

BLOC I. Aspectes individuals de la conducta social humana

• EL PROCÉS DE COGNICIÓ I PERCEPCIÓ SOCIAL

PROCESSOS PSICOSOCIALS: EL COMPORTAMENT SOCIAL I INDIVIDUAL

El individu desenvolupa unes funcions que fa que interpreti el seu voltant d'una manera particular.

Processos que fan possible aquesta interpretació:

- La **percepció d'objectes i persones**: La percepció dels objectes no hi ha errors normalment, però la percepció dels humans pot ser enganyosa. La percepció es té a través d'uns estímuls, els més importants.
- Quan la informació és processada, apareix el mecanisme de la **atribució**: Mecanisme pel qual expliquem la nostra conducta i la dels altres. Afavoreix a un mateix, es busquen justificacions de per què fem les coses o ens comportem d'una manera determinada.
- Una barreja dels dos anteriors: **els estereotips**: Són maneres pautades socialment de percebre, explicar i interpretar la realitat que ens envolta, el comportament de altres individus. Es formen a nivell individual, però defineixen característiques que formen part d'un grup social.

Després de l'estereotip ve el prejudici i després la discriminació.

- La última fase, **les actituds**: Judici, valoració prèvia que es fa davant una determinada situació. És molt important perquè si conec les actituds, sabem com actuarà l'individu ja que nosaltres actuem segons les nostres actituds.

PROCÉS DE PERCEPCIÓ SOCIAL I DE PERCEPCIÓ DE PERSONES

Percepció: Tria i interpretació de la informació que ens arriba del exterior. És el mecanisme que ens posa en contacte amb la realitat.

El mecanisme bàsic per explicar la percepció és la **sensació**: vivència senzilla derivada de la estimulació d'un òrgan sensorial.

L'escola de la Gestalt va ser la important. Va estudiar la importància de la percepció de l'individu de la realitat i que condiciona la conducta de la persona. Volien veure les lleis comuns per tots.

P. ex: la llei de la proximitat o la de continuïtat

Tot això en la percepció social és igual. Es perceben una sèrie d'estímuls d'una persona que fa que es formi la percepció d'aquesta persona.

La percepció de la situació (conjunt d'estímuls) també condicionen la conducta.

La percepció social i de persones és el procés de percepció de les relacions entre individus i la percepció de la influència que tenen det. estímuls de l'entorn en aquesta interacció.

Els estudis de percepció social es poden generalitzar amb la general.

Però la percepció d'objectes i de persones és diferent. Els objectes poden tenir una sèrie d'errors a l'hora de percebre'ls.

La **percepció de persones** és més complexa que la d'estímuls físics perquè es fan servir més estímuls. Necessitem una informació prèvia.

Quan percebem un objecte físic amb els seus estímuls no enganyen, però la cara d'una persona ens pot enganyar.

El resultat final del procés de percepció social és la **formació d'impressions**: imatge perceptual que tenim d'un individu una vegada analitzats tots els estímuls que s'han tingut d'ell. Pot ser bona o mala impressió. I segons sigui bona o dolenta, tindrem una conducta o una altra davant la persona.

TEORIES IMPLÍCITES DE LA PERSONALITAT (TIP)

Són mecanismes que fem servir per percebre de manera automàtica determinades característiques (trets de personalitat) de les persones. Assignem determinades característiques a trets de personalitat.

P.ex: ens presenten una persona i ens diuen que estudia belles arts. Podem imaginar que aquesta persona és imaginària, sensible, etc. Tendim a fer servir característiques d'un subjecte amb els seus trets, així formem la nostra impressió sobre aquesta persona.

Com es mesuren els trets que extrèiem dels subjectes?

- Fem un llistat d'adjectius
- Escrivim tots els trets que relacionem amb aquests adjectius

gitano:,,, ...

pagès:,,, ...

Com s'associen els trets?

Per una qüestió de categories entre bo i dolent. Les categories són àmplies i canviants. Les teories implícites de la personalitat es dona mitjançant l'aprenentatge. Aquestes sorgeixen quan extrèiem informació d'una persona.

P. ex: Pensar que una persona és pija donat per la manera de comportar-se, parlar,...

Quins són els 1ers. treballs sobre la percepció?

Treballs que es basen en la codificació i descodificació. Hi ha dos maneres d'organitzar la informació:

- A partir de l'acumulació o suma de la informació. La impressió d'una persona donada per un cúmul d'informació.
- Model del promig: Per percebre una persona sumem la informació positiva i li restem la negativa i ens formem finalment una impressió.

També podem trobar el model de la mitja ponderada: donem un pes a la informació positiva i la negativa.

P. ex: el professor prepara bé la classe, però és un borde ! és un bon professor

Fase d'emmagatzematge de la informació

- **Efecte HALO:** Tot el que té bona pinta és bo. Classificació entre maco i lleig. Ho fem en la **teoria de la impressió**.
- **Efecte de la precedència:** Tendim a relacionar un estímul o una situació a una impressió anterior.

P. ex: Veiem un noi maco i després, en veiem un altre mig tipo danone; el supavalorem ().

- **Efecte de contigüitat temporal:** Estímuls que ens venen a la vegada.

P. ex: que vinguin dos nois a la vegada

Organitzem la informació mitjançant aquests efectes. També és important estudiar el procés de formació d'impressions influït pel procés d'emmagatzematge; explicació de la conducta i desenvolupar el conjunt d'actituds o judicis.

• EL PROCÉS D'ATRIBUCIÓ

Atribució: Procés d'explicació de la conducta que desenvolupem i que desenvolupen els altres. És un mecanisme individual, manera particular d'estratègies.

Roher desenvolupa uns estudis. Hi ha una ubicació de control (locus control) que permet regular el procés d'atribució. El locus control és intern de la persona i n'hi ha un altre que pot ser ubicat fora, un locus control extern.

Nosaltres manipulem la ubicació del locus control segons les conseqüències. Si són positives, atribuirem el locus control en el interior. El subjecte es farà responsable de les seves conductes si pot extreure beneficis.

P. ex: acceptar que he salvat un gat (pq trobaré el benefici i agraïment dels veïns)

Per altra banda, si la situació o les conseqüències són negatives, atribuirem el locus control en l'exterior.

P. ex: He suspès pq no he estudiat prou, la culpa és del professor que no s'explica prou bé.

Per què fem servir aquest mecanisme?

Per no tenir una autoestima baixa, no culpabilitzar-se dels fets. Pot ubicar algunes de les seves conductes en el extern o intern i evitar que caigui en una situació de baixa autoestima. És un **mecanisme d'adaptació**.

Què fem quan atribuïm?

- Establim el control sobre una situació determinada
- Salvaguardem l'autoestima
- Donem una imatge coherent davant d'altres

Quines teories s'han desenvolupat per explicar l'atribució?

Hi ha tres línies formulades per tres autors:

- **Teoria ingènua de l'acció (TIA) per Heider**

Cada una de les conductes que el subjecte explica es basa en nivells de responsabilitat (fins a quin punt el

subjecte està abocat en aquesta conducta), motivació (ganes de fer la conducta) i situació (fins a quin lloc s'atribueix la conducta).

P.ex: Alumne suspèn l'examen. Estava poc motivat i havia estudiat poc (responsabilitat baixa). A partir dels companys, atribueixo (situació). Diu que és un desastre.

Una persona suspèn. Havia estudiat (R alta), li agradava l'assignatura (M alta) i hi havia molta gent. Atribuirà el seu suspès a efectes externs.

Situació amb molta gent ! control baix

Situació amb poca gent ! control alt

L'atribució dependrà en gran part de la situació o context, el més important per Heider.

• Teoria de les inferències corresponents (TIC) per Jones i Davis

Inferim característiques personals a partir d'una conducta observada. Intencionalitat. L'element fundamental per Davis és la intencionalitat. Mirem les conseqüències de la situació per nosaltres. Si la conducta pot aportar avantatges, no ens preguntem el per què i ens atribuirem la conducta com a responsables si ens afavoreix.

P. ex: si suspèn i la gran part de la classe també, no ens preguntem per què. En canvi, si ets l'únic que has suspès, llavors et preguntaràs què ha passat.

Si la conducta ens porta desavantatges, ens preguntem el nivell d'inferències i de la intencionalitat.

Situació negativa ! més inferència

Situació positiva ! menys inferència

+ intencionalitat ! moltes més inferències

La teoria de les inferències respecte a la atribució ha de buscar un mètode de búsqueda; les emocions, intentant superar les atribucions i prenem decisió de la justificació o no, de la conducta.

P. ex: l'emoció recolza l'apego (la teva conducta per casualitat ! un que aprova + que un altre.

Problemes que planteja aquesta teoria

Quan el subjecte fa det. conducta que pot tenir efectes positius o negatius per a ell o els altres, la teoria no va bé perquè s'ha de buscar un mecanisme de búsqueda diferent fins ara. I sempre anem a les nostres emocions buscant la manca d'intencionalitat.

• Els esquemes causals (EC) per Kelley (examen)

L'atribució es desenvolupa seguint uns esquemes que ens diuen quin procés d'atribució és millor.

Per ell, nosaltres utilitzem tres models d' EC:

1er. Model de la Covariança

Quan nosaltres utilitzem el mecanisme d'atribució, tenim en compte:

- el consens: grau de que totes les persones actuen igual que jo en aquesta situació.
- distintivitat: Fins a quin punt el que observem és raro o no.
- consistència: Fins a quin punt, la resposta que observem o realitzem e repeteix en altres situacions.

Després d'aquests 3 passos, elaborem la conclusió.

2on. Model de lloc d'ubicació del consens

En tots els treballs empírics hi ha un element que permet fer esquemes, explicacions diferents: la ubicació del consens

Vol simplificar molt el primer model dient que en det. situacions, l'element distintiu a l'hora de elaborar esquemes explicatius és el lloc d'ubicació.

Es busquen els esquemes més habituals entre tots.

P. ex: Si la meua conducta coincideix amb la dels altres ! atribució. No potenciaré, ni m'interessarà tenir esquemes singulars.

3er. Esquemes causals

Són el resultat final de tot el seu treball dels models anteriors. Són mecanismes convertits per tots els individus que s'utilitzen per ...

Són les regles finals habituals que resulten d'atribuir causa–efecte

–Esquemes de causes suficients múltiples (CSM)

–Esquemes de causes necessàries múltiples (CNM)

Tracten d'explicar l'efecte d'una conducta a partir de diferents causes que es produeixen en el moment de la producció d'aquesta conducta.

Amb la particularitat que cada una d'aquestes és suficient per produir el mateix efecte.

P.ex: – no he estudiat

- el profe no en sap efecte = suspès
- examen difícil
- molta teoria

Causes necessàries múltiples: Quan atribuïm (expliquem) una conducta a partir de la relació entre causes.

P. ex: – accident–hospital

- no he estudiat efecte = suspès
- ... No es pot saber si sense accident hagués suspès

En els mecanismes d'atribució, també s'han observat els errors atribucionals, es a dir, les equivocacions basats per l'extracció d'informació o bé basats per l'ús d'esquemes causals inadequats.

Tipus d'errors:

- **Tendència confirmatòria:** error que e dóna quan intentem de buscar informació per tractar de confirmar creences que tenim.
- **Tendències egocèntriques:** error que es produeix quan, de manera repetida, fem servir el mecanisme d'atribució pq ens afavoreixi o ens doni la raó. Les que no m'afavoreixen no en faig cas.
- **Error fonamental de l'atribució:** dóna més importància a determinades característiques personals que les característiques de la situació a l'hora d'avaluar una conducta. Creure que tinc una influència tan gran que l'atzar no existeix.

