

## Ficha Técnica

<b>Titulación:</b>	Grado en Criminología		
<b>Plan BOE:</b>	BOE número 75 de 28 de marzo de 2012 / Corrección de errores en BOE N° 85 de 9 de abril de 2012		
<b>Asignatura:</b>	Comunicación y Persuasión (Psicología de la Comunicación)		
<b>Módulo:</b>	Ciencias Sociales		
<b>Curso:</b>	3º	<b>Créditos ECTS:</b>	6
<b>Tipo de asignatura:</b>	Obligatoria	<b>Tipo de formación:</b>	Teórico-práctica

## Presentación

El objetivo de esta asignatura se centra en conocer los procesos básicos que subyacen a los distintos fenómenos que caracterizan la comunicación entre las personas. La comunicación es la base de la vida social y, por tanto, la dimensión más importante de la conducta humana. En cualquier momento del día, los seres humanos están incurso en interacciones sociales donde la transmisión de información y el propósito comunicativo (compartir significados) constituyen los ejes fundamentales de sus relaciones, y ello ya sea en cualquier contexto, implicando a distintas personas o con las finalidades más diversas.

El desarrollo de la asignatura, comenzará con el estudio de los procesos de comunicación persuasivos, analizando con gran profundidad las variables psicológicas más relevantes del emisor, del mensaje y del receptor. Posteriormente analizaremos la comunicación verbal y no verbal, puesto que comunicar no es sólo cuestión de palabras, sino de otras características paralingüísticas como el tono de voz, los gestos, posturas, expresiones faciales, etc. A continuación, se analizará la producción y la detección de la mentira y los procesos de la influencia interpersonal. El conocimiento, y la puesta en práctica, de las habilidades necesarias para comunicar en situaciones grupales será nuestro último objetivo.

## Competencias y/o resultados del aprendizaje

### Competencias generales

- Utilizar un lenguaje técnico y conceptual con que referirse a los hechos delictivos y conductas desviadas, que recoja una perspectiva interdisciplinar y esté ajustado a la perspectiva de género.
- Desarrollar técnicas de resolución de problemas y toma de decisiones, desde una perspectiva global y sistemática
- Capacitar para el trabajo en equipo, tanto en contextos interdisciplinares como internacionales, con comprensión ante la diversidad y la multiculturalidad.

- Desarrollo de una conciencia crítica frente a la realidad social, desarrollando puntos de vista que respeten los derechos humanos y los principios constitucionales (libertad, igualdad, justicia y pluralismo político)

### **Competencias transversales**

- Capacidad para comprender los sentimientos expresados a través de la conducta
- Capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones
- Capacidad de análisis y síntesis de la información buscada
- Capacidad de comunicación oral y escrita
- Capacidad de aprender a aprender
- Compromiso ético, capacidad para asumir el compromiso ético, particularmente las exigencias deontológicas de la profesión
- Habilidad en las relaciones interpersonales y de trabajo en grupo, con capacidad para trabajar eficazmente en situación de presión o conflictos.
- Capacidad para trabajar en equipos interdisciplinares
- Actualización de competencias y conocimientos
- Saber interpretar las intenciones de los demás
- Capacidad de crítica y autocrítica
- Capacidad de trabajo en contexto internacional

### **Resultados de aprendizaje**

- Razonar y explicar las leyes básicas de los distintos procesos psicológicos
- Conocer el marco teórico de referencia dirigido a evaluar y modificar los procesos psicosociales y cognitivos que intervienen en el comportamiento individual
- Tener la capacidad de diseñar propuestas relativas a la delincuencia relacionadas con menores
- Informar al juez sobre hechos delictivos

## **Contenidos Didácticos**

### **1. Introducción al estudio de la comunicación persuasiva y el cambio de actitudes**

- 1.1. Introducción a la psicología de la comunicación
- 1.2. Las actitudes
- 1.3. Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
- 1.4. El modelo de probabilidad de elaboración (ELM)
- 1.5. Los procesos de comunicación a través de los medios

