

## Ficha Técnica

|                            |   |                           |         |
|----------------------------|---|---------------------------|---------|
| <b>Titulación:</b>         | Grado en Periodismo                             |                           |         |
| <b>Plan BOE:</b>           | BOE número 71 de 24 de marzo de 2014            |                           |         |
| <b>Asignatura:</b>         | Introducción a la Psicología de la Comunicación |                           |         |
| <b>Módulo:</b>             | Bases de la Comunicación                        |                           |         |
| <b>Curso:</b>              | 2º  | <b>Créditos ECTS:</b>     | 6       |
| <b>Tipo de asignatura:</b> | Básica  | <b>Tipo de formación:</b> | Teórica |

## Presentación

Con esta asignatura comienza, en los Grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, el estudio del comportamiento humano y de los procesos cognitivos, y más concretamente, se inicia el análisis de cómo se procesa la información social. Podemos considerar la comunicación como un medio para la interacción social mediante el cual se intercambian representaciones de la realidad por parte de agentes activos que intentan compartir, influir o modificar las realidades de otras personas, de manera consciente o automática.

Para poder analizar en toda su complejidad los procesos psicológicos vinculados a la comunicación, comenzaremos con el estudio del comportamiento humano y de los procesos mentales asociados mediante el análisis de la evolución que ha sufrido la psicología a lo largo de los siglos, haciendo énfasis en las propuestas actuales de la ciencia cognitiva.

Posteriormente estableceremos las bases teóricas desde las que la psicología social aborda el estudio del comportamiento humano y de los acontecimientos que suceden en el mundo, dedicando una especial atención al estudio de la influencia, la obediencia a la autoridad, el papel que juega el contexto a la hora de predecir la conducta, la empatía y la conducta prosocial.

A continuación profundizaremos en el estudio de una de las necesidades básicas del ser humano: la necesidad de cognición. Nos adentraremos pues, en un camino tan apasionante como sinuoso que está presidido por la que se considera nuestra característica más distintiva: pensar. Entre otras muchas ideas analizaremos cómo procesamos la información, cómo la organizamos, y los errores o sesgos que solemos cometer al pensar.

El estudio de la personalidad será nuestro siguiente objetivo. Desde una primera aproximación, casi intuitiva, comentaremos que la personalidad permite que nos diferenciamos unos de otros. La personalidad expresa las diferencias, es decir, permite explicar que ante los mismos hechos y situaciones, las respuestas y conductas de las personas puedan ser diferentes. Intentando profundizar en las investigaciones científicas actuales de una manera sencilla, clara y a la vez precisa y rigurosa, analizaremos la relevancia de la personalidad a la hora de predecir y explicar el comportamiento humano en los procesos comunicativos.

Posteriormente nos detendremos en el estudio de la experiencia emocional (sentimientos, afectos, estados de ánimo) que está presente en nuestra vida diaria e impregna, con mayor o menor intensidad, cada una de nuestras interacciones sociales.

Finalmente nos centraremos en el estudio de los procesos de comunicación persuasivos, analizando con gran profundidad las variables psicológicas más relevantes del emisor, del mensaje y del receptor.

## Competencias y/o resultados del aprendizaje

### Competencias Generales

- CG3. Capacidad para conocer el estado del mundo y de su evolución histórica reciente, así como de sus características y parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- CG7. Capacidad para organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y su relación con otras ciencias sociales y humanas.

### Competencias específicas

- CE6. Capacidad para entender los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que ésta desempeña en los procesos psicológicos

### Resultados del aprendizaje

- Aplicar la metodología científica propia de las teorías de la comunicación.
- Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios más adecuados.