P. ex: les supersticions

- **Error falsa originalitat:** error que es basa en creure que no hi ha ningú més que utilitzi el teu esquema o fórmula d'atribució. Per tant, difícilment ningú serà capaç d'explicar la conducta igual que tu.
- **Error fals consens:** És el contrari de l'anterior. Pensar que la teva manera d'explicar un fenomen és el mateix que la dels altres i per tant, tothom treu les mateixes conclusions.

Sesgos atribucionals

Maneres específiques d'orientar el procés d'atribució.

Són 2: orientar el procés d'atribució massa al teu favor o excessivament en contra teva.

Ens permeten veure la inclinació cap a aspectes positius o negatius. Tendències d'explicació.

Poden ser sesgos individuals o grupals

(tot el grup té un mecanisme d'atribució esbiaixat) + difícil de canviar.

Sesgos individuals:

- **Estil atribucional egòtic:** Consisteix en fer servir una manera biaixada d'atribució on al mateix temps s'atribueixen resultats positius i negatius a una conducta que jo he desenvolupat cap a fora. ! amagar-se

Defensar-te o creure que t'estàs defensant d'una situació. No es defineix per poder-se salvaguardar.

- **Estil atribucional insidiós:** És radicalment contrari a l'anterior. Es caracteritza per atribuir sempre d'una manera definidament cap a fora. ! no responsabilitzar-se

Tot el que em passa és culpa de les circumstàncies, Jo no h fet res, no és culpa meva.

Aquests dos biaixos es donen per evitar responsabilitzar-se en det. pautes de conductes, encara que es vegi clar que ho hem fet. Comencen a ser dolents quan els fem servir sempre.

Sesgos grupals: causats per l'entorn grupal

- **Biaix general d'atribució grupal:** És quan es dóna un procés d'atribució on la explicació de la conducta d'un subjecte que no pertany al meu grup és la mateixa que la explicació que fan la resta de subjectes que pertanyen al meu grup.

P.ex: Si tots els alumnes creuen que un profe és molt dolent pq és molt dur, per poder pertànyer al mateix grup he de pensar igual.

- **Personalisme vicari:** Es desenvolupa quan tenim una tendència a creure que els membres dels altres grups sempre actuen d'una forma intencionada contra nosaltres pel fet de pertànyer a det. grup.

P.ex: la discriminació. Alguns individus creuen que tots els altres van en contra d'ell.

Es produeix, moltes vegades, de forma automàtica quan estem en un grup. Moltes vegades són visions falses de la realitat.

Una altra manera automàtica de donar sentit a la realitat són els **aurístics**.

Els **AURISTICS** tenen un model que permet extreure informació i organitza d'una manera automàtica.

S'extreu informació per formar-nos una idea de la realitat que ens envolta. Com a model és una regla cognitiva. Això vol dir que està basada en l'aprenentatge que cada un fa de diferents models i la creació de nous models que fem tots nosaltres.

Tenen una finalitat clara: no haver de fer servir mecanismes més complexes per analitzar situacions.

Ens permet donar una resposta ràpida encara que no sigui la correcta, però no importa.

P.ex: 10 notes, 2 dolentes, 8 bones. En general ha anat bé i ja està. No cal buscar què he fet malament o bé en cada examen i què en té la culpa.

Tipus d'aurístics:

- **De representativitat:** es basen en l'informació que crèiem que és la més freqüent, encara que no ho sigui, però que ja ens va bé.
- **De disponibilitat:** es basen en que det. fenòmens apareixin simultàniament. No interessa el més representatiu sinó els que apareixen junts.

P. ex: quan tots fan malament una pràctica

- **De simulació:** són els que es fixen en situacions que són idèntiques d'alguna cosa que ens pot passar, premonitòries.

P.ex: el profe no porta carpeta, potser no farem classe

Supersticions

Si no funciona no passa res

- **D'anclatge o ajust:** és el que permet recolzar-nos en la realitat, i a partir d'aquí fer processos d'ordre superior d'informació.

P.ex: avui porta transparències, la classe serà més entretinguda

Models que s'han desenvolupat per explicar els aurístics

- El propi funcionament de l'aurístic justifica la funcionalitat del mateix.

Ens permet i establir categories, explicar conductes o actituds.

- La funcionalitat de l'aurístic es basa en el fet de realitzar inferències causals. Extreure informació que es relacioni amb det. efecte, relacionar (causa–efecte).
- L'aurístic té una funció estructural i d'equilibri. L'aurístic evita una excessiva dispersió entre els raonaments dels subjectes, referint-se a aspectes d'actituds, gustos i preferències. Evita conflictes entre tots els raonaments que ens envolta.

P.ex: el profe és simpàtic, explica bé però no m'acaba de caure bé. He de trobar una explicació pq m'acabi caient bé.

3. ELS ESTEREOTIPS I PREJUDICIS

Després de l'atribució i l'aurístic, sorgeixen una sèrie de processos que demanen accedir a la memòria, al pensament i .

ESTEREOTIP

Parlem d'un pensament inferior o forma inferior de pensament que fem servir per defensar–nos de manera indiv. davant de situacions o individus que suposem que ens amenacen.

Mai es basa en processos d'inferència entesa com a procés d'informació.

P.ex: el profes universitaris són durs i inaccessibles.

Funcionalitat: permeten que en una situació nova o que no controlem puguem sortir millor.

Els raonaments no tenen pq tenir contrast amb la realitat. Tenen unes caract. estructurals:

- Són rígids: es basen en 2 o 3 arguments
- Fan servir elements que reforcen la rigidesa: etnocentrisme. Amb la valoració del grup ètnic al qual es pertany.
- Solen ser compartits per det. individus d'un mateix grup.
- Moltes vegades són els que ens fan comportar–nos d'una manera o una altra.

Es van estudiar els estereotips ètnics i biaixos atribucionals. Error en pensar que els estereotips només eren ètnics. Tajfel va trencar, als 80, aquest pensament.

Elements fonamentals a l'hora de generar un estereotip:

- **Consens:** com més consens entre els que elaboraven els estereotips.....
- **Contrast:** quan l'estereotip s'ha consensuat, després s'ha de provar

La excepcionalitat pot trencar els estereotips elaborats pels cànons.

PREJUDICI

És un segon nivell de pensament referit a la situació i els individus que ens envolten.

Es basa en la càrrega afectiva que afegim en aquesta forma de pensament simple, senzill o bàsic.

Si l'estereotip es basa en aspectes físics objectibables, els prejudicis es basen en la càrrega afectiva que jo poso en aquest pensament.

Sense aquesta càrrega afectiva, els pensaments rígids que donen suport al prejudici, no tindrien força suficient per aconseguir moure el subjecte a favor o en contra davant aquella situació o individu. Per tant, és més irracional, més emocional.

Els primers estudis es van fer amb els grups ètnics.

Sobre l'estereotip s'hi afegirà el prejudici i s'arribarà a agafar mania i a discriminar a algú sense haver interactuat amb ell. L'estereotip és fàcil de canviar per ell mateix, però quan s'hi afegeix la càrrega emocional del prejudici, costa més.

Tb hi ha prejudicis en l'àmbit laboral. El novato és el pringat.

DISCRIMINACIÓ

És un pensament rígid que a més de càrrega emocional té una manifestació conductual.

Sobre un anàlisi estereotipat, s'hi afegeix una càrrega emocional i sobre aquest s'hi afegeix la conducta.

Et comportes segons el pensament rígid. És la materialització en forma de conducta de l'estereotip. Poden ser conductes verbals o agressives en contra d'algú.

Les conductes de discriminació es poden manifestar sense haver-hi un contacte previ.

En els estereotips, no només no hi ha procés d'informació sinó que no interessa, pq massa informació pot trencar l'estereotip.

Orientacions més importants al estudiar el prejudici

Aspecte cognitiu del prejudici: com l'individu afegeix un element emocional en un pensament rígid. Racionalitzar aspectes emocionals. Com més racionalitzada està l'emoció, més justificada està la conducta que portarà a la discriminació.

L'element que permet la racionalització és la **motivació** pq és la que permet veure la intencionalitat.

Es busca una coherència entre aspecte emocional i el racional per guardar la imatge.

Els prejudicis et poden fer actuar d'una manera discriminatòria, negativa però tb d'una manera positiva.

Com es mesuren els estereotips?

A partir de 4 eines fonamentals:

- **Un llistat d'adjectius.** Es pretén que l'individu avoqui en un full, un seguit de pautes d'organitzar el pensament no basades en la inferència.

P.ex: moros

(no experiència) (experiència)

Adjectius Estereotips Procés inferència

masclistes

estrangers masclistes estrangers

religiosos religiosos

bruts... bruts

- **Escala diferencial semàntica:** buscar, si es pot, adjectius bipolars

P.ex: masclistes.....feministes

- **Proves estadístiques** que permeten relacionar puntuacions mitjanes. Els que donen puntuacions més altes tindran més tendència al racisme. Si és al revés, tindran una visió massa bona de certes persones.
- **LES ACTITUDS: FUNCIONS I ESTRATÈGIES DE CANVI**

ACTITUDS: Predisposició a actuar davant d'una situació, d'una manera determinada que té cada individu.

Alguns autors diuen que l'important és la valoració que cada un fa d'una situació i en conseqüència, com actua.

Les actituds són el concepte clau per poder fer el pronòstic de la conducta humana.

La nostra conducta sempre serà coherent amb el conjunt de les nostres actituds.

P. ex: Si tenim rebuig per uns individus, intentarem evitar-los.

Les actituds tenen 3 components (així s'explica on estan):

- **Component cognitiu:** Tots els aspectes racionals, lògics (idees, pensaments o estereotips)
- **Component emocional o afectiu:** Càrrega emocional que fa que els individus evoquin emocions darrera una actitud.
- **Component conductual:** Tota actitud es manifesta en conducta

FUNCIONS DE LES ACTITUDS

- **Adaptació:** A partir de les nostres actituds ens adaptem al medi. Ens intentem adaptar per no ser diferents.
- **Defensa del JO o estima personal:** Ens permetem abocar fora els trets que considerem inacceptables per nosaltres. Així aconseguim que els altres es formin quina és la nostra imatge.
- **Expressar valors:** Ens ajuden a donar valor als nostres valors. Moltes vegades confonem la estructura actitudinal, la forma d'actuar amb l'estructura de valors. Les actituds dels subjectes expliquen els valors que es tenen.
- **De coneixement:** Per mitjà de les actituds donem sentit al que ens passa.

Com es desenvolupen les actituds?

En base a 3 models:

- **Model de Heider:** Proposa que entre les actituds d'un subjecte, la realitat i situació on es troba, hi ha un equilibri.

Sempre contrastem les nostres actituds amb altres individus i busquem que tinguin actituds complementaries a les nostres. Si es produeix un desequilibri, quan l'altre no està d'acord, fem un procés de canvi per trobar l'equilibri.

- **Model de resistència de Osgood:** Les actituds s'organitzen amb aspectes de resistència.

Hi ha unes actituds més resistents i per tant més difícil de canviar i altres més fàcils.

El canvi d'actituds més consolidades per ell són les que han pogut ser contrastades en forma de conducta. Les que no són contrastades es poden canviar més fàcilment.

Les actituds que es generen per estereotips, si no hi ha experiència, acaben caient.

Osgood deia que per canviar les actituds, primer s'havien de dividir entre actituds contrastades i no contrastades.

- **Model de dissonància cognitiva de Festinger:** L'organització de les actituds es desenvolupa a partir d'elements dissonants, que són els que desestabilitzen el component lògic de les actituds.

A partir dels 3 models es van desenvolupar els sistemes de mesura. Les escales de mesura són:

- **Escala de Thurstone :** S'utilitzen criteris (acord– desacord)
- **Escala de Likert !** la més habitual : Es presenta un enunciat, la valoració és numèrica marcant el grau d'acord– desacord (1–7)

Aquest és el millor pq és capaç de fer una valoració de la seva actitud amb un número.

