

INDICE**PSICOCOLOGÍA SOCIAL**

TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LA PSICOLOGÍA SOCIAL. ORIENTACIONES TEÓRICAS	14
1. LA CONSTITUCIÓN HISTÓRICA DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL	14
2. PERSPECTIVAS SOBRE LA PSICOLOGÍA SOCIAL: EL INDIVIDUO Y EL GRUPO	15
2.1. <i>La tesis de la mente grupal</i>	15
2.2. <i>El individualismo</i>	16
2.3. <i>El interaccionismo</i>	17
3. ORIENTACIONES TEÓRICAS.....	18
3.1. <i>Orientación psicoanalítica</i>	18
3.2. <i>Escuela de la Gestalt y orientación cognitiva</i>	19
3.2.1. Escuela de la Gestalt	19
3.2.1.1. Teoría de campo	19
3.2.2. La orientación cognitiva	20
3.2.2.1. Teoría de la comparación social (Festinger)	20
3.2.2.2. Teoría de la disonancia cognitiva (Festinger).....	20
3.3. <i>El conductismo: teorías del intercambio social</i>	22
3.3.1. Teoría conductual-económica de Homans	23
3.3.2. Teoría de Thibaut y Kelley	23
3.3.3. Contribución de Blau a la teoría del intercambio	24
3.3.4. Teoría de la equidad de Adams.....	24
3.3.5. Teoría de los recursos de Foa y Foa.....	25
3.3.6. Teoría de la obligación de Greenberg.....	26
3.4. <i>El interaccionismo simbólico</i>	27
3.4.1. Las escuelas de Chicago y Iowa	28
3.4.2. La etnometodología	28
3.4.3. La teoría del rol.....	29
3.4.3.1. Modelo dramaturgico	30
4. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	32
TEMA 2: COGNICIÓN SOCIAL.....	38
1. INTRODUCCIÓN	38
2. LAS REPRESENTACIONES SOCIALES	39
2.1. <i>Definición de representación social</i>	39
2.2. <i>Dimensiones de la representación social</i>	39
2.3. <i>Dinámica de una representación social</i>	40
3. ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO	40
3.1. <i>Accesibilidad</i>	40
3.2. <i>Aplicabilidad o bondad de ajuste (Bruner)</i>	41
3.3. <i>Saliencia</i>	42
4. SEGOS COGNITIVOS.....	42
5. HEURÍSTICOS COGNITIVOS	43
5.1. <i>Heurístico de representatividad</i>	43
5.2. <i>Heurístico de disponibilidad</i>	43
5.3. <i>Heurístico de ajuste y anclaje</i>	44
6. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	45
TEMA 3: PROCESOS DE ATRIBUCIÓN	48
1. HEIDER: LA PSICOLOGÍA INGENUA DE LA ACCIÓN	48
2. JONES Y DAVIS: LA TEORÍA DE LAS INFERENCIAS CORRESPONDIENTES	49
3. KELLEY: EL MODELO DE COVARIACIÓN Y LOS ESQUEMAS CAUSALES.....	50
3.1. <i>Modelo de covariación</i>	50
3.2. <i>El caso del consenso</i>	50
3.3. <i>Los esquemas causales</i>	51
3.3.1. Modelo de configuración.....	51
3.3.2. Teoría del foco de autorregulación	52
4. LOS ERRORES, LOS SEGOS Y LAS FUNCIONES DE LA ATRIBUCIÓN	52
4.1. <i>Tipos de errores o sesgos</i>	52
4.1.1. El error fundamental, efecto de "Jones Harris" o error de correspondencia	52
4.1.2. El error último de atribución.....	52

