

Índice

Presentación	XV
Presentación de los autores	XIX
Capítulo 8. La agresión desde una perspectiva psicosocial	1
<i>Cristina García Ael, Juan Antonio Moriano León y Gabriela Topa Cantisano</i>	
Términos clave.....	2
Objetivos.....	2
Introducción.....	3
1. Definición de agresión	3
1.1. La agresión y otros conceptos relacionados.....	4
1.2. Tipos de agresión.....	5
2. La medición de la agresión	7
2.1. Estrategias experimentales.....	7
2.2. Estrategias no experimentales.....	8
3. Enfoques teóricos de la conducta agresiva en Psicología Social	9
3.1. Antecedentes teóricos del estudio de la agresión en Psicología Social.....	10
3.2. La hipótesis de la frustración-agresión.....	10
3.3. El modelo neosociacionista cognitivo.....	11
3.4. La teoría del aprendizaje social.....	13
3.5. El modelo general de agresión.....	14
4. Antecedentes de la agresión	16
4.1. Variables internas.....	16
4.1.1. Influencias bioquímicas en la agresión.....	17
4.1.2. Rasgos de personalidad y conducta agresiva.....	18
4.1.3. Diferencias de género en el comportamiento agresivo.....	20
4.2. Variables situacionales.....	21
4.2.1. Instigadores sociales.....	21
4.2.2. Estresores ambientales.....	23
5. La conducta agresiva en diferentes entornos sociales	25
5.1. El bullying y el mobbing.....	26
5.2. Los medios de comunicación y su influencia en la conducta agresiva.....	27
5.2.1. Efectos a corto plazo.....	27
5.2.2. Efectos a largo plazo.....	28
6. Estrategias orientadas a la reducción de la conducta agresiva	29

6.1. Estrategias basadas en el aprendizaje y el refuerzo.....	30
6.2. Estrategias basadas en procesos afectivos y cognitivos.....	30
Resumen	33
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	34
Referencias.....	35

Capítulo 9. Autoconcepto e identidad social 43

Alexandra Vázquez Botana

Términos clave.....	44
Objetivos.....	44
Introducción.....	45
1. Delimitación conceptual del yo, el autoconcepto y la identidad	45
2. Autoconcepto y autoconciencia	46
2.1. Estructura y contenido del autoconcepto.....	46
2.2. Pensar sobre uno mismo: la autoconciencia.....	48
3. Autoconocimiento.....	50
3.1. Vías de autoconocimiento.....	50
3.1.1. Introspección	50
3.1.2. Hacer inferencias a partir de nuestro propio comportamiento.....	51
3.1.3. Comparación social	51
3.1.4. Adoptar la visión de otros	53
3.2. Motivos que afectan al autoconocimiento	54
3.2.1. La autoevaluación.....	54
3.2.2. El autoensalzamiento	54
3.2.3. La autoverificación	56
4. La autoestima	59
4.1. Fuentes de autoestima.....	59
4.2. Consecuencias de la autoestima.....	60
5. El manejo de la impresión sobre nosotros mismos: la autopresentación	61
6. La identidad social	62
6.1. Teoría de la identidad social.....	62
6.2. Teoría de la autocategorización.....	64
6.3. Teoría de la fusión de identidad	65
Resumen	67
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	68
Referencias.....	69

Capítulo 10. El prejuicio y la discriminación 75

Cristina García Ael y Fernando Molero Alonso

Términos clave.....	76
Objetivos.....	76
Introducción.....	77
1. El origen del prejuicio	78
1.1. El estudio de las diferencias individuales en el prejuicio	78
1.1.1. La personalidad autoritaria.....	78
1.1.2. El autoritarismo de derechas	78
1.1.3. La orientación a la dominancia social.....	79
1.2. Los aspectos cognitivos del prejuicio	79
1.3. El prejuicio como fenómeno intergrupar	80
1.3.1. La teoría del conflicto realista	81