- **L'escalograma de Guttman:** Tb fa servir números, però elimina els números centrals.
- **El diferencial semàntic d'Osgood:** És diferent. Fa servir adjectius bipolars referent a det. col·lectiu i un número de punts entre mig.

Se li presenta una sèrie d'ítems a l'individu i ell ha de posicionar-se davant d'ells.

Hi ha diferents jutges.

Les diferències entre les escales és la presentació de la resposta.

MODELS COMBINATORIS DELS CANVIS

Intenten millorar els models anteriors.

En arribar a informació des de l'observació directa a partir del contacte directe també des dels processos d'inferència i també a partir d'altres individus. Tendim a creure'ns d'una manera molt ingènua, la informació que ens arriba d'altres individus i tenim tendència a acceptar com a certs els missatges externs que ens inspiren confiança emissors amb credibilitat.

Elaborem una combinació de la informació per observació, inferències i per altres.

La podem fer seguint dos models o esquemes:

- **Model d'acció raonada:** la combinació es fa en base a un judici probabilístic que dóna com a resultat una intenció conductual, una probabilitat d'actuar.

Actituds que entren en joc:

– les actituds personals, la avaluació positiva o negativa per desenvolupar determinada acció de manera

personal

– pressió social: conjunt de variables de l'entorn que configuren una norma subjectiva.

Cada individu posa un pes específic a cada una de les variables que configuren les nostres actituds i que determina la intencionalitat de la conducta.

IC= pes A+ pes PS A= component personal

PS= component ambiental/contextual

Els models anteriors només tenien en compte l'aspecte personal.

- **Model d'integració formativa:** les actituds es generen a partir d'un judici actitudinal que fa el subjecte cada vegada que li arriba informació nova. L'actitud es configura a partir de promitjos al pes i el valor de l'actitud inicial amb el pes i valor de la informació inicial.

El pes és la importància que té la informació.

El valor és la postura emocional favorable cap a determinada informació.

Quan arriba una informació nova es suma a denominador i numerador i com a resultat ens donarà una altra actitud amb un pes i valor de l'actitud1 i de la informació1 que seran diferents als inicials.

$PiV_{AI} + Inf. Nova PiV_{AI}$

A= "

$PiV_{II} + Inf. Nova PiV_{II}$

Aquests dos models han adaptat els nous qüestionaris. Han fet una escala de valoració donant importància al pes i al valor.

Serveixen perquè diuen que hi ha una sèrie de principis que diu que hi ha una relació directa entre actitud i conducta:

- **Principi de compatibilitat:** a través de l'estructura d'informació són capaços de fer compatibles les conductes dels subjectes amb la seva estructura actitudinal.

No hi pot haver una conducta incompatible o que vagi en contra de l'actitud.

Va molt bé per simplificar però no hi ha anàlisi.

- **Principi de la planificació:** a partir de les nostres actituds orientem la nostra conducta cap a determinats objectius. A conseqüència, les actituds serveixen per fer una planificació de la nostra conducta.

P. ex: Tinc ganes d'anar al cine per estar amb la parella, no per la peli i llavors busco justificacions per poder anar al cine (va bé sortir,...).

- **Principi de la accessibilitat:** les actituds tenen aquesta funció de permetre acostar-se al motiu fonamental de determinada situació/conducta.

- A partir de l'estructura actitudinal dels subjectes ens podem acostar a les **conductes habituals**: les que es fan de forma repetida i que es fan servir per prendre decisions i per desenvolupar conductes inapropiades. Podem distingir dels hàbits saludables i dels no saludables.
- Relació entre presentació d'un mateix, conducta i actituds. Tendíem a presentar conductes coherents amb les nostres actituds i amb la manera que tenim de representar-nos a nosaltres mateixos.

Estem avaluant el grau de percepció correcte de coherència entre el que creu i el que fa cada individu.

CANVI D'ACTITUD

És un posicionament que fem davant una situació que ens porta a una configuració nova de l'estructura actitudinal.

Esquema del canvi d'actituds

Actituds inicials Noves actituds

Informació/conductes

Nosaltres canviem contínuament d'actituds però no sempre podem predir els esdeveniments i es reben noves informacions. Per passar a noves actituds hi ha diferents processos o tècniques (3):

1ª. Tècnica del peu a la porta: manipula el procés que es dona entre actitud i conducta. Sempre posa en relació el que jo faig amb la meua actitud.

Tracta de demanar un petit canvi en la conducta del subjecte.

2ª. Tècnica de la bota baixa: demana a l'individu un petit canvi de conducta i demanar-li alguna cosa a canvi.

Aconsegueix que un individu faci una conducta. Es relaciona conducta i reforç

P. ex: comercial. Fem un sorteig, m'omple el qüestionari

A la segona situació que se li presenta, se li demana una mica més d'esforç

3ª. Tècnica del rentat del cervell: fonamenta el canvi d'actitud en el procés de verbalització d'una actitud. Amb la conducta verbal. Es tracta de aconseguir que l'individu canviï d'actitud.

Són importants les actituds poc consolidades (dissonants), les que volem que es verbalitzin.

Canvi a través de verbalització en un context d'aïllament.

PERSUACIÓ

Combina els aspectes de relació d'actitud i conducta amb el procés d'informació.

Element important: tot emissor té:

- habilitats comunicatives
- coneixements

- sistema social
- cultura
- actituds

Per persuadir, primer he d'avaluar les meves característiques actitudinals i des del destinatari (receptor).

Amb aquest estudi inicial puc adaptar el missatge:

- estructura
- elements
- continguts
- tractament
- codi

i el canal:

- vista (impacte)
- escolta
- gest
- somriure

Vol canviar actituds a través del procés d'informació però d'una manera raonada

E M

R C

Emissor: codifica, interpreta, descodifica un msg i l'envia al Receptor que fa el mateix i torna el msg al emissor.

UNIVERSITAT DE YALE (Pretty i Cacioppo)

Va veure que on hi havia el principal procés de persuasió era en el **procés configuracional**.

??????????

Un altre model, ja no integra la resposta cognitiva sinó la elaboració de la resposta. Per això es va dir que la informació té dos vies alternatives:

- **via central o ruta central:** implica una activitat cognitiva forta per part del receptor: una **via perifèrica** que implica un anàlisi molt superficial dels continguts lògics del msg i es fa servir més sovint.

Element central que ens fa triar és l'**element motivacional**: els objectius del subjecte fan que davant determinats msg

Central: – valoració crítica del msg

- hi ha una posada en comú amb elements previs
- codificació del msg

Perifèrica: – no hi ha valoració crítica

- hi ha una búsqueda de recompensa, no una posada en comú.

Mc. Guire desenvolupa un procés i un model complexe. Especifica 12 etapes en el procés persuasiu, de les quals, les més importants són:

- valoració del grau d'implicació personal entre E i R
- la manera d'articular el msg
- el número de factor o elements distractoris que es donen en el procés de comunicació. + distracció ! – persuasió

Com es pot aconseguir a nivell pràctic el resistir-se davant del procés persuasiu i incrementar els efectes del procés?

Els msg persuasius més resistents són els que demanen del subjecte una ruta central. Alhora que són msg que demanen una sèrie de respostes cognitives.

Podem potenciar-les:

- repetint el msg
- ampliant la complexitat del msg i la complexitat dels arguments
- implicant al receptor
- demanant que el receptor generi algun tipus d'opinió o resposta
- aprofundint en la accessibilitat de l'actitud. Buscant les que siguin poc resistents

Totes aquestes tècniques aconseguixen que el msg tingui més efectes persuasius duraders i que costi més de canviar.

Mecanismes que serveixen per defensar-nos dels msgs persuasius:

- **Proposat per Mc. Guire:** diu que ens podem vacunar davant dels msgs persuasius. Exposar al subjecte a atacs lleus dels msgs persuasius i tractar que aquests msgs no superin les defenses. Això fa que les persones no reaccionin a un msg persuasiu que les vacunades ja que després de rebre un msg pugui defensar-se.
- **Procés de prevenció:** consisteix a anticipar el procés persuasiu i aconseguir que el subjecte, quan li arribi el msg, o bé hagi creat contraarguments o bé no faci cas del msg.

• L'AMBIENT I LA CONDUCTA SOCIAL

Per la social hi ha dos tipus d'ambients:

- **Ambient físic:** el nostre ambient percebut
- **Ambient social:** totes les impressions que ens generen les persones

L'espai té un significat social. L'individu creu que té un entorn/territori que pot usar (públic) i un que no pot usar (personal).

Tots donem un mateix significat al que és utilitzar l'espai. Hall va veure quines eren les semblances que es donaven a l'hora d'utilitzar el territori.

Distància pública : 3'5 a 7 metres

Distància social: 1'5 a 3'5 metres ! potencia la interacció i comportaments socials que potencien l'intercanvi

d'informació.

Distància personal: 50 cm a 1'5 metres ! pautes de conductes interpersonals

Distància íntima, estreta o allunyada: 50 cm o menys ! interacció

Nosaltres fem servir l'espai i depenent de la distància ens marca unes pautes de conducta determinades.

Delimitem l'espai propi encara que estem en espais públics que només s'hi deixa entrar a les persones que autoritza. A aquest territori no accedeix ningú, més del metre o 1'20 metres (per defensar-se, fins i tot es poden fer reaccions agressives).

El territori i el seu ús té un aspecte social. Sobre l'ambient, segons Allport, l'ambient forma l'embolcall de la conducta de l'individu.

L'ambient es genera mitjançant dins/fora (interacció). Això aconsegueix donar un significat allò que l'envolta. L'individu explica el que passa a fora i ho fa seu.

La persona incorpora l'ambient en les seves pautes d'actitud.

P.ex: comprar un pis que és tot igual i quan la gent va a viure, el pis sembla diferent, pq cadascú ha fet seu l'entorn.

L'individu manipula i adapta l'espai a les seves preferències i dona significat social projectant la seva imatge personal.

En l'espai, trobarem elements personals, emocionals i simbòlics.

Quan fem servir l'espai desenvoluparem una **experiència ambiental** (little) que consisteix en canalitzar els interessos i relacions amb l'ambient a partir de 3 dominis:

- **Cognitiu**
- **Afectiu** com l'actitud
- **Conductual**
- Contingut i estructura del lloc físic. Explicarem el lloc físic i li donarem un sentit.
- Càrrega emocional a l'espai o entorn que estem analitzant.
- Delimitarem la freqüència i tipus de conducta que es desenvolupa com els usos que es fa en l'espai.

P. ex: comprem un pis

- La primera experiència: mires quantes hab. que té, m2, si és vell,....! aspecte cognitiu
- Està ben situat i el pis m'agrada molt ! referència a l'aspecte emocional.
- Faré una celebració en el pis. En el menjador faré gimnàstica i altres activitats. Referència a l'aspecte conductual.

Anàlisi de les actituds i fer una intervenció en els canvis de les actituds.

L'ambient físic consisteix en una estructura que facilita l'acció i crea les actituds necessàries per desenvolupar accions. El psicòleg social en l'ambient:

- Analitza els escenaris de conducta des d'una perspectiva cognitiva intentant descriure espais, settings de conducta (behavior). Els behavior settings són espais que són descrits per la mateixa dels subjectes

pensant en el potencial conductual (en el que es pot fer). Això ens portarà en delimitacions d'espais i coincidència d'actituds entre persones.

P.ex: psicòleg ambiental vol estudiar l'espai universitari: estudiar el que l'estudiant valora sobre l'espai (bar, classes, sala, ...).

Delimitacions de conductes que faciliten l'espai les que no. Tipus de conductes que es desenvolupen en l'espai.

- Analitza característiques de grups o subjectes i fa un disseny ambiental a partir d'aquestes característiques observades.