4.1.3. Diferencias actor-observador	52
4.1.4. La infrautilización del consenso	53
4.1.5. Sesgos egocéntricos de autofoco	53
4.1.6. Sesgos favorables al yo, autosuficiencia o de autocumplimiento	54
4.1.7. Sesgos favorables al grupo	54
4.2. <i>Las funciones de la atribución</i>	54
5. ATRIBUCIÓN, CREENCIAS Y EXPLICACIONES SOCIALES.....	54
6. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	55
TEMA 4: ACTITUDES	61
1. ¿QUÉ ES LA ACTITUD?	61
2. LA ACTITUD Y SUS RESPUESTAS EVALUATIVAS.....	61
2.1. <i>Las respuestas cognitivas</i>	61
2.2. <i>Las respuestas afectivas</i>	62
2.3. <i>Las respuestas conativo-conductuales</i>	62
2.4. <i>Relación entre los tres tipos de respuestas evaluativas</i>	62
3. CÓMO SURGEN LAS ACTITUDES.....	63
3.1. <i>Los antecedentes cognitivos</i>	63
3.2. <i>Los antecedentes afectivos</i>	64
3.2.1. Condicionamiento clásico y condicionamiento instrumental.....	64
3.2.2. Efecto de mera exposición.....	65
3.3. <i>Los antecedentes conductuales</i>	66
4. CARACTERÍSTICAS ESTRUCTURALES DE LAS ACTITUDES	66
4.1. <i>La bipolaridad actitudinal</i>	66
4.2. <i>La consistencia de las actitudes</i>	67
4.3. <i>La ambivalencia actitudinal</i>	68
5. FUNCIONES DE LAS ACTITUDES.....	68
5.1. <i>Función evaluativa</i>	68
5.2. <i>Función Instrumental o adaptativa o utilitaria (Paez)</i>	69
5.3. <i>Función expresiva de Valores (Paez)</i>	69
5.4. <i>Función ideológica (Echeverría y Villareal)</i>	69
5.5. <i>Función de separación (Snyder y Mine)</i>	69
5.6. <i>Función de conocimiento o economía</i>	69
5.7. <i>Función defensiva del Yo</i>	70
6. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	71
TEMA 5: RELACIONES ENTRE ACTITUD Y CONDUCTA.....	73
1. INTRODUCCIÓN	74
2. ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ACTITUD Y CONDUCTA	74
3. EL MODELO "MODE" (MOTIVACIÓN Y OPORTUNIDAD COMO FACTORES DETERMINANTES).....	75
4. LA TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA Y LOS DESARROLLOS POSTERIORES.....	76
4.1. <i>Teoría de la acción planificada</i>	77
4.2. <i>Las intenciones de implementación o puesta en práctica</i>	77
5. UNA REVISIÓN RECIENTE DE LA RELACIÓN ENTRE ACTITUD Y CONDUCTA	78
6. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	79
TEMA 6: PERSUASIÓN Y CAMBIO DE ACTITUDES	82
1. ESTRATEGIAS DE CAMBIO DE ACTITUD.....	82
2. LA EXPERIENCIA SOCIALMENTE MEDIADA COMO ESTRATEGIA DE CAMBIO DE ACTITUD	82
2.1. <i>El grupo de investigación de la universidad de Yale</i>	82
2.2. <i>La teoría de la respuesta cognitiva</i>	83
2.3. <i>El modelo heurístico</i>	83
2.4. <i>El modelo de la probabilidad de elaboración</i>	84
3. ELEMENTOS CLAVE EN EL PROCESO PERSUASIVO	85
3.1. <i>Variables relacionadas con la fuente persuasiva</i>	85
3.1.1. Credibilidad de la fuente	85
3.1.2. Atractivo de la fuente.....	86
3.1.3. Poder de la fuente.....	87
3.1.4. La semejanza	87
3.2. <i>Variables relacionadas con el mensaje</i>	87
3.2.1. Mensajes racionales o emotivos	87
3.2.2. Mensajes basados en el miedo y la amenaza.....	88
3.2.3. Mensajes unilaterales o bilaterales.....	88

