicación no verbal a través de los vestidos	174
7.2. Comunicación no verbal y equilibrio	175
7.3. Comunicación no verbal a través del tacto	175
7.4. Comunicación no verbal y el tiempo	177
8. Comunicación no verbal y el ambiente	178
8.1. El espacio	178
9. Comunicación no verbal, temperatura, iluminación y color	180
Conceptos básicos a retener	182
Actividades de repaso	182
Ejercicios voluntarios	183
Referencias bibliográficas	183

Unidad didáctica 8. La comunicación mendaz: producción y detección de la mentira	185
Presentación y objetivos	187
1. Introducción: la naturaleza de la mentira y el engaño	188
2. La mentira como objeto de estudio en el marco de la comunicación interpersonal	190
3. Procesos subyacentes en la emisión de una mentira	191
4. Indicadores no verbales de la mentira	193
4.1. Indicadores faciales	193
4.1.1. Sonrisa falsa	193
4.1.2. Sincronización de la expresión con el discurso, los cambios en la voz y los movimientos corporales	194
4.1.3. Permanencia temporal	194
4.1.4. Asimetría	194
4.1.5. Dirección de la mirada	195
4.1.6. Parpadeo y dilatación pupilar	195
4.2. Indicadores corporales	195
4.2.1. Emblemas	195
4.2.2. Ilustradores	196
5. Indicadores verbales de la mentira	197
5.1. Lentitud del habla	198
5.2. Incongruencia y falta de detalles	198
5.2.1. Los silencios	199
5.2.2. Evasivas	199
5.2.3. Negación	199
5.2.4. Distanciamiento	200
5.2.5. Refuerzo de la credibilidad verbal	201
5.2.6. Otros indicios no verbales	201
5.3. El estilo lingüístico del mentiroso	201
5.4. Señales verbales de sinceridad	202
6. Consideraciones finales sobre la mentira y su detección	203
Conceptos básicos a retener	204
Actividades de repaso	205

Ejercicios voluntarios	205
Referencias bibliográficas	206
Unidad didáctica 9. La influencia interpersonal	207
Presentación y objetivos	209
1. Introducción	210
2. El principio de contraste	211
3. El principio de sanción social	213
3.1. Características individuales y sanción social	214
3.2. Características situacionales y sanción social	215
3.3. Características sociales y sanción social	215
4. El principio de simpatía	216
4.1. Familiaridad	216
4.2. Atractivo físico	217
4.3. Similitud	217
4.4. Halagos	218
4.5. Asociación	218
5. El principio de reciprocidad	219
5.1. La técnica del rechazo y retirada o de la puerta en la cara	220
5.2. La técnica del «y eso no es todo»	221
5.2.1. Formato de coste reducido	221
5.2.2. Formato de valor añadido	221
6. El principio de escasez	221
7. El principio del compromiso y coherencia	223
7.1. Requisitos del compromiso	224
7.1.1. Que se produzca en torno a cuestiones sencillas («empezar desde abajo»)	224
7.1.2. Que sea activo	225
7.1.3. Que sea público	225
7.1.4. Que implique cierto esfuerzo adicional	226
7.1.5. Que sea libremente asumido, no sometido a recompensas o amenazas (garantía de duración)	226

7.2. Técnicas basadas en el principio de compromiso y coherencia	226
7.2.1. Técnica del pie en la puerta	226
7.2.2. Técnica del lanzamiento contra la base (low ball)	227
7.2.3. Técnica del encasillamiento	228
Conceptos básicos a retener	229
Actividades de repaso	230
Ejercicios voluntarios	230
Referencias bibliográficas	231
Unidad didáctica 10. La comunicación en grupos	233
Presentación y objetivos	235
1. Introducción	236
2. Factores determinantes de la comunicación grupal	237
2.1. Tamaño del grupo	237
2.2. Estatus y poder	239
2.3. Ambiente físico	239
2.4. Tiempo para comunicar	240
2.5. Aglomeración y temperatura	240
2.6. Experiencia previa de los miembros del grupo	240
2.7. Suposiciones falsas en relación con la comunicación	241
2.8. Otros factores	243
3. Las defensas en la interacción comunicativa	244
4. Redes sociales de comunicación	245
4.1. Redes formales	246
4.2. Redes informales	246
4.3. Consecuencias de la utilización de las redes comunicativas	248
Conceptos básicos a retener	250
Actividades de repaso	251
Ejercicios voluntarios	251
Referencias bibliográficas	252