### **2. El emisor en la comunicación persuasiva: credibilidad, atractivo y poder**

- 2.1 La fuente de la comunicación persuasiva
- 2.2 Características de la fuente. La credibilidad
- 2.3 Características de la fuente. El atractivo
- 2.4 Características del emisor. El poder
- 2.5 Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
- 2.6 Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria

### **3. El mensaje en la comunicación persuasiva: aspectos formales y de contenido**

- 3.1 Comenzamos estudiando la composición del mensaje
- 3.2 Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
- 3.3 Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
- 3.4 Mensajes racionales y comunicación

### **4. El receptor en la comunicación persuasiva: procesos motivacionales**

- 4.1 El papel del receptor según el modelo de probabilidad de elaboración
- 4.2 Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
  - 1.2.1. Necesidad de conocimiento y comunicación
  - 1.2.2. Necesidad de consistencia y comunicación
  - 1.2.3. Necesidad de estima y comunicación
  - 1.2.4. Necesidad de aprobación e inclusión social y comunicación
  - 1.2.5. Autocontrol: el control de la propia conducta

### **5. Teorías actuales en el estudio de la comunicación persuasiva**

- 5.1 El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
- 5.2 La medición de los procesos automáticos en la comunicación
- 5.3 Primeros pasos en los nuevos paradigmas
- 5.4 Las teorías de sistemas de procesamiento duales

### **6. La comunicación verbal**

- 6.1 Introducción
- 6.2 La naturaleza del lenguaje
- 6.3 Claridad de los mensajes
- 6.4 Hablar con propiedad
- 6.5 Construcción de la realidad, lenguaje y comunicación

### **7. La comunicación no verbal**

- 7.1 Introducción
- 7.2 Movimientos corporales

- 7.3 Funciones de los movimientos corporales
- 7.4 Influencia de la cultura en la expresión de los movimientos corporales
- 7.5 Diferencias de género en movimientos corporales
- 7.6 Elementos paralingüísticos
- 7.7 El estilo personal
- 7.8 Comunicación no verbal y el ambiente
- 7.9 Comunicación no verbal, temperatura, iluminación y color
- 8. La comunicación mendaz: producción y detección de la mentira**
  - 8.1 Introducción: la naturaleza de la mentira y el engaño
  - 8.2 La mentira como objeto de estudio en el marco de la comunicación interpersonal
  - 8.3 Procesos subyacentes en la emisión de una mentira
  - 8.4 Indicadores no verbales de la mentira
  - 8.5 Indicadores verbales de la mentira
  - 8.6 Consideraciones finales sobre la mentira y su detección
- 9. La influencia interpersonal**
  - 9.1 Introducción
  - 9.2 El principio de contraste
  - 9.3 El principio de sanción social
  - 9.4 El principio de simpatía
  - 9.5 El principio de reciprocidad
  - 9.6 El principio de escasez
  - 9.7 El principio del compromiso y coherencia
- 10. La comunicación en grupos**
  - 10.1 Introducción
  - 10.2 Factores determinantes de la comunicación grupal
  - 10.3 Las defensas en la interacción comunicativa
  - 10.4 Redes sociales de comunicación

## Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Análisis crítico de un proceso de persuasión en caso de conflicto interpersonal.
- Análisis crítico de un proceso de persuasión en caso de conflicto de intereses económicos y de la ética del mensaje.
- Análisis crítico de varios procesos de Comunicación No Verbal.
- Análisis crítico de varios procesos de Comunicación Mendaz y detección de la mentira.
- Contestación a varios cuestionarios en los que se plantean situaciones prácticas de comunicación persuasiva, influencia, CNV y detección de la mentira.

## Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## Bibliografía

- Briñol, P., De la Corte, L., & Becerra, A. (2015). *Qué es persuasión*. Madrid: Biblioteca Nueva S. L.
- Cialdini, R. B. (1990). *Influencia: Ciencia y práctica. cuáles son los factores determinantes para que una persona diga si a otra persona*. España: Servicio Universidad, S. A.
- McGuire, J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey, & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3rd ed., pp. 233-346). New York: Random House.
- Petty, R., & Cacioppo, J. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.
- Stavraki, M., & Díaz Méndez, D. N. (2015). *Comunicación y persuasión*. Madrid: CEF.