3.2.4.	Calidad y cantidad de los argumentos.....	89
3.2.5.	Información estadística o basada en ejemplos	89
3.2.6.	Conclusión explícita o implícita.....	89
3.2.7.	Efectos del orden	89
3.3.	<i>Variables relacionadas con el receptor</i>	90
3.3.1.	Modelo de McGuire: Modelo de los 2 factores.....	90
3.3.2.	Grado de implicación del receptor.....	91
3.3.3.	Discrepancias entre la posición defendida en el mensaje y la posición del receptor.....	91
4.	RESISTENCIA ANTE LA PERSUASIÓN	92
4.1.	<i>Teoría de la inoculación (McGuire)</i>	92
4.1.1.	La distracción.....	93
4.1.2.	Efectos de la prevención.....	93
5.	PERSISTENCIA DE LOS EFECTOS PERSUASIVOS	94
5.1.	<i>Apagamiento del impacto persuasivo</i>	94
5.2.	<i>El efecto adormecimiento</i>	94
6.	PREGUNTAS CONVOCATORIAS	95
TEMA 7: CAMBIO DE ACTITUD INDUCIDA POR INCENTIVO		99
1.	CONDUCTA CONTRAACTITUDINAL.....	99
1.1.	<i>Paradigma de la complacencia inducida</i>	99
1.2.	<i>Experimentos de obediencia forzada</i>	99
1.3.	<i>Teoría de la persuasión: "contagio de respuesta"</i>	100
1.4.	<i>Teoría de la autoconciencia</i>	100
1.5.	<i>Teoría del manejo de la impresión</i>	100
1.6.	<i>Paradigma de la racionalización por la acción</i>	101
2.	CONDUCTA PROACTITUDINAL	101
2.1.	<i>Teoría de la autopercepción</i>	101
3.	AUTOCONCEPTO Y MAGNITUD DE LA DISONANCIA	102
4.	PREGUNTAS CONVOCATORIAS	103
TEMA 8: INFLUENCIA SOCIAL. PRINCIPIOS BÁSICOS Y TÁCTICAS DE INFLUENCIA		106
1.	INTRODUCCIÓN	106
2.	INFLUENCIA SOCIAL INTENCIONADA O PERSUASIÓN	106
2.1.	<i>Tipologías en el estudio de la influencia</i>	106
3.	LAS TÉCNICAS DE INFLUENCIA.....	107
3.1.	<i>6 principios psicológicos de influencia</i>	107
3.1.1.	Reciprocidad: corresponder a lo que otros nos hacen	107
3.1.1.1.	Técnica de "esto no es todo"	108
3.1.1.2.	Técnica del portazo en la cara	108
3.1.2.	Principio de escasez: lo menos accesible es más valioso.....	109
3.1.2.1.	Técnica de jugar fuerte para conseguir algo.....	109
3.1.2.2.	Técnica de la fecha límite	109
3.1.3.	Validación social: la importancia de la gente	109
3.1.4.	Fuerza de la autoridad.....	110
3.1.5.	La simpatía.....	110
3.1.6.	Compromiso y coherencia	111
3.1.6.1.	Técnica del pie en la puerta.....	111
3.1.6.2.	Legitimación de favores insignificantes o "Un penique es suficiente".....	111
3.1.6.3.	Técnica de la bola baja o bola contra la base.....	111
4.	VULNERABILIDAD A LA INFLUENCIA	112
5.	PREGUNTAS CONVOCATORIAS	113
TEMA 9: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL		114
1.	INTRODUCCIÓN	114
1.1.	<i>Definición</i>	114
1.2.	<i>Características</i>	114
1.3.	<i>Funciones de los medios de comunicación social</i>	114
2.	TEORIAS SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	114
2.1.	<i>Teorías sobre la omnipotencia de los medios</i>	115
2.1.1.	Teoría de la bala mágica	115
2.1.2.	Teoría hipodérmica	115
2.2.	<i>Teorías de los efectos limitados</i>	115
2.2.1.	Teoría de las diferencias individuales	115