1.3.2. El prejuicio desde las teorías de la identidad social y de la categorización del Yo	81
1.3.3. El prejuicio como emoción social	82
2. Grupos sociales objeto de prejuicio	83
2.1. El prejuicio basado en la etnia (racismo)	83
2.1.1. El racismo moderno	84
2.1.2. El prejuicio sutil y manifiesto	84
2.1.3. El racismo aversivo	84
2.1.4. Las medidas implícitas del prejuicio	85
2.2. El prejuicio y la estigmatización hacia las personas con discapacidad (<i>ableism</i>).....	86
2.3. El sexismo.....	88
2.4. El edadismo o la discriminación hacia los adultos mayores (<i>ageism</i>)	91
3. La reducción del prejuicio.....	95
3.1. La hipótesis del contacto.....	96
3.2. Estrategias de reducción del prejuicio basadas en procesos cognitivos: la modificación de las categorías.....	98
3.2.1. El modelo de la identidad endogrupal común.....	99
3.3. Estrategias de reducción del prejuicio basadas en procesos afectivos: la toma de perspectiva y la empatía hacia los miembros de los grupos estigmatizados.....	100
Resumen	102
Bibliografía recomendada	103
Referencias.....	104

Capítulo 11. Psicología de los grupos

111

Alexandra Vázquez Botana

Términos clave.....	113
Objetivos.....	113
Introducción.....	114
1. Aspectos básicos sobre los grupos.....	114
1.1. ¿Qué es un grupo?	114
1.2. Bases psicológicas de los grupos.....	114
2. Influencia social	115
2.1. Influencia informativa y normativa	115
2.2. Influencia mayoritaria y minoritaria.....	116
3. Desviación y disonancia	117
3.1. Razones de la desviación y del disonancia	117
3.2. Reacciones del grupo a la desviación y el disonancia	119
4. Toma de decisiones grupales.....	120
4.1. Reglas de decisión	120
4.2. Polarización grupal	121
4.3. Obstáculos para la toma de decisiones	121
4.3.1. Dificultades para compartir información.....	122
4.3.2. Presiones hacia la conformidad: el pensamiento de grupo	122
5. Liderazgo	122
6. Explicaciones de los conflictos intergrupales.....	123
6.1. Teoría del conflicto realista	124
6.2. Teoría de la identidad social.....	125
6.3. Modelo de odio colectivo	128
7. La mejora de las relaciones intergrupales	130
7.1. Teoría del contacto intergrupales.....	130
7.2. Estrategias de contacto indirecto	131
7.3. Estrategias basadas en la categorización social.....	132
7.4. Estrategias basadas en valores	133

7.5. Efectos paradójicos de las estrategias de mejora de las relaciones intergrupales	134
8. Cambio social y acción colectiva	135
8.1. Factores explicativos de la movilización colectiva.....	135
8.2. Modelos teóricos de acción colectiva.....	137
Resumen	139
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	141
Referencias.....	142

Capítulo 12. Persuasión y cambio de actitudes

149

David Lois García

Términos clave.....	150
Objetivos.....	150
Introducción.....	151
1. Variables implicadas en la comunicación persuasiva	152
1.1. Evolución histórica.....	152
1.2. La fuente.....	152
1.3. El mensaje.....	153
1.4. El receptor.....	154
1.5. Elementos contextuales y canal.....	156
2. El Modelo de Probabilidad de Elaboración (ELM).....	157
3. Los principios de influencia.....	159
3.1. Reciprocidad.....	161
3.1.1. Táctica de «esto no es todo»	162
3.1.2. Táctica del «portazo en la cara»	162
3.2. Simpatía.....	162
3.3. Autoridad.....	163
3.4. Escasez	164
3.5. Coherencia	165
3.5.1. Táctica del «pie en la puerta»	165
3.5.2. Táctica de la «bola baja»	166
3.5.3. Táctica de «incluso un penique es suficiente».....	167
3.6. Validación social.....	167
3.7. Unidad.....	169
4. Mecanismos de resistencia a la persuasión.....	170
4.1. Principales motivaciones.....	170
4.2. Fuentes de desinformación.....	171
4.3. Creencia en conspiraciones	173
4.4. Estrategias de intervención	175
Resumen	177
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	178
Referencias.....	179

Capítulo 13. Cultura y conducta social

185

Itziar Fernández Sedano

Términos clave.....	186
Objetivos.....	186
Introducción.....	187
1. Psicología Social y cultura.....	187
1.1. Matizaciones sobre el estudio de las culturas en Psicología Social	188
2. Definiciones de cultura	189

2.1. La cultura «subjetiva».....	190
2.2. Aspectos objetivos de la cultura	191
3. Modelos para comparar culturas	192
3.1. Modelo de Hofstede.....	192
3.2. Modelo de Triandis	194
3.3. Modelo de Schwartz	195
3.4. Modelo de Inglehart.....	196
3.5. Modelo de A. P. Fiske.....	197
4. Tipos de yo: más allá de la dicotomía «Occidente-Oriente»	198
5. Cultura y comunicación	201
5.1. Estilos de comunicación: alto contexto o implícito y bajo contexto o explícito	202
6. Orientaciones de interacción cultural.....	204
6.1. Cómo relacionarse con personas pertenecientes a otras culturas.....	205
7. Consideraciones finales.....	206
Resumen	208
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	209
Referencias.....	211