P. ex: residència d'avis. Analitzar allò que fan fora (prendre el sol). A partir de les conductes que fan fora replicar-les dintre.

- Valoració dels patrons dimensionals de l'ambient: pautes conductuals que l'individu realitza en l'espai. Què tenen d'igual, diferents espais?
- A partir de la valoració de la dimensió subjectiva o clima. Què t'agrada d'aquest entorn i allò que no t'agrada?

El clima va sorgir de la psicologia ambiental. Tindrà en compte els aspectes emocionals segons l'ambient.

Aquestes línies de recerca consideren que l'ambient acaba sent un element actiu a l'hora de modificar i determinar la conducta del subjecte.

Quan hi ha una incompatibilitat persona amb un ambient és pq l'ambient és restrictiu.

Quan hi ha accions que no corresponen a l'espai que es desenvolupa, això fa que el subjecte desenvolupi conductes inadequades o que generi patologies de caràcter psicosocials de l'individu.

P.ex: conducta inadequada els primers dies que van sorgir els mòvils, la gent deia Hola, et truco des del mòvil. Ara, això ja no es diu.

- Dimensions afectives de l'ambient: sentiments i emocions que el subjecte evoca en l'ambient.
- Valoració social: l'ambient té recolzament en l'actitud de l'individu.
- Estrés ambiental: configuracions d'ambients incompatibles dona excés d'estrés.
- Impacte ambiental: es té en compte l'impacte psicosocial abans de fer una construcció o modificació en el medi.

Treballs en institucions de creació d'ambients adequats.

P. ex: estudi de qualitat de vida en entorns urbans.

El nucli urbà té una sèrie d'espais:

- trobar escenaris per determinar unes conductes socials
- col·laborar en el disseny d'espais urbans, saber característiques de l'espai.
- Crear un espai urbà considerat ja paisatge urbà: paisatge urbà més adequat per la seva representació cognitiu i emocional sobre l'espai.

BLOC II. Les relacions interpersonals i la conducta social humana

• LA SOCIALITZACIÓ

Fenòmens transpersonals: processos on interactuen dos individus o més !

" unipersonal.

Què és la socialització?

Procés que consisteix en interioritzar normes socials, pautes de conducta que regeixen els comportaments socials dels subjectes. Les normes ens diuen què hem de fer en el lloc on ens trobem, el que s' espera de nosaltres en aquella situació.

El procés d'interiorització de normes resulta bàsic per la socialització. Els altres individus que interactuen amb mi són les principals factors de socialització. Les normes socials venen d'anteriors situacions on s'aprenen les pautes socials.

Procés de socialització: veure quines conductes del institut ens serveix per la universitat i preguntem a companys universitaris com ens hem de comportar.

- Comença molt aviat, des que som nens.

P. ex: mare diu al nen que no toqui aquell objecte.

- Es pot donar en moltes situacions: l'ambient familiar, laboral, educacional, etc.

Quan determinades normes apreses funcionen automàticament. Les normes ens faciliten no haver d'avaluar la situació.

CARACTERÍSTIQUES DE LES NORMES SOCIALS

- Participen un nombre ampli de subjectes.
- El consens es pot aplicar si els subjectes estan d'acord amb la norma

P.ex: guardar silenci quan el profe explica

- La norma també es pot obeir en comptes d'estar conforme. Fer servir la norma per evitar un conflicte social.
- El consens pot ser a nivell de:
 - conformitat: estem d'acord amb la norma
 - obediència: respectem la norma, però no estem d'acord amb ella

Quina és la funcionalitat de les normes?

- Permetre que la interacció es doni a partir d'unes pautes conegudes pels individus. Les normes ens permeten estalviar–nos analitzar la situació.
- Serveixen per marcar la distància social, llocs on podem fer una conducta i on no.

P.ex: la parella està en una hora de classe besant–se ! no segueix les normes

Estudis que s'han fet per explicar la interiorització de les normes

- Conformitat social
- Obediència social

SHERIFF

Va treballar que les normes tenen un procés d'aprenentatge on el grup té un pes important perquè l'individu interioritzi les normes socials.

P. ex: va agafar un grup de 7–10 persones on els va presentar un il·lusió perceptiva (mov. aparent). Es veia un punt lluminós en una hab. fosca, el grup veia que es movia per l'efecte òptic. Quan entraven 3 persones noves a l'hab. davant la mateixa llum donen la mateixa resposta.

El individu agafen les pautes normatives del grup. L'individu adapta les normes que marquen les altres persones.

CAMPBELL

Va veure que els individus es deixen portar per la pressió del grup a l'hora de prendre una decisió.

P. ex: fenomen dels ovnis. Si els altres individus veuen un ovni, l'altre també. Actuen sense preguntar-se per què (estalviament d'anàlisis).

Respecte al comportament suïcida: si algú mata a la seva dona i surt pels medis de comunicació, es donen més casos d'assassinats. Els individus s'identifiquen amb aquest fet. (conducta imitativa).

ASCH

L'individu és capaç de distorsionar la seva percepció per seguir el grup. Els seus estudis confirmen que el grup exerceix una pressió que porta a distorsionar la percepció de l'individu.

La pressió del grup és fundamental per adquirir les normes socials.

ALTRES EXPERIMENTS SOBRE L'OBEDIÈNCIA

MILGRAM

Estudia l'aspecte de l'obediència per adquirir les normes socials.

Per Milgram hi ha 3 condicionants de l'obediència:

- **Autoritat:** company (dóna ordre), tècnic laboratori, professor ! obeirà + al profe
- **Missatge:** informatiu (neutre), ordre (has de fer això...), amenaça (si no apretes, suspès!) ! obeirà + l'amenaça
- **Feedback:** veure/escotar, veure, escoltar, no veure ni escoltar ! és + fàcil portar a terme la tasca ni no veus ni escoltes a l'altra persona que li proporciona càrregues elèctriques.

Milgram demostra que quan el msg el donava un company càrregues elèctriques

quan el msg el donava el professor càrregues elèctriques

La millor manera pq la persona obeeixi és que la ordre, la doni una persona amb poder, el msg més persuasiu, aquell que sigui amb to amenaçador i no veure les conseqüències que porten a terme.

Com s'aconsegueix la interiorització de les normes socials?

Obediència, on : ordre que la dona persona amb poder

missatge amenaçador

no veure conseqüències negatives

L'obediència és un mecanisme que no necessita la pressió del grup.

CONFORMITAT SOCIAL

La conformitat social ens facilita canviar la nostra conducta a la del grup. La pressió del grup potser real o imaginària. La pressió del grup pot distorsionar la percepció social de l'individu.

La conformitat potser de 2 maneres:

- **Amb compliment de normes:** actuar públicament i privadament d'acord amb la norma.
- **Acceptació de la norma:** actuem públicament seguint la norma, malgrat no estiguem d'acord amb ella.

Un és el contrari de l'altre.

OBEDIÈNCIA

És una manera de seguir la norma social (Milgram). És seguir la norma perquè hi ha una autoritat, un msg amenaçador i no hi ha un feedback (no veure conseqüències).

Per obeir la norma no és necessari la pressió del grup, cal una autoritat que pugui sancionar l'individu.

Hi ha 3 maneres de complir la norma:

- **Acceptació de la norma** (pressió del grup)
- **Compliment de la norma** (pressió del grup)
- **Obediència** (cal autoritat)

RELACIÓ DE PODER

En tota acceptació de la norma es dona la relació de poder, la qual permet la interacció.

És un element relacional que el cedim a altres persones. Es basa en que et dono el poder, però te'l puc treure, on s'estableix la jerarquia social.

A qui dono el poder?

A una persona experta, o bé, és qui formalment ha de rebre el poder (carismàtic o té característiques que el fan receptor d'aquest poder).

ROL O PAPER SOCIAL

És el conjunt de pautes que hem de desenvolupar davant dels requeriments que ens fa determinat lloc o posició que ocupem.

Dins del rol hi ha un conjunt de normes socials relacionades directament amb el paper i diran què hem de fer i què no quan ocupem el paper.

Ens organitzem a partir de rols. Cada situació social defineix una classe de rols.

P. ex: classe (situació): alumne– profe

pautes de conducta: esperades y sancionades

dictaminades per les normes socials segons la situació on som

Es defineixen els rols a partir de la situació per poder automatitzar i classificar tot el conjunt de normes socials.

Procés d'adaptació de l'individu: **procés de localització de rols**

Quan estem en una situació desconeguda, portem un aprenentatge de rols. Llavors:

- Analitzem la situació, però no podem posar-les si no sabem quin paper hem de tenir. Per saber-ho:
- Ubiquem el nostre paper a partir dels papers dels altres individus i després,
- Elaborem el nostre rol en la nova situació

Però cada individu fa el procés d'una manera diferent.

Hi ha 2 problemes amb el rol:

CONFLICTE DE ROL

- Fomenta tot el seguit de problemes que es generen quan els individus són incapaços d'atendre i satisfer demandes que li fan des de rols incompatibles entre sí.
- Es genera quan no hi ha suficient coneixement de les normes socials:

Ambigüïtat de rol: desconeix el seu rol i no sap ben bé què ha de fer.

Solució: buscar + informació.

Conflicte entre rols: Quan en la mateixa situació hi ha demandes de papers socials diferents.

Solució: cada situació requereix un rol

P. ex: un home que és professor i amic d'un alumne

TENSIÓ DE ROL

És el desacord entre les actituds pròpies i les expectatives del rol o paper que desenvolupa.

Quan no estic d'acord amb els continguts normatius (portar corbata) però m'hi he de conformar.

Solució: reelaboració del paper.

MODELS TEÒRICS QUE HAN TREBALLAT + EN EL ROL

Escola de Michigan

Elaboren un esquema. És igual d'important la situació com els individus.

rol 3 rol 2

ER ER

ER ER

rol 4 rol 1

Incorporat a la situació, es converteix en una persona focal perquè els altres individus li emeten el seu rol i li diuen què ha de fer i què no. Llavors acaba elaborant un nou rol.

Hi ha individus que s'adapten més a noves situacions pq són + moldejables.

Altres, no s'adapten pq són + rígids i volen continuar amb les seves normes socials.

ROLS DE GÈNERE

Es va cap a definir el rol femení i el masculí a través del procés de socialització i es fa a través de emissions de rols.

Androgínia: cal socialitzar als individus en el coneixement de rols de gènere tant masculins com femenins. No masculinitzar rols femenins ni feminitzar rols masculins. Això va encaminat a definir un únic rol de gènere.

• EL COMPORTAMENT AGRESSIU I VIOLENT

La conducta agressiva és aquella que té la finalitat de fer mal a altres persones. Així doncs, és una conducta amb una intencionalitat. El fer mal es justifica per un paper de poder i sol ser una conducta desplaçada. Aquesta conducta té una finalitat i utilitza el poder donat per la conducta agressiva. Cal dir que l'agressivitat pot ser tant física com psicològica.

El comportament agressiu s'explica a través de 3 models:

• Conducta agressiva instintiva (Lorenz)

El comportament agressiu està pre-programat pq té una finalitat. L'agressió té un sentit en la supervivència. En l'espècie humana, no tenim programades les conductes de capitulació. Quan l'espècie humana agredeix, no és capaç de parar. En determinades espècies (humans), la capitulació és apresada però no instintiva.

• Agressió per frustració (Dollard)

L'agressió és deguda a condicionants externs amb una característica comú; obstaculitzar els objectius que l'individu vol arribar a complir. És a dir, tota persona té un objectiu que tendim per uns impulsos

Impuls obstacle objectius

agressió

donada per l'aparició d'un obstacle

L'individu intenta enderrocar l'obstacle. Això genera la frustració donada per la tensió.