2.2.2. Teoría de las categorías sociales y de los “dos pasos”	116
2.2.3. Corriente de los “usos y gratificaciones”	116
2.3. Teoría de la agenda-setting, establecimiento de agenda o fijación temática	116
2.4. La espiral del silencio: mayoría intimidatoria	116
2.5. Teoría del cultivo	116
3. FENÓMENOS RELACIONADOS	117
4. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	118
TEMA 10: PERCEPCIÓN DE PERSONAS	119
1. DESARROLLO HISTÓRICO DE LOS ESTUDIOS SOBRE PERCEPCIÓN DE PERSONAS	119
2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS	119
3. FORMACIÓN DE IMPRESIONES	120
3.1. La investigación de S. Asch	120
3.2. Integración de la información	121
3.2.1. Modelos de tendencia relacional	121
3.2.2. Modelos de combinación lineal	122
3.2.3. Modelo de Fiske y Neuberg (1990)	122
3.3. Teorías implícitas de la personalidad (TIP)	123
3.4. Asociaciones entre rasgos	124
4. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE PERSONAS	125
4.1. Factores asociados al perceptor	125
4.2. Variables asociadas a la persona percibida	126
4.3. Factores relativos al contenido de la percepción	127
4.3.1. Efectos de orden	127
4.3.2. Tono evaluativo de los elementos informativos	128
4.3.3. Información única y redundante	128
4.3.4. Carácter ambiguo de la información	129
4.3.5. El propio contenido de la información	129
5. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	130
TEMA 11: ATRACCIÓN Y RELACIONES INTERPERSONALES	132
1. LA AFILIACIÓN	132
2. ATRACCIÓN INTERPERSONAL	133
2.1. Modelos cognitivos	133
2.2. Teorías del refuerzo	133
2.3. Teoría instrumental	134
2.3.1. Intercambio e interdependencia	134
3. AREAS DE INVESTIGACIÓN	135
3.1. Complementariedad	135
3.2. Similitud	135
3.3. Reciprocidad	135
4. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ATRACCIÓN	135
4.1. Proximidad	135
4.2. Características físicas	136
4.3. Otras características personales socialmente valoradas	136
4.4. Semejanza	137
4.5. Reciprocidad	138
5. EL AMOR	138
5.1. Amor y cariño	138
5.2. Amor pasional o enamoramiento	139
5.3. El amor compañero	139
5.4. Otras formas de amor	140
5.5. Modelo triangular del amor (Sternberg)	140
6. PROBLEMAS EN LAS RELACIONES AMOROSAS	141
6.1. Los celos	141
6.2. Insatisfacción y ruptura de las relaciones	141
7. LA SOLEDAD	142
8. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	144
TEMA 12: PODER SOCIAL Y AGRESIÓN	146
1. PODER SOCIAL	146
1.1. Concepto de poder social	146
1.2. Teoría de la reactividad psicológica	147

2. LA CONDUCTA AGRESIVA	147
2.1. Definición	147
2.2. Supuestos psicosociales en el estudio de la agresión.....	148
2.2.1. Modelo del cálculo emocional de Blanchard	148
2.2.2. El papel del aprendizaje: Bandura.....	148
2.2.3. La subcultura de la violencia y los mitos de la agresión.....	149
2.3. La agresión como instinto.....	149
2.3.1. Enfoque psicoanalítico	149
2.3.2. Enfoque etológico	150
2.4. Antecedentes de la agresión.....	150
2.4.1. Hipótesis clásica de la frustración-agresión	150
2.4.2. Frustración-activación. Teoría de la señal-activación	151
2.4.3. Frustración y afecto negativo	151
2.4.4. Calor y agresión	151
2.4.5. Ruido y agresión.....	152
2.4.6. Dolor	153
2.4.7. El ataque interpersonal	153
2.4.8. Violación de las normas.....	153
2.4.9. Violencia en el contexto familiar.....	154
2.5. El proceso de agresión.....	154
2.5.1. Papel de la activación en general	154
2.5.2. Activación y etiquetado cognitivo	154
2.5.3. Transfer de la excitación y cólera	155
2.5.4. La cólera como respuesta expresivo-motora	156
2.6. Efectos de los medios de comunicación de masas sobre la agresión.....	156
2.6.1. Teoría del aprendizaje social.....	156
2.6.2. Teoría de la preactivación.....	156
2.7. Agresión grupal y societal	157
3. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	159