## Contenidos Didácticos

- 1 Historia de la psicología
  - 1.1 Comenzamos con el estudio de la psicología
  - 1.2 La ciencia en evolución. Cambios históricos y paradigmáticos
  - 1.3 Paradigmas y etapas en la psicología
    - 1.3.1 La psicología del alma
    - 1.3.2 La psicología filosófica de la mente
    - 1.3.3 La psicología científica de la mente
    - 1.3.4 La psicología de la conducta
    - 1.3.5 La psicología holista de la Gestalt
      - 1.3.5.1 Sus bases teóricas
    - 1.3.6 La psicología de la mente y la conducta
  - 1.4 La ciencia cognitiva
    - 1.4.1 La metáfora del ordenador
    - 1.4.2 La simulación
    - 1.4.3 La modularidad
    - 1.4.4 La cronometría mental
    - 1.4.5 El campo de la memoria
    - 1.4.6 El proceso atencional
    - 1.4.7 Formas de procesamiento
    - 1.4.8 El campo del lenguaje
- 2 Introducción a la psicología social
  - 2.1 Comenzando con el estudio de la psicología social: la influencia
    - 2.1.1 La obediencia a la autoridad. El experimento de Milgram
      - 2.1.1.1 El diseño experimental
      - 2.1.1.2 Los resultados
      - 2.1.1.3 Las conclusiones
    - 2.1.2 El poder de la situación. El experimento de la cárcel de Stanford
      - 2.1.2.1 El diseño experimental
      - 2.1.2.2 Los resultados
      - 2.1.2.3 Las conclusiones
  - 2.2 Empatía, altruismo y conducta de ayuda
    - 2.2.1 La empatía

- 2.2.2 Cooperación, solidaridad y altruismo
- 2.2.3 ¿Por qué no ayudamos?
- 3 Cognición social: el procesamiento de la información social
  - 3.1 Pensar y conocer, necesidades vitales
  - 3.2 La cognición social
  - 3.3 Organizando la información
    - 3.3.1 Los guiones (scripts)
    - 3.3.2 Los esquemas
    - 3.3.3 Las categorías sociales
  - 3.4 El pensamiento: prototípico o categorial
  - 3.5 Los errores que cometemos al pensar: los sesgos inferenciales
    - 3.5.1 Sesgo de disponibilidad
    - 3.5.2 Sesgo de representatividad
    - 3.5.3 Sesgo de ajuste
    - 3.5.4 Optimismo ilusorio
    - 3.5.5 Sesgo de negatividad
  - 3.6 El procesamiento automático de la información
- 4 Psicología de la personalidad
  - 4.1 ¿Qué es el yo? Identidad y personalidad
  - 4.2 La autoconciencia
  - 4.3 La autoestima
    - 4.3.1 Tipos de autoestima
      - 4.3.1.1 Autoestima general frente a autoestima específica
      - 4.3.1.2 Autoestima como rasgo frente a autoestima como estado
      - 4.3.1.3 Autoestima personal frente autoestima social
    - 4.3.2 El proceso de adquisición de la autoestima
      - 4.3.2.1 La retroalimentación social
      - 4.3.2.2 La comparación social
      - 4.3.2.3 Los resultados conductuales
  - 4.4 El autoconocimiento
    - 4.4.1 El autoconcepto
  - 4.5 Variables interpersonales en la configuración de la personalidad
  - 4.6 Variables macrosociales en la configuración de la personalidad
    - 4.6.1 El «yo» actual y la modernidad
  - 4.7 Una nueva perspectiva en el estudio de la personalidad. La personalidad narrativa
- 5 Las emociones
  - 5.1 ¿De qué hablamos cuando nos emocionamos?
  - 5.2 La naturaleza de las emociones
    - 5.2.1 La emoción como preparación para la acción
  - 5.3 Emociones y personalidad
    - 5.3.1 Las predisposiciones emocionales
    - 5.3.2 Las tendencias emocionales y los modelos de rasgo en personalidad
    - 5.3.3 La personalidad como determinante de las emociones
    - 5.3.4 La otra dirección de causalidad. La influencia de las emociones en la personalidad
  - 5.4 Desde otra perspectiva. Las emociones sociales
    - 5.4.1 Los fundamentos de las emociones sociales
- 6 Psicología de la comunicación. Persuasión y cambio de actitudes
  - 6.1 Introducción a la psicología de la comunicación
  - 6.2 Las actitudes
    - 6.2.1 El cambio de actitudes
  - 6.3 Modelos históricos en el estudio de la comunicación persuasiva
  - 6.4 El modelo de probabilidad de elaboración (elm)