Capítulo 14. **Psicología Social Aplicada** **215**

Alejandro Magallares Sanjuán y María José Fuster Ruiz de Apodaca

Términos clave.....	216
Objetivos.....	216
Introducción.....	217
1. Qué es la Psicología Social Aplicada: definición, características	217
2. Modelos teóricos de relación entre aplicación, teoría e investigación	218
2.1. Modelo de investigación-acción	218
2.2. Modelo de ciclo completo	220
3. Ámbitos de aplicación e intervención de la Psicología Social Aplicada.....	221
3.1. Ámbito educativo.....	221
3.2. Reducción del prejuicio	223
3.3. Ámbito legal	225
3.4. Ámbito de la salud	226
3.5. Ámbito medioambiental.....	229
4. Funciones, contextos y competencias de los profesionales de la psicología de la intervención social	230
Resumen	235
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	236
Referencias.....	237

CONTENIDO EMPÍRICO

Capítulo III. **La investigación psicosocial sobre el rechazo social y sus consecuencias** **243**

Irene Castro Rivas y Saulo Fernández Arregui

Términos clave.....	244
Objetivos.....	244
Introducción.....	245

1. Pertenencia y rechazo social: cuatro décadas de investigación psicosocial	245
1.1. La necesidad de pertenencia	245
1.2. Conceptualización del rechazo social.....	247
1.3. Consecuencias del rechazo social.....	248
1.3.1. Reacciones emocionales.....	248
1.3.2. Reacciones conductuales.....	250
1.4. ¿Produce el rechazo social entumecimiento o malestar emocional?: Dos hipótesis que rivalizan	252
2. Rechazo social y autorregulación: investigación empírica	255
2.1. El yo, la autorregulación y el rechazo social.....	256
2.2. Trabajo 1: La amenaza a la pertenencia y el desempeño en tareas intelectuales.....	257
2.3. Trabajo 2: La amenaza a la pertenencia, la capacidad autorreguladora y la autoconsciencia ...	263
3. Actividades	268
Resumen	269
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	270
Referencias.....	271

Capítulo IV. Crisis globales desde la perspectiva de los dilemas sociales 275

Ana V. Arias Orduña, Itziar Fernández Sedano y María del Prado Silván Ferrero

Términos clave.....	276
Objetivos.....	276
Introducción.....	277
1. Contextualización de las crisis globales.....	278
2. Crisis globales como dilemas sociales	279
2.1. Bienes públicos.....	280
2.2. Recursos comunes	280
3. Enfoques predominantes en el estudio de la cooperación humana	281
3.1. Teorías evolutivas	281
3.2. La teoría de la interdependencia	282
4. Procesos implicados en los dilemas sociales	284
4.1. La confianza	284
4.2. El estilo de pensamiento. Representación de las acciones	285
5. Diferencias culturales en la gestión de los dilemas sociales.....	287
6. Respuestas sostenibles a los problemas globales. Algunas estrategias	289
7. Actividades prácticas.....	291
Resumen	294
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	295
Referencias.....	296

Capítulo V. Medios de comunicación y realidad social 301

María del Prado Silván Ferrero e Itziar Fernández Sedano

Términos clave.....	302
Objetivos.....	302
Introducción.....	303
1. Hacia una conceptualización del efecto de los medios de comunicación	304
2. Estrategias empleadas por los medios para construir la realidad social	306
2.1. La agenda <i>setting</i>	307
2.2. El encuadre noticioso.....	308
3. El fenómeno de la desinformación: de los rumores a las noticias falsas	308

3.1. Los rumores	308
3.2. <i>Fake news</i>	309
4. Investigación empírica sobre medios de comunicación.....	309
4.1. Estudio 1. Uso del lenguaje en función del encuadre noticioso y el origen de los inmigrantes .	310
4.2. Estudio 2. Consumo de medios en España durante la crisis sanitaria de la Covid-19	314
5. Propuesta de actividades prácticas	318
Resumen	321
Lecturas recomendadas y enlaces de interés.....	322
Referencias.....	323

Glosario

325