P. ex: un alumne.

- *Objectius: superar totes les assignatures de la carrera*
- *Obstacles: material d'informació*

L'agressió es pot donar per la frustració de pensar que no aprovarem l'assignatura. Per evitar això, augmenta l'esforç personal d'estudi. L'obstacle (assignatura difícil), és més fort que la motivació (impuls).

La frustració en augment s'allibera mitjançant l'agressió.

L'individu que és agressiu és pq intenta alliberar la seva tensió o frustració. Aquesta agressió es desplaça; l'agressió no sempre va dirigida a l'obstacle sinó allò que es pot agredir sense que li porti conseqüències.

L'agressió es desplaça a un objecte o persona que és fàcil de dominar i que no es torna a defensar.

P. ex: suspensem l'examen i fotem una puntada a la porta.

Aquelles persones més agressives són subjectes que tenen una baixa tolerància.

• Els aspectes socials de l'agressió

Hi ha un contingut social en l'agressió. El context social genera uns potencials al comportament agressiu. En determinats barris, l'agressió és un llenguatge que justifica. La llei del més fort. El subjecte que agredeix guanya posicions.

P. ex: la competitivitat on l'agressió és el guany de poder (en la TV, el millor actor és el que mata els dolents).

MODEL GENERAL SOBRE L'EXPLICACIÓ DE L'AGRESSIÓ

El comportament agressiu s'explica mitjançant altres models:

Entorn social

agressió

Agressió Frustració Formació

no agressió

Caract. individuals

La frustració és el desencadenant de l'agressió, on hi ha 2 tipus de resposta:

• Agressió (baixa la tensió):

- Manifestació cap a dins: autoregressió (suicidi, alcoholisme,...)
- Manifestació cap a fora: agressió sobre l'obstacle o agressió desplaçada (xivo expiatori).

- **No agressió (puja la tensió)**

TIPUS DE RECERCA PER EXPLICAR L'AGRESSIÓ

- **Pèrdua d'identitat del subjecte:** procés que fa que en presència d'un nombre de persones deixem anar el més instintiu.

P. ex: anar a veure el futbol. S'agredeix donat per una pèrdua d'identitat.

- **Agressió grupal:** persones que s'agrupen per una finalitat, que pot anar dirigida per una conducta agressiva. S'agrupen per agredir.
- **Excitació:** la que produeix una situació que potencia el comportament agressiu o violent.

P. ex: els augments de teoria

- **Missatgers informatius:** persones que agredeixen donat els seus components imitatius.

P. ex: violència sexual donada per la visió que tenen per l'ambient.

- **LA CONDUCTA PROSOCIAL I ASSITENCIAL (examen)**

Conducta prosocial: conducta orientada a beneficiar altres individus. Aquesta té una sèrie de nivells:

La implicació personal és mínima on cada vegada va + en augment. Tots tenen una implicació social diferent.

Nivell 1: **conducta condol** ! preocupar-se pel que passa amb una altra persona.

P. ex: Sento que hagi suspès. La implicació personal és mínima

Nivell 2: **cooperació** ! implicació + gran i suggeriment de la possibilitat de resoldre el problema junts.

P. ex: si vols et puc ajudar a fer el treball

Nivell 3: **conducta de donació** ! l'individu es desprèn d'alguna cosa pròpia per ajudar a l'altre.

Nivell 4: **conducta altruista** ! nivell màxim de conducta prosocial. Donar alguna cosa a una altra persona sense esperar res a canvi.

TIPUS DE MODELS

I. Basats en l'altruisme: motivació en els comportaments altruistes. Les normes passen a l'interioritzar o ajudar a l'altre. A aquestes persones els motiva ajudar a altres persones. Això implica que hi hagi gent amb conducta prosocial o no.

II. Basats en la situació: Situació de necessitat on el subjecte sigui o no prosocial fa que el subjecte ajudi a l'altre. Però pot haver-hi situacions ambigües.

III. Basats en l'estat d'ànim: l'estat d'ànim pot influir que una persona realitzi conductes prosocials o no. Recompensa emocional.

S'han desenvolupat unes teories per justificar el comportament prosocial.

La finalitat del comportament prosocial s'explica a través de 3 teories:

- **Teories d'intercanvi social (Kelly):** cadascú busca satisfer les seves necessitats calculant costos i beneficis.

Desenvolupen una conducta prosocial pq obtindrem uns beneficis.

- **Equitat (Adams):** el comportament prosocial es desenvolupa pq les persones han après que tot el q fan és per restablir les desigualtats que hi ha fent accions.

P. ex: ajudarem a aprovar un company pq jo he aprovat o suspès.

- **Teoria del Món just (Lernen):** Anticipar una resposta per evitar allò. Evitar que em passi a mi el que li passa a l'altre i per això l'ajudo.

Hipòtesis de Latané

Per què algunes persones no ajuden?

- Perquè no perceben la situació com a perill real.
- Perquè en el grup on estem, exerceix una pressió que evita qualsevol tipus de conducta d'ajut.

Quan + persones, – ajut.

Quan + pressió social, – ajut

• EL PROCÉS D'ATRACCIÓ INTERPERSONAL

La finalitat d'afiliació és la búsqueda de seguretat i de suport emocional. És la tendència a interactuar amb altres persones (búsqueda de companyia) ! **afiliació**

Atracció interpersonal: implica afegir un element actitudinal, una actitud positiva enfront determinats tipus de persones a més a més de l'afiliació.

Podem explicar l'atracció interpersonal a partir de 3 models:

- **Model de consistència cognitiva:** a nosaltres ens interessin persones que coincideixin les seves actituds amb les nostres. Ens cauen bé pq no ens generen dissonància.
- **Models de reforç:** Es configuren a partir de que nosaltres ens sentim atrets per persones que amb els que hi associem experiències bones, i no ens sentim atrets per individus amb els quals les experiències que hi associem no són gratificants. Ens apropem a persones que ens reforcen positivament i ens allunyem de les que no ens reforcen a ho fan negativament.
- **Model de l'intercanvi:** Ens sentim atrets cap a una persona si anticipem que aquesta persona ens pot aportar beneficis. No ens atrauen els individus en els que nosaltres inferim que no es dona cap mena de possibilitat de reforç per part d'un individu o si aquest individu no ens pot aportar res, aquest individu no ens atraurà.

ESTUDIS EMPÍRICS FETS EN ATRACCIÓ INTERPERSONAL

Variables que afecten:

- **Proximitat:** S'ha observat que els individus tenen tendència a interactuar amb els individus que tenen

més proximitat física. El fet d'estar en un lloc que es trobi pròxim a moltes persones, la seva possibilitat d'interactuar és major.

- **Característiques físiques:** Les persones físicament més agraciades són les que tenen més probabilitats d'interacció. Si l'aspecte és excessivament cridaner pot cohibir a les altres persones a iniciar interaccions.

Lo bello es bueno però El món és injust, per què n'hi ha de tan guapos i jo tan lleig? (busquen la complementarietat en persones guapes).

Les persones que ja tenen alguna cosa que els fa agraciats incrementen aquestes característiques de guapos, i les lletges el mateix, es descuiden més.

- **Trets socials valorats:** El procés d'atracció interpersonal s'aboca a trobar aquests trets (honestedat, lealtat,...).

Una persona pròxima, guapa i amb aquests trets seria l'ideal.

- **Similitud:** La similitud augmenta l'atracció interpersonal. Ens sentim atrets per persones semblants a nosaltres (ja sigui física com conductual).
- **Reciprocitat:** Ens serveix per desenvolupar tot un procés més fort envers individus que ens poden donar alguna cosa i fer algun favor que complementi mancances que nosaltres tenim.

PROCÉS D'ENAMORAMENT

L'atracció interpersonal no es pot explicar com l'enamorament. No és el mateix agradar/estimar.

L'aspecte emocional pesa més que l'aspecte racional o l'aspecte cognitiu.

Aquest aspecte emocional el va tipificar **Rubin** mitjançant uns test que media els nivells de necessitat emocional. Per ell, hi ha 4 nivells bàsics:

- Tolerància
- Confiança
- Cuidado de l'altre individu
- Necessitar a l'altre individu

Sumant aquests 4 nivells trobem l'enamorament.

Hi ha 2 tipus de conducta en els enamorats:

- **Conducta de l'enamorament**
- **Conducta del amor apassionat**

Si l'enamorament és una pauta de conducta basada en aspectes melancòlics (ai, que guapo que és, m'ha mirat...), l'amor apassionat és més actiu.

S'ha fet recerca en l'àmbit de l'activació fisiològica per veure si és aquesta la que potencia l'enamorament. S'ha observat que en moments d'activació devada? (depenent del moment d'acolloniment i creuació? d'adrenalina) és el moment en que els individus intenten lligar (búsqueda d'interacció).

Un altres aspecte és el comportament verbal emocional. Si hi ha un individu que sap expressar verbalment un aspecte emocional i l'altre s'hi sent identificat augmenta la interacció.

Si no hi ha una idealització mútua entre els dos individus, aquesta interacció no es dona.

BLOC III. La conducta social grupal

- **ESTUDI DELS GRUPS DES DE LA PSICOLOGIA SOCIAL**
- **EL GRUP COM A RESULTAT DE LA INTERACCIÓ**
- **ESTRUCTURA DELS GRUPS: ROLS O PAPERS SOCIALS**
- **LES NORMES SOCIALS I LA SEVA ACCEPTACIÓ**
- **EL RENDIMENT GRUPAL**

El grup reflecteix punts de vista, actituds, idees que passen al grup.

Com un grup acaba tenint un mateix punt de vista?

Mitjançant **la dinàmica**. Cada grup té una dinàmica interna característica, però tots ells tenen uns elements comuns.

Quins són els elements fonamentals per l'anàlisi de grups?

Hi ha 4 elements a considerar en la dinàmica:

- **Composició del grup:** Grups on hi ha una semblança o diferència molt alta o baixa en els seus membres i a partir de la homogeneïtat o heterogeneïtat, podem desenvolupar un estudi del funcionament del grup.

En el grup on hi ha més diferències que semblances, hi ha una dificultat per arribar a l'acord. Té doncs, una tendència a generar problemes en la decisió d'uns determinats acords. (heterogeneïtat).

Intervenció de la dinàmica de grup: donar o proporcionar informació dels subjectes.

Per altra banda, en el grup homogeni hi haurà un millor acord entre els membres de forma més ràpida i cohesionada.

Intervenció: quan tots els membres tendeixen a una decisió errònia, fer entendre que tots ells estan equivocats.

- **Posició o estatus i papers que es donen dins del grup:** El grup, normalment, estableix una estructura (canvi dins del grup on cadascú té el seu rol). L'intercanvi de rols és un element més en la dinàmica del grup.

Per diferenciar funcions, els membres tenen càrrega de diferents papers per obtenir uns objectius.

El concepte de rol acaba sent una posició del membre del grup. Quan el líder acaba dirigint el grup es dona una posició de papers, estructures rígides, on només un membre dirigeix als altres i no es dona un intercanvi de papers.

- **Grandària del grup:** Grups mitjans o grans poden generar dinàmiques molt més lentes i complexes a l'hora de prendre decisions i implicar-se tots els membres, que no pas en els grups petits (dinàmiques menys complexes).

El grup trobarà més solucions encara que el procés sigui lent en grups grans.

Potencien que per trobar més riquesa és millor estudiar grups grans. En canvi, els grups petits tenen un procés més ràpid.

P. ex: agència de publicitat busquen un grup gran de membres pq hi haurà més idees.

Què és millor: treballar en un grup petit o gran?

Depèn d'allò que volem.

- **Xarxes de comunicació:** Tots els grups tenen un sistema de transmissió d'informació formant xarxes més centralitzades o menys.