TEMA 13: ALTRUISMO Y CONDUCTA DE AYUDA..... 163

1. ¿QUÉ ENTENDEMOS POR ALTRUISMO Y POR CONDUCTA DE AYUDA?	163
2. PAUTAS DE CONDUCTA DE AYUDA.....	163
3. ¿CUÁNDO AYUDA LA GENTE?	164
3.1. Características de la situación.....	164
3.2. Características de la persona que necesita ayuda.....	165
4. ¿CÓMO AYUDA LA GENTE?	166
5. ¿POR QUÉ AYUDA LA GENTE?	166
5.1. Causas inmediatas	167
5.1.1. El refuerzo	167
5.1.2. Factores emocionales.....	167
5.1.2.1. Modelo del alivio del estado negativo	167
5.1.2.2. Modelo de activación y coste-recompensa	168
5.1.2.3. Modelo de empatía-altruismo.....	168
5.1.3. Las normas sociales y personales.....	169
5.2. Causas últimas.....	170
5.2.1. ¿Tiene el altruismo una base biológica?.....	170
5.2.2. Desarrollo del altruismo y la conducta de ayuda durante la vida del individuo	170
6. LA CONDUCTA DE AYUDA DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL QUE LA RECIBE	171
6.1. Petición de ayuda.....	171
6.2. Reacción ante la ayuda recibida	172
7. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	173

TEMA 14: GRUPOS

1. INTRODUCCIÓN	175
2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.....	175
3. TIPOS DE GRUPOS PEQUEÑOS	175
4. EL PROCESO DE CATEGORIZACIÓN	176
4.1. Teoría de la acentuación	176
4.2. El continuo interpersonal – intergrupala.....	177
5. ACTIVIDAD GRUPAL COORDINADA.....	177
5.1. Funciones grupales y formas de integración.....	178
5.2. El cambio social a través del grupo	178

5.2.1. Investigación de Lewin	178
5.2.2. Investigación de Newcomb.....	179
5.3. <i>El pensamiento grupal</i>	179
6. LA SOCIALIZACIÓN GRUPAL DE LOS NUEVOS MIEMBROS	180
7. LA FORMACIÓN DEL GRUPO	181
7.1. <i>6 estadios en el proceso de formación y desarrollo del grupo</i>	181
8. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	182
TEMA 15: ESTRUCTURA Y PROCESOS DE GRUPO	186
1. ESTRUCTURA Y RENDIMIENTO DE GRUPO	186
2. RENDIMIENTO INDIVIDUAL EN PRESENCIA DE OTROS.....	186
2.1. <i>Teorías del impulso-activación</i>	186
2.2. <i>Teorías de la conformidad social</i>	187
2.3. <i>Teorías cognitivas</i>	187
3. RENDIMIENTO EN LOS GRUPOS INTERACTIVOS	187
4. LIDERAZGO.....	188
4.1. <i>El rol de liderazgo</i>	188
4.2. <i>Contingencia de conducta y situación: el modelo de Fiedler</i>	190
4.3. <i>Liderazgo transaccional y liderazgo transformacional</i>	190
5. INFLUENCIA SOCIAL Y TOMA DE DECISIONES EN PEQUEÑOS GRUPOS.....	191
5.1. <i>Conformidad e influencia de la mayoría</i>	191
5.2. <i>Influencia normativa e informativa</i>	191
5.3. <i>Innovación o influencia de la minoría</i>	192
5.4. <i>Toma de decisiones en grupos</i>	192
5.5. <i>Obediencia a la autoridad</i>	193
6. LA DISPOSICIÓN ESPACIAL EN EL GRUPO	193
7. TEORÍA DE LA SINTALIDAD GRUPAL (CATTELL).....	193
8. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	195
TEMA 16: RELACIONES ENTRE GRUPOS.....	203
1. INTRODUCCIÓN	203
2. LOS ENFOQUES INDIVIDUALISTAS.....	203
3. ENFOQUES GRUPALES.....	204
4. ENFOQUES COGNITIVOS Y MOTIVACIONALES	204
5. INVESTIGACIÓN CLÁSICA SOBRE COMPORTAMIENTO INTERGRUPAL.....	205
5.1. <i>El conflicto realista de grupo</i>	205
5.2. <i>La teoría de la identidad social</i>	206
6. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	209
TEMA 17: PREJUICIO, ESTEREOTIPO Y DISCRIMINACIÓN	211
1. PREJUICIO.....	211
1.1. <i>Conceptos iniciales sobre el conflicto intergrupal y el prejuicio</i>	211
1.1.1. El grupo como fuerza deshumanizadora	211
1.1.2. Desindividuación.....	211
1.1.3. El prejuicio como tipo de personalidad	212
1.2. <i>Una investigación paradigmática</i>	212
1.2.1. Investigación de Minard.....	212
1.3. <i>Definición del prejuicio e implicaciones para su estudio</i>	213
1.4. <i>Prejuicio como sesgo cognitivo</i>	213
1.4.1. Prejuicio y errores de categorización	213
1.4.2. Estereotipos y sesgo intergrupal.....	214
1.4.3. Descategorización, recategorización y reducción del sesgo intergrupal.....	214
1.5. <i>Prejuicio como actitud negativa</i>	215
1.5.1. El manejo de la impresión	216
1.5.2. Racismo moderno o simbólico.....	216
1.5.3. Ambivalencia	216
1.5.4. Racismo aversivo.....	216
1.5.5. Modelo de la disociación.....	217
1.5.6. Prejuicio sutil	217
1.5.7. Teoría del conflicto sociocognitivo.....	217
1.5.8. Función actitudinal del prejuicio.....	218
1.6. <i>Prejuicio en las relaciones entre grupos</i>	218
1.6.1. Prejuicio como emoción social.....	218