- 6.4.1 La cantidad de pensamiento: motivación y capacidad del receptor
- 6.4.2 La dirección o valencia del pensamiento
- 6.4.3 El concepto de múltiples roles de las variables persuasivas
- 6.4.4 Los procesos metacognitivos
- 6.5 Los procesos de comunicación a través de los medios
  - 6.5.1 Una perspectiva histórica
- 7 El emisor
  - 7.1 La fuente de la comunicación persuasiva
  - 7.2 Características de la fuente. La credibilidad
    - 7.2.1 La competencia de la fuente
    - 7.2.2 La fiabilidad de la fuente
  - 7.3 Características de la fuente. El atractivo
    - 7.3.1 La similaridad
    - 7.3.2 La familiaridad
    - 7.3.3 La belleza
    - 7.3.4 La fama
  - 7.4 Características del emisor. El poder
    - 7.4.1 El poder como capacidad de otorgar castigos o recompensas
    - 7.4.2 El poder legítimo
    - 7.4.3 El poder informativo
  - 7.5 Procesos en la comunicación persuasiva. Mecanismos basados en la cognición primaria
    - 7.5.1 Las características del emisor pueden servir como pistas
    - 7.5.2 Las características de la fuente pueden afectar a la cantidad de pensamiento
    - 7.5.3 Las características de la fuente pueden afectar a la dirección del pensamiento
    - 7.5.4 Las características de la fuente como argumentos
  - 7.6 Nuevos procesos en la comunicación. Mecanismos basados en la cognición secundaria
- 8 El mensaje
  - 8.1 Comenzamos estudiando la composición del mensaje
  - 8.2 Tipos de mensajes: mensajes racionales frente a mensajes emocionales
  - 8.3 Mensajes emocionales y comunicación: mensajes inductores de miedo
  - 8.4 Mensajes racionales y comunicación
    - 8.4.1 El contenido del mensaje
      - 8.4.1.1 Probabilidad de ocurrencia y deseabilidad de las consecuencias contenidas en el mensaje
      - 8.4.1.2 Novedad de los argumentos
      - 8.4.1.3 Cantidad de argumentos
      - 8.4.1.4 Presentación positiva frente a presentación negativa de los argumentos
      - 8.4.1.5 Mensajes de un lado frente a mensajes de dos lados
      - 8.4.1.6 La importancia del tema del mensaje para el receptor
    - 8.4.2 Los aspectos formales del mensaje
      - 8.4.2.1 Conclusiones explícitas frente a conclusiones implícitas
      - 8.4.2.2 El uso de las preguntas retóricas
      - 8.4.2.3 Organización del mensaje
- 9 El receptor
  - 9.1 El papel del receptor según el Modelo de Probabilidad de Elaboración
  - 9.2 Necesidades y motivos del receptor: su incidencia para el cambio de actitudes
    - 9.2.1 Necesidad de conocimiento y comunicación
      - 9.2.1.1 Necesidad de cognición
      - 9.2.1.2 Necesidad de evaluación
      - 9.2.1.3 Necesidad de cierre cognitivo
      - 9.2.1.4 Incertidumbre de causalidad
      - 9.2.1.5 Autoconciencia
    - 9.2.2 Necesidad de consistencia y comunicación

- 9.2.2.1 Preferencia por la coherencia
- 9.2.2.2 Resistencia a la persuasión
- 9.2.2.3 Reafirmación frente a contraargumentación
- 9.2.3 Necesidad de estima y comunicación
- 9.2.4 Necesidad de aprobación e inclusión social y comunicación
  - 9.2.4.1 Necesidad de unicidad
  - 9.2.4.2 Individualismo-colectivismo
  - 9.2.4.3 Maquiavelismo
  - 9.2.4.4 Diferencias individuales en la motivación para controlar el prejuicio
- 9.2.5 Autocontrol: el control de la propia conducta
- 10 Nuevas perspectivas en el estudio de la comunicación
  - 10.1 El procesamiento no consciente de la información. Los procesos automáticos
    - 10.1.1 El pensamiento inconsciente o incubación
    - 10.1.2 Las limitaciones de la introspección
  - 10.2 La medición de los procesos automáticos en la comunicación
  - 10.3 Primeros pasos en los nuevos paradigmas
    - 10.3.1 Medidas explícitas y procesos explícitos de comunicación
    - 10.3.2 Medidas explícitas y procesos implícitos de comunicación
    - 10.3.3 Medidas implícitas y procesos implícitos de comunicación
    - 10.3.4 Medidas implícitas y procesos explícitos de comunicación
    - 10.3.5 Los procesos explícitos e implícitos, ¿cómo afectan a las medidas implícitas?
  - 10.4 Las teorías de sistemas de procesamiento duales
    - 10.4.1 Principales limitaciones de las teorías de sistemas duales

## Contenidos Prácticos

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

- Análisis crítico de la influencia social
- Redacción de informes sobre identidad narrativa
- Análisis de los mensajes en la comunicación persuasiva

## 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

- Díaz, D. (2013). Psicología de la Comunicación. Madrid: Ed. CEF.