P. ex:

Un únic membre es relaciona amb tots els membres

E B

D C

Tots els subjectes es relacionen amb un altre

A-B-C-D-E

Els grups centralitzats prenen decisió per un missatge únic a cada individu. En canvi, en el grup descentralitzat hi ha un grau de llibertat en cada membre on el msg es pot veure modificat.

Quina xarxa de comunicació és més favorable?

Depèn, ja que cada una d'elles tenen uns avantatges o inconvenients. Els grups jerarquititzats tendeixen a tenir una xarxa centralitzada. En canvi, en un grup d'amics tendeix a haver-hi una xarxa descentralitzada.

COMPORTAMENT DINS DEL GRUP

Estudi de les tasques que realitzen els membres dels grups (quantificar els tipus de tasques que es fan pel grup). Un grup que no fa tasques, és un grup que s'està extingint.

Tasques tipus de grups: Fins a quin punt els individus fan les tasques que el grup li demana.

P. ex: hi ha grups on uns membres aporten molt i altres passen de tot.

En els grups on tothom treballa per igual tendeixen a aconseguir els seus objectius. En canvi, si cap d'ells no fan res (no rendiment grupal) no s'arriba a les metes.

Activitats que els individus fan per obtenir uns beneficis del grup: Hi ha membres que van a aprofitar estar en grups per beneficiar-se a ells mateixos .

Procés que segueixen els grups i desenvolupar-se: Fases de creació d'un grup comença per la destrucció d'altres grups (descontentament), els subjectes trenquen amb l'antic grup i es crea un grup on les premisses normatives del grup (fase de trencament) s'intenta que no passi com allò que va passar en el grup anterior.

Fase d'identificació en el grup nou: búsqueda d'identitat.

Fase de productivitat grupal: el grup funciona coordinadament

Individualització: el membre pensa d'allò que pot extreure del grup.

Fase de decaïment: el grup se'n va a pique.

Els grups es poden analitzar a partir d'aspectes que en la pròpia dinàmica porten aspectes positius: el individu milloren el seu rendiment pel fet de pertànyer a un grup somal?: **facilitació social**

FACILITACIÓ SOCIAL

Concepte introduït per **Zajonc**.

És el procés que es dona quan els individus treballen o realitzen activitats en grup. La presència d'altres subjectes (amb interacció o no) fa que millorem el nostre rendiment. El grup facilita la tasca i té com a resultat una millora en el rendiment del grup.

Segons Zajonc hi ha 2 maneres d'aconseguir aquesta millora:

- **Observació:** El individu observats habitualment rendeixen més . Quan estic sol decreix el rendiment grupal. Això no és igual per tots. Per alguns, el fet de sentir-se observat és contraproductiu pel seu rendiment.

El rendiment té una relació directa amb l'activació. Un cop superat el nivell d'activació òptim pel rendiment, si aquest augmenta, el rendiment decreix.

- **Col·laboració:** Quan els individus realitzen simultàniament una tasca, es produeix una competició, i es produeix una millora en el rendiment.

Per altres individus, competir implica el baixar el nivell de rendiment (pel mateix motiu de l'activació excessiva, perden la individualitat de la seva tasca). Posar a treballar un novell en grup podria ser contraproductiu. S'ha de potenciar el funcionament de grup i després crear una missió.

Si les conseqüències són negatives ! **Vagància social o olgazaneria social:**

És generat per la dinàmica de grup, quan el grup treballa i l'individu que forma part d'aquest grup s'esforça menys que si treballés sol.

Es pot donar un aprofitament del rendiment del grup per aconseguir objectius individuals. Això serien el **individu arribistes** (el que utilitza la vagància social com a criteri de funcionament normal a l'hora de desenvolupar activitats en grup).

PAPERS QUE ES DONEN EN EL GRUP

El líder és l'individu que agafa el paper més important, central del grup. És el paper sobre el qual s'ha d'intervenir per millorar la dinàmica de grup. El lideratge es considera una funció.

El líder pot néixer o es pot aprendre. Fer de líder vol dir portar a terme una sèrie de conductes dins del grup que permetin organitzar el grup i els seus membres, coaccionar-los, facilitar-li recursos i orientar-los o dirigir-los cap a uns objectius o metes. Juga un paper de director, coaccionador, organitzador.

Interessa investigar com s'aconsegueix liderar el grup. Es pot aconseguir de diferents maneres:

- Segons **Morales** es pot aconseguir per un procés d'influència que l'individu exerceix sobre els seus seguidors. Influència que es pot veure en diferents factors: expert, carismàtic, tingui coses per intercanviar, etc...
- Explotant la identificació en les característiques del líder per part dels individus del grup (els individus volen ser com ell i el segueixen).
- Sent la persona que organitza i dirigeix el grup
- A través de la pròpia autoritat que el líder exerceixi o que els que estan en el grup creguin que exerceix sobre ells.

El tema del lideratge ha generat una sèrie de treballs. S'ha intentat buscar l'ús del poder com a element fonamental del funcionament del líder.

French i Raven van ser els primers a identificar un seguit de bases de poder que el líder utilitza o pot utilitzar per imposar-se i funcionar com a tal dins del grup:

Poder legítim o legal (oficial): 1ª base de poder

Quan parlem de legitimitat ens referim a que acceptem que sobre nosaltres es faci servir una norma amb capacitat de sancionar, que fa servir l'individu a qui tothom reconeix la possibilitat d'usar la norma i sancionar. És un poder que depèn de la norma social que té el grup.

El poder es gestiona aplicant la norma. El líder utilitza el poder tenint en compte que els demés membres del grup li deixen utilitzar.

Poder expert: 2ª base de poder

El que interessa és que els subjectes líders tinguin un coneixement, experiència superior als demés en algun aspecte del grup que interessa. És el que en sap més.

El més expert té poder pq és el més expert. En el moment que fot la pota, perd poder i no pot utilitzar la base de poder d'aquesta manera tan clara.

P. ex: l'expert lligon/a. Té valor mentre els altres li reconeixen aquest poder. El dia que li donin carabasses, perdrà aquesta base de poder.

Poder carismàtic:

A partir del carisma que té un individu. L'individu més carismàtic té força per arrossegar els individus a det. objectius. El carisma dóna poder per dirigir i organitzar el grup. El carisma es pot perdre, i si es comet una errada, el poder li es retirat.

Poder premiador:

És aquell que té un líder o que pot utilitzar un líder per dirigir als membres d'un grup basant-se en la seva capacitat per premiar o recompensar a la resta de membres. Aquest poder també es pot perdre quan l'individu perd la capacitat de premiar o quan no compleix amb el premi o l'utilitza inadequadament.

TIPUS DE LÍDERS

N'hi ha que poden tenir una capacitat basada en un element de poder però no tenen reconegut el poder en el context on es troben, malgrat sí el tenen reconegut pels membres del grup ! **líders informals** (secretari)

Es pot ser **líder formal** (reconegut pel context, *p.ex: president*) i informal (reconegut pels membres del grup però no pel context) al mateix temps.

Colideratge: Existència de 2 líders en un mateix grup.

Poden ser 2 formals o 1 formal i 1 informal, però mai hi podran haver 2 informals pq llavors hi haurien 2 grups.

TEORIES DEL LIDERATGE

L'estudi del lideratge parteix a partir d'una premisa del GIBB

La capacitat de lideratge és una capacitat més dels subjectes. A partir de tenir o no la capacitat, la feina dels individus és triar els que la tenen i els que no.

Aquesta idea queda trencada per la Universitat de Michigan:

La capacitat de lideratge és un element (pauta de conducta) més que podem aprendre.

Com?

Tenim diferents estils de comportar-nos quan un és el líder:

1. Autoritari ! imposa

2. Democràtic ! negocia, dóna participació

Com s'ensenya a ser líder?

Es comença per l'1 i s'acaba pel 2

Els eixos que configuren els estils de lideratge són:

- El poder (pot ser alt o baix)
- L'interès pels altres (hi ha graus d'interès)
- L'interès per la tasca (el producte, els resultats, tb hi ha graus)

Si combinem les 3 caract., surten 8 maneres diferents de comportar-nos com a líders:

LÍDER	1	2	1	2	1	2	1	2
PERSONES	+	+	+	+	-	-	-	-
TASCA	+	+	-	-	+	+	-	-
PODER	+	-	+	-	+	-	+	-

(Gràfica de la fotocopia)

TÈCNIQUES PER MESURAR ELS GRUPS

Podem mesurar el grup de relació i el tipus d'interacció que es dona a partir de l'intercanvi d'informació. Això ens pot portar a dir quina és la estructura dinàmica del grup.

És estructura pq té un nivell de relació; dinàmica pq va evolucionant.

Aquesta idea la van desenvolupar els sociòlegs.

Moreno va popularitzar les **tècniques sociomètriques**: S'apropen a les estructures de grup, les analitza, extreu informació per poder emmagatzemar d'una manera estandaritzada i poder fer estructuració nova.

Com s'extreu informació?

Moreno elabora el **test sociomètric**. És el més senzill però el que dona més informació.

Són una sèrie de preguntes que es plantegen als individus per conèixer l'estructura de grup a través de la interacció.

4 preguntes:

- amb qui faries... Mesura la interacció real
- amb qui no faries...
- qui creus tu q t'ha triat per... Mesura la percepció subjectiva de la interacció
- qui creus tu q no t'ha triat per...

Però tb fa ordenar amb 1er, 2on i 3er (persones) en cada pregunta.

Després va proposar el **sociograma**, que és la representació gràfica dels resultats del test.

Es pot veure a un individu q tria a tothom però ningú el tria a ell (5), un q no tria a ningú del grup però tothom el tria a ell (4), i al nucli del grup q tots es trien entre ells (1,2,3).

El líder del grup serà el + triat (per l'activitat demanada).

Tb podem veure els individus aïllats i els nivells d'interacció entre els individus del grup.

Una tercera eina de les tècniques sociomètriques és la **matriu sociomètrica**, que és el format de buidatge de dades del test sociomètric. Es pot construir fent servir el núm. d'eleccions o refusos.

	1	2	3
1	X	+	+
2	+	X	+
3	+		X
	2	1	2

2ª manera de fer-ho: en la mateixa matriu comptar eleccions i refusos

	1	2	3
1		+	-
2	-		-
3	+	-	

	1 1	1 1	0 2
--	-----	-----	-----

Eleccions Refusos

Quins índexs surten a partir d'aquí?

Índex de distància social

- **Índex d'extraversió:** es calcula sumant les vegades q l'individu tria. El q tria + serà el + extravertit.
- **Índex de popularitat:** és la suma de totes les eleccions positives rebudes
- **Índex de refús:** és la suma de les columnes negatives
- **Índex de lideratge:** primer sumarem les vegades q un individu és triat i li restarem les vegades q és refusat.
- **Índex de poder:** derivat de l'anterior. Busca la coincidència entre el núm. de vegades triat i les vegades q tria. Les + elevades; + poder.

Les tècniques de Moreno van acabar amb representacions psicodramàtiques o intercanviant rols.

APLICACIONS EN LA PSICOLOGIA DE GRUP

Formació de grups (Arranca amb **Lewin**)

En la seva teoria de camp, una part pràctica és quan fa referència al grup on dona molta imp. al concepte d'entorn dient que la conducta d'un individu és el resultat de la relació amb el seu entorn (grup social).

Treu el concepte d'aprendre a comportar-se en grup.

Com?

Configurant grups (núm., una tasca, funcionament de grup-líder, evolució del grup). L'element que no canvia a l'hora de configurar els grups són els rols. Hi pot haver intercanvi de rols entre individus.

Hi ha una sèrie de papers:

- **Rols socio-afectius o emocionals:** Són papers que van a donar suport a la feina del grup per prendre decisions o van a molestar emocionalment.