1.6.2. Estudios sobre aculturación.....	219
1.6.2.1. El proceso de aculturación	220
1.6.2.2. Las orientaciones de aculturación.....	220
2. EL ESTEREOTIPO.....	221
2.1. <i>Hipótesis del contacto intergrupar</i>	221
3. LA DISCRIMINACIÓN.....	222
4. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	224
TEMA 18: CONDUCTAS COLECTIVAS – RUMORES, CATÁSTROFES Y MOVIMIENTOS DE MASAS.....	228
1. LOS RUMORES	228
1.1. <i>Definición de los rumores</i>	228
1.2. <i>Contenido de los rumores: negatividad y tradición cultural</i>	228
1.3. <i>Los antecedentes de los rumores</i>	229
1.4. <i>Clasificación de los rumores</i>	229
1.5. <i>La forma de circulación de los rumores</i>	230
1.6. <i>Las funciones de los rumores</i>	231
2. CONDUCTAS COLECTIVAS, RUMORES Y CATÁSTROFES.....	232
2.1. <i>Tipos de catástrofes y conductas colectivas</i>	232
2.2. <i>Conductas de huida y rumores</i>	233
2.3. <i>Efectos psicológicos traumáticos provocados por las catástrofes</i>	234
2.4. <i>Catástrofes y procesos sociocognitivos</i>	234
2.5. <i>La dinámica social ante las catástrofes</i>	235
3. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	238
TEMA 19: PSICOLOGÍA SOCIAL APLICADA - SALUD	239
1. INTRODUCCIÓN	239
2. DETERMINANTES DEL COMPORTAMIENTO SALUD/ENFERMEDAD	239
2.1. <i>Determinantes individuales</i>	239
2.1.1. Principales modelos	239
2.2. <i>Determinantes interactivos</i>	242
2.3. <i>Determinantes del marco social</i>	243
3. RESULTADO DE LA RELACIÓN DEL PROFESIONAL SANITARIO CON EL PACIENTE: CALIDAD SANITARIA.....	245
3.1. <i>Satisfacción del paciente</i>	245
3.2. <i>Satisfacción del profesional de la salud</i>	245
4. EL CUMPLIMIENTO TERAPÉUTICO.....	246
5. PREGUNTAS CONVOCATORIAS	247
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	249