Poden ser:

- Positius: els q ajuden per trobar una solució (col·laboradors)
- Negatius: els q busquen desinflar, desmotivar als individus del grup (discutir, parlar,...)
- **Rols socio-operatius:** Els que es relacionen amb activitats de grup.

Tb poden ser:

- Positius: els desenv. un subjecte aportant activitat i conducta que vagin a favor de la resolució de la tasca (participació).
- Negatius: el q ho critica tot o el q no participa mai.

La feina q es fa abans q un grup prengui decisions es fa en una situació de role-playing pq pugui canviar de rols, discutir i trobi els papers negatius i els pugui eliminar.

GRUPS DE TREBALL

Mc. Grath fa un esquema on:

1 grup fa una sèrie de tasques d'execució (1), motivació (2), presa de decisions (3) i planificació (4).

Aquestes tasques les fa orientats, no pels papers sinó per la pròpia tasca.

La idea és que el grup és un sistema social pq rep un input (objectius) i el individu fa unes tasques i obté uns resultats que serveixen per realimentar al grup.

Aquí interessa més que el grup resolgui problemes més que saber el paper que té cada un.

En la vessant més aplicada es parla del concepte d'**equip**. Parlem d'una intervenció de grup considerant que el grup és un sistema social.

En un equip no interessa l'aprenentatge de grup sinó que els processos dins el grup es resolguin de la manera més adequada, que es marquin unes pautes de funcionament i que els individus sàpiguin quines són, independentment de la zona del grup on pertanyen.

P.ex: un depressiu es vol tirar pel balcó

- *Lewin: el rol del psicòleg és el q ha d'intervenir*
- *Procés grup de treball: fases que s'han de seguir,... (tot el grup unit)*
- *Idea d'equip: prioritza la organització, és igual qui hagi o tracti al pacient. Decisions ràpides.*

TÈCNIQUES D'INTERVENCIÓ

- Volen facilitar el procés de presa de decisions: les que arranquin de la tècnica de Lewin. Busquen que el grup decideixi.
- Planificar processos grupals: dividir funcions i que el grup prengui decisions sabent qui farà cada una de les coses.
- Organitzar al grup

Unes tècniques són més estructurades que altres.

Les tècniques menys estructurades:

- grups tradicionals (Lewin)
- grups de consens (planificar temes, discutir i aconseguir una resposta)
- cercle de qualitat (grups de suport)

Les tècniques més estructurades:

- discussions dirigides (com el tradicional però hi ha un que dirigeix que el tria el grup)
- seminari (analitza casos que han passat en el grup i buscar el pq ha anat bé o malament)
- Phillips 6/6 (tots participen)
- Brainstorming (tempesta d'idees, tot el grup treballa proposant alternatives de solucions. Valen totes les idees)
- grup nominal (hi ha unes pautes a l'hora de buscar solucions. Semblant a l'anterior)

BLOC IV. El comportament social dins un col·lectiu

• DEFINICIÓ DEL COMPORTAMENT COL·LECTIU

No s'ha de fer servir com a sinònim de moviment social.

És un àmbit de recerca interdisciplinar. Pot ser estudiat a la vegada per historiadors, sociòlegs, psicòlegs socials i psicòlegs de la personalitat.

– És un comportament d'un conjunt de subjectes sense cap jerarquia, ordre, estructura en el grup que configuren.

– Al màxim que es pot arribar és a identificar el paper de la persona líder. Però el paper pot canviar espontàniament.

– Es generen a ran de tensió que fa que aspectes emocionals passin davant dels racionals pq hi ha una gran descàrrega tensional.

Com s'estudien?

Fent servir esquemes de la psicologia individual o grupal al comportament col·lectiu.

Es va donar un gir psicosocial amb Tajfel. Introdueix el concepte de **identitat col·lectiva**, que conté un aspecte nou, el de la interacció en el col·lectiu com l'element fonamental per explicar el comportament d'aquest.

És important el procés d'interacció que porta a la creació d'una imatge de col·lectiu compartida per tots i en la qual ens identifiquem i ens referim quan hem de portar a terme un procés d'identificació social.

Necessitem una etiqueta pel nostre col·lectiu que la construïm a partir de la interacció entre els membres del col·lectiu, i llavors elaborem unes pautes de conducta.

Després van sortir altres estudis. Interessa desenvolupar estudis sobre mov. socials. Sobretot, orientats a ONG, a fenòmens esportius, polítics, religiosos,...

Des de la psicologia social, estudiem el comportament col·lectiu seguint 2 vessants:

- Quan permet trobar respostes diferents a les respostes estàndard que dona la societat davant det. fenomen.
- Tot el que etiquetem com a problemes socials que requereixen intervenció des de la perspectiva del comportament col·lectiu.

Brunner diu que el que interessa estudiar és el comportament en que existeix un ordre social que, o bé es canviarà o bé es modificarà sempre buscant la participació dels individus que formen el col·lectiu.

El procés interessant, és veure com emergeix un ordre. Això significa creació de normes, trencament i consolidació d'unes normes socials noves. És un procés constant. Emergeixen noves normes i alhora es qüestionen les que ja existien.

Diu que hi ha 2 grups de trets:

- Els emergents i els extrainstitucionals
- Els que considera secundaris del comportament col·lectiu que són el canvi i l'aspecte emocional.

Emergents: Interessa estudiar la major o menor espontaneïtat del comportament col·lectiu. Podem diferenciar entre mov. col·lectius:

- + informals i + formals
- + improvisats i menys o gens improvisats
- diferenciar la possibilitat de ser anticipat/predit o no un tret d'emergència

Això permet establir una tipologia en cada grup

Extrainstitucionalització: Mirar el grau de legalitat o illegalitat.

- Mirem si estan payoutats o no dins la cultura de la població
- Si és mov. convencional o no. És a dir, si és tolerat o no.
- Veure fins a quin punt generen normes o no les generen. Els interessa poder tenir la capacitat per construir normes, que és quan comencen a tenir importància.

Trets secundaris:

- Si el comportament és canviant o inestable. Si no canvien tan de pressa es poden estudiar millor.
- Aspecte emocional. Fins a quin punt es genera activació. L'activació s'aconsegueix augmentant la tensió dels individus del col·lectiu. Com? frustrant-los.

P. ex: vagues

- Núm. de subjectes: a mida que augmenta el núm., en el comportament col·lectiu hi haurà més sentiments emocionals. Comportarà un mov. més tens i més radicalitzat.

MODEL DE LOFLAND (1981)

És el més clar per explicar el comportament col·lectiu i com es genera, com es comença.

Hi ha 2 conjunts d'elements que intervenen:

- **Elements actitudinals (3):** component cognitiu, emocional i conductual.
- **Entorn (2):** component físic i temporal

A nivell cognitiu: Les actituds poden basar-se en cognicions habituals o extraordinàries. Si és en el primer cas é fàcil que coincideixin les nostres actituds amb la resta del col·lectiu. Si es basen en actituds extraordinàries que criden l'atenció, és fàcil que ens enganxem a aquestes actituds.

P.ex: notícies explicades a mitges ! rumor

A nivell emocional: Tenim actituds que generen alta, baixa o mitjana descàrrega emocional.

Aspectes que generen alta emocionalitat: intent de suïcidi d'algú que coneixes,...

Si la persona no la coneixes, la descàrrega no serà tan gran.

A nivell conductual: Pot ser d'apropament, de fugida, d'indiferència cap a l'individu o la situació.

L'actitud és la base del comportament col·lectiu. Però per sí soles no són causants del comportament col·lectiu. Hi ha d'haver components de l'entorn.

Component físic: Necessita un nombre de persones i com més n'hi hagi, + actituds afloren.

Component temporal: Tot el que fa referència als fets que trenquen amb la rutina diària.

Els comportaments col·lectius poden manipular-se i generar-se a partir d'aquest model. I es pot estudiar el comportament col·lectiu mirant quin ha estat el pes de cada un dels components.

DIFERENCIES ENTRE comportament col·lectiu I COMPORTAMENT CULTURAL

Comportament col·lectiu: Es dona fora de l'habitual, fa servir les actituds compartides per la massa i demana respostes a aquesta multitud. Té una organització mínima.

Comportament cultural: L'escenari és convencional (preparat per fer això), fa servir la massa i les seves actituds que són rutinàries, les conductes relacionades amb les actituds són convencionals. Té una organització.

P.ex: multitud que va a un estadi de futbol

LES SITUACIONS D'EMERGÈNCIA

Són les reaccions davant situacions d'emergència.

Nivell d'emergència baix: Per desenvolupar el comportament col·lectiu hi ha d'haver una cultura. És a dir, un comportament col·lectiu ja pautat que desenvolupi tots sense cap mena de dubte a l'hora de fer la valoració.

El comportament col·lectiu acabaria sent un comportament ritual.

Nivell d'emergència mitjà: Els subjectes venen indicadors que hi pot haver algun problema. Aquí s'ha d'improvisar, generar un comportament espontani.

Nivell d'emergència alt: Les multituds s'agrupen i sorgeixen les reaccions de pànic. Quan un sol es posa nerviós pot posar nerviós a tothom. Les reaccions poden ser tan espontànies que poden anar a buscar solucions conjuntes (té organització) o solucions individuals (es genera caos).

- Quan el racisme és cultural és + perillós que el comportament col·lectiu racista espontani pq està + estructurat.

• ELS BIAIXOS O PROBLEMES DEL COMPORTAMENT COL·LECTIU

Usem col·lectivitat, multitud i massa fent servir sovint aquest concepte com a sinònims. Ens expliquem diferents maneres del comportament col·lectiu.

COL·LECTIVITAT

- És un grup desorganitzat que té una organització i uns procediments formalment definits.
- Hi ha normes.
- Persegueixen uns interessos personals.
- Els individus formen part d'ella són seleccionats pq s'orienta cap a uns objectius compartits per tots els subjectes i no interessen els que no els comparteixen.

- Funciona a partir de normes socials que van emergint.

P.ex: campament hippí

MULTITUD

- Un col·lectiu o col·lectivitat amb molts membres que interactuen en un mateix moment i lloc.
- És espontània
- En det. moment es dissolt
- No s' estableix normes darrera

P.ex: manifestació. Hi ha contacte entre persones

MASSA

- Conjunt de persones que atenen a un objectiu comú.
- No interactuen entre elles. Malgrat tot, tenen un objectiu comú que és el que unifica la massa.
- No hi ha normes

P.ex: veure un programa. Gran Hermano. No hi ha contacte entre la gent que el mira.

• LES MULTITUDS I LA SEVA TIPOLOGIA

És una col·lectivitat on es dona interacció mútua.

El component afectiu, emocional i conductual són els factors que mouen a una multitud.

EVOLUCIÓ DE LA MULTITUD SEGONS MILGRAM

La multitud es crea a partir de diferents procediments:

- Cristalls de multitud que es polaritzen cap a un centre.
- No és un cristall el primer de crear-se sinó un focus d'interès comú on hi ha un fet, esdeveniment, persona que crida l'atenció i són els individus els que se senten atrets.
- Hi ha 2 focus d'interès que permetin polaritzar els individus al voltant d'un i de l'altre. Hi ha d'haver un element contrari.

Com evolucionen?

L'evolució de la multitud és espontània depenent del grau d'emocionalitat que es genera.

+ emoció ! estimulació

– emoció ! disgregació

Element clau que fa la disgregació de la multitud:

Destilació: Només queden els + incondicionals

Element que desencisa als individus fa que aquests marxïn

CANVIS EN EL GRUP COL·LECTIU

Interessa veure com afecta el comportament col·lectiu a un individu.

A nivell d'influència social: Quan l'individu pertany a una multitud es deixa influenciar en 5 aspectes:

- Es creu que hi ha una nimitat (majoria) en decisions que pren la multitud pq hi ha una pressió de grup.
- Sensació d'anonimat: L'individu es veu + d'aquella multitud però es confon dins d'ella. L'anonimat pot ser positiu o negatiu.

Els que tenen un caràcter pobre els agrada; els que tenen + caràcter senten una pèrdua d'individualitat.

- Difusió/dispersió de la responsabilitat: Dins la multitud no hi ha responsables de la conducta de la multitud i al mateix temps és la multitud, la responsable d'una conducta.
- Facilitació social: Estar dins una multitud pot donar aspectes positius. L'individu pot fer coses que no faria individualment.
- Normativització: La multitud genera unes normes per solucionar problemes.

La multitud socialitza l'individu en pautes de conductes normatives que serveixen a nivell individual.

PROCESSOS D'INFLUÈNCIA SOCIAL EN LA MULTITUD

Estudiarem 8 processos de la multitud a l'individu. Canvis que es produeixen a nivell del col·lectiu:

(1) Canvis en el sentit de legitimitat: En individus que constitueixen la multitud acaben tots convençuts de que la multitud té raó. Tots els individus veuen que tenen la raó, i totes les normes que emergeixen de la multitud són certes i no les qüestionem.

Com a conseqüència d'això es dona un acord unànimе entre tots els membres del grup i sempre estan d'acord !
acord unànimе (2)

(3) Sentiment de solidaritat: El fet de pertànyer a un col·lectiu em fa ser solidari amb aquest i sorgeix aquest sentiment de solidaritat.

(4) Sentiment d'anonimat: No dels individus sinó de tot el col·lectiu, a la pròpia multitud li interessa que tots els individus siguin anònims.

(5) Difusió de la responsabilitat: La multitud actua sempre difonent o dividint la culpabilitat entre tots.

P.ex: 150 individus fent el gamberro, arriba la poli i ningú es fa responsable de la festa.

(6) Intensificació de les respostes individuals: Respostes que individualment no faria gaire quan es troba en una multitud les intensifica molt més.

P.ex: Criden més i fan més el boig en multitud

(7) Creació de normes que possibiliten que només tinguin validesa en aquella situació.

(8) Immediatesa: Moltes vegades no hi ha un temps de reflexió sinó que es passa directament a l'acció. La norma social sorgeix de l'acció no de la reflexió (hi ha una norma social de la multitud, si tots reflexionessin

abans, no actuarien.).

- Com a model de comportament central en multituds, és interessant el procés de:

LA PÈRDUA D'IDENTITAT: DESINDIVIDUALITZACIÓ (ZIMBARDO)

És un procés que té una sèrie d'etapes. Zimbardo descriu 3 etapes bàsiques:

- **Etapa d'inputs:** Els inputs que es reben per començar aquest procés són:
 - L'individu forma part de la multitud i es veu anònima.
 - Es perd la responsabilitat
 - L'individu forma part d'una multitud i ha de donar una resposta el + ràpida possible
 - Hi ha una activació general (arousal)
 - Novetat de la situació (alguna cosa nova que passa)
 - Tamany del col·lectiu o multitud

Aquests inputs faciliten el procés a nivell individual i provoquen uns canvis de conducta que són:

- **Procés de minimització:** D'entrada d'informació externa referida a un mateix. Es maximitzen informacions referides al col·lectiu.
- **Descens de l'autocontrol:** Els dos canvis es donen de manera simultània.

Perdem el control de det. conductes que a nivell individual tenim inhibides.

Aquest procés afecta a tothom i tots tenim una predisposició a actuar així en funció de l'entorn.

D'acord fins aquí, d'acord fins aquí?

- **Variables output:** L'individu que ja ha passat per tot aquest procés, desenvolupa les següents pautes de conducta:
 - Conducta emocional: impulsiva, irracional, regressiva, primària i d'alta intensitat.
 - Comportament autoreforçant: es realimenta cada vegada amb una major pèrdua d'individualitat.
 - Conducta inimitable: difícil de replicar en una altra situació d'activació, és una conducta d'imitació (entre ells en aquell moment).

Com + puji el nivell de desindividualització, + provable és la pèrdua d'autocontrol.

L'individu desindividualitzat és incapaç de distingir el que fa ell com a individu del que fa ell com a part de la multitud.

L'individu actua segons el que creu que és la norma.

Quan perd la individualitat comença a actuar pensant ja com a multitud i, tot allò que fa, realimenta la multitud.

TÈCNIQUES DES DE LA PSICOLOGIA SOCIAL PER INTERVENIR SOBRE LA MULTITUD

Tècniques de manipulació de la multitud, pq es formi i aconsegueixi objectius.

Què poden fer els líders per aglutinar i dirigir una multitud? (Estratègies)

- Preparar l'audiència a partir de msg persuassius, consignes senzilles i cànctics cridaners. Si no, és difícil l'autoestimulació per part dels individus. (Manipular el msg)
- Despertar un sentiment de culpabilitat en tots els individus que conformen la multitud i que fan pensar als individus.

P.ex: Sou uns pecadors, Sou esclaus del capitalisme, Sou carn de l'atur

- Oferir un model a lluitar: *Aquest individu no és un pecador i l'hem d'imitar.* (oferir la salvació).

Les 3 estratègies es combinen i el líder realment persuassiu és qui les sap utilitzar i combinar.

- Tb hi ha altres tècniques on el que fa el líder és proposar discussions o debats , que relaxin el col·lectiu o multitud i quan estan relaxats s'infiltra el msg persuassiu, cosa que genera empenyament en el subjecte, es provoca una activació (necessitat de donar resposta immediatament).
- Un darrer sistema és la persuassió de la multitud a partir de petits grups d'infiltrats en la multitud amb objectius det. de manipulació de la multitud i que mantinguin l'activació i no deixar que decaiguin els ànims.

P. ex: un petit grup que faci animalades o aplaudeixi quan el nivell d'activació comença a decaure.

Aquests procediments es poden utilitzar tant a nivell positiu com negatiu.

multituds esportives

Interessa fer un anàlisi d'aquest col·lectiu. Una caract. important és el concepte de **massa o densitat crítica**. Fins a det. nombre de subjectes, es produeixen processos d'interacció que eviten o faciliten la formació d'una multitud. Fins que no s'assoleix la densitat crítica no es produeixen comportaments col·lectius.

La massa crítica depèn de varies coses:

- **Amplitud del lloc** on es celebra l'esdeveniment. En llocs petits resulta molt difícil estructurar comportament col·lectiu de multitud. A mida que l'aforament dels llocs puja, el comportament col·lectiu es fa més imprevisible.

En llocs petits amb molta gent, es difícil controlar el comportament

- Quan la multitud és **heterogènia** (en formes de pensar,...), no passa res i det. tipus de comportament col·lectiu no es desenvolupen, però si la multitud és **homogènia**, els comportaments col·lectius són molt més potenciats.
- **La comunicació**. De vegades es donen msg verbals amb nivells persuassius molt grans. Els mitjans de comunicació manipulen la gent amb msg clarament persuassius que després són repetits pels individus

En esports, es donen verbalment msg persuassius de lluita (especialment a la ràdio).

TEORIES SOBRE EL COMPORTAMENT VIOLENT

- **Teoria de la chusma**: En una multitud s'ajusta tota la chusma.

Identificar la chusma és una solució per evitar la violència. El que passa és que al fer fora aquest, n'apareixen

de nous.

- **Teoria de la privació relativa o frustració:** Els individus que s'aprofiten d'una multitud per generar comportaments violents, són individus frustrats o privats per alguna cosa.
- **Smelser** desenvolupa una teoria de 6 fases que és la que millor s'adapta per explicar aquest comportament violent que es dona en multituds.

Per a ell, el pas de comportament col·lectiu a comportament col·lectiu violent es fa a través de 6 passos:

- **Proclivitat estructural:** Dins la multitud apareixen factors que potencien la violència.

P.ex: msg intencionadament persuassius, models de conducta

Això genera,

- **Tensió estructurals:** El coneixement dels msgs s'escampen per tota la multitud.

I passem a:

- **Creença generalitzada:** Apareix a partir de la informació que nosaltres hem vist i s'elabora un patró de respostes.

Quan ja tenim això, búsqueda:

- **Factor justificant** o justificador que ens permeti aglutinar la multitud cap a un tipus de comportament determinat.
- **Movilització cap a l'acció:** Materialitzar la conducta que hem elaborat.
- **Funcionament de les mesures de control social:** Poden ser internes (dins la mateixa multitud) o externa (repressió des de fora).

Però s'ha de tenir en compte un altre element: **la identitat** d'una multitud amb caract. violentes que fa que les fases anteriors no siguin vàlides.

• TEORIES DEL COMPORTAMENT COL·LECTIU

Hi ha 8 teories que han tractat d'explicar el moviment col·lectiu, unes que tendeixen de la filosofia, psicologia social,...

• Psicoanàlisi social (Freud i Le Bon)

Inconscient col·lectiu: Tracta de definir una corrent dels fenòmens col·lectius semblant al procediment que fem servir els individus a nivell individual (instints, pulsions,...), els que generen comportaments dirigits a det. metes que coincideixen en tots els individus que formen un col·lectiu.

P.ex: com poder canalitzar els impulsos sexuals reprimits? Excusa que coincideix amb altres reprimits formant un col·lectiu que forma reivindicacions en l'àmbit sexual.

• Cognitivisme social (Tajfel)

Influència social: Procés caracteritzat per compartir objectius a partir de l'interacció. L'autor Tajfel utilitza el concepte de identitat social. Els col·lectius funcionen mitjançant un pensament identitari.

- **Interaccionisme simbòlic (Blumer i Turner)**

Es basa en el procés del comportament social. En la construcció de símbols, els quals s'utilitzen a nivell de tot el col·lectiu. El col·lectiu interactua per aconseguir una interacció simbòlica amb els seus col·lectius.

Inquietud social. El col·lectiu busca símbols, el que els interessa és la creació de l'espai i símbols.

- **Conductisme social**

Reforç: Participo en un col·lectiu pq aquest m'aporta uns beneficis. Obtenir un reforç.

P.ex: Formo part d'un grup violent on puc satisfer els meus impulsos sense ser castigat.

- **Teoria marxista**

El comportament col·lectiu sempre busca provocar o incidir en processos de canvi. Els moviments col·lectius orientats al canvi. El motor del canvi col·lectiu és el conflicte provocat per una tensió donada per la frustració dels individus.

Un mov. com excusa per alliberar la tensió dels fets. Busquem una excusa en comú per haver una situació de canvi, passar una situació de canvi.

- **Humanista**

Es centra en el procés que porten els individus a configurar mov. socials. Es basa en que els individus participen en col·lectius per desenvolupar pautes o normes de conducta que puguin ser exportades a altres col·lectius. Normes que resolguin situacions d'ambigüitat.

P.ex: metges sense fronteres; individus que consideren q altres individus els poden imitar.

- **Construccionisme social**

Explica el comportament col·lectiu on cada individu fa la seva realitat. Explicació que construeix l'individu a partir d'altres col·lectius.

P.ex: okupas; agafen símbols del mov. hippy, anarquistes, ecologistes, etc... on construeixen un nou mov. social.

Hi ha diferents corrents en els mateixos membres del col·lectiu. No s'inventen res sinó que agafen símbols de diferents mov. col·lectius.

- **Moviment postmodernisme**

El mov. col·lectiu es configura en una situació de canvi emergent, en flux constant. S'analitzarà el col·lectiu a partir dels elements rars que no e donen en altres mov. col·lectius. També s'interessa en saber què és allò que reforça el mov. col·lectiu i el canvi que es dona lloc en el mov.

Ho estudien a nivell global. Estudien mov. de diferents membres ètnics on tenen unes perspectives similars.

- **ELS MOVIMENTS SOCIALS**

48

Individu 3

Individu 2

Individu 4

Individu 1

INDIVIDU

A

1

2

3

5

4