

4. – Conducta Prosocial.

4.1. Introducción.

El desarrollo económico y social de las grandes urbes trae consigo un aumento significativo de actos delictivos y conductas de agresión manifiesta ante la población. En 1960 se da una explicación científico – social a las conductas anti – sociales.

Desarrollo económico y social. – desigualdades sociales = delincuencia.

- ayuda voluntaria – Conducta Prosocial.

– Latane y Darley (1968).

En las situaciones de emergencia se produce el efecto del espectador en una emergencia a mayor (>) nº de espectadores, menor (<) posibilidad de que le ayuden.

· Respuestas explicativas:

- La ambigüedad de la situación no se sabe lo que ha pasado.
- La difusión de la responsabilidad se distribuye entre todos los espectadores.
- La aprensión a la evaluación miedo a que evalúen nuestra actuación, juzgando si hacemos bien o mal.

4.2. Definición.

Conducta Prosocial conducta social positiva (+) con / sin motivación altruista.

Altruista desinteresado beneficio del otro, beneficia a una parte.

No altruista beneficio mutuo para las dos partes implicadas en la relación.

Aquella conducta prosocial, con o sin motivación altruista, debe ir acompañado de la intención de beneficiar a alguien y que exista libertad de elección (hacerlo o no) y de la empatía (sintonizar con los sentimientos de otras personas).

4.3. Teorías explicativas.

a/ Teorías Sociobiológicas.

Nuestra conducta está definida genéticamente, así nuestras conductas bienen ya marcadas.

b/ Teorías sociales: Las Normas Sociales.

- Norma de la reciprocidad.
- Norma de la responsabilidad social.

Mayor dependencia = mayor responsabilidad = mayor ayuda.

Norma personal. Depende de las reacciones emocionales.

c/ Teoría del intercambio social.

Se basa en los principios económicos del intercambio, las personas intercambian recursos sociales: información, amor, servicios...

4.4. *Variables implicadas.*

a/ Variables personales.

- Los rasgos de personalidad avisan no pronostican.
- Los tests no identifican a las personas prosociales.
- Los cuestionarios: menor fiabilidad y validez.
- Estados internos que afectan a las conductas de ayuda:
 - El sentimiento de culpa cuando cometemos una transgresión somos más propensos a ayudar, así, eliminamos nuestras culpas.
 - La tristeza una obra solidaria contribuye a neutralizar los sentimientos ingratos.
- La edad y el sexo:
 - La edad: a mayor edad mayor conductas prosociales (en jóvenes autoayuda económica).
 - El sexo:

Mujeres Mayor ayuda a las personas que dependen de ellas.

Más sensibles al efecto del espectador.

Mayor ayuda de forma genérica.

Hombres más rápida en emergencias.

· Similitud o semejanza con las personas:

A mayor semejanza, mayor ayuda.

b/ Variables situacionales: las que mejor predicen y las más influyentes en la emisión de dicha conducta.

· El nº de espectadores:

A más nº de espectadores, menor intervención.

· Las prisas: la pérdida de tiempo es un inhibidor de altruismo.

5. **Agresión.**

5.1. *Definición.*

Conducta física o verbal que tiene la intención de provocar daño a alguien.

· Tipos:

– Emocional u hostil (daño en sí mismo).

– Instrumental (conseguir otros fines).

· Implica:

– Que se da entre miembros de la misma especie.

– la agresión a ser entendida como aversiva por parte del destinatario.

– que haya intencionalidad.

– competición, dominio y sometimiento.

5.2. *Causas de la Agresión.*

a. – INNATA (instinto): EROS (vida)

I. Enfoque psicoanalítico. Teoría dual de los instintos THANATOS (muerte)

· Energía psicológica.

Acumulación de energía descarga agresiva periodo de descanso.

· Agresividad es inevitable: Directa / Indirecta (humor, deportes...)

II. Enfoque biológico.

a/ *Genéticas*: Animales cepas agresivas.

Humanos: – Monocigóticos (gemelos), dicigóticos

mayor semejanza (agresividad y asertividad).

- Cariotipo XYY (supermachos), mayor comportamiento antisocial y delictivo.

Neuronales S.N.C. sistema límbico.

Bioquímica hormonas, alcohol.

b. – APRENDIZAJE:

I. Instrumental. Conducta agresiva: Refuerzo positivo (status, dinero...) / Refuerzo negativo.

II. Social.

Observación e imitación de modelos. Experiencia con niños (Bandura).

- La violencia en los medios de comunicación.

Mayor violencia en la televisión = mayor comportamiento agresivo.

- Efectos a medio y largo plazo.
- Mayor disposición a la violencia.
- Actitudes específicas ante la agresión.

c. – REÁCTICA:

a. – Hipótesis frustración – agresión FRUSTRACIÓN = AGRESIÓN.

La frustración es una interferencia en una respuesta – meta que evita su consecución. Hay que diferenciar entre frustración y privación o carencia. Dollars (exper. con juguetes)

Agresión: directa / indirecta (desplazamiento, represión...)

b. – Hipótesis de la señal – activación (Berkowitz).

FRUSTRACIÓN *(activación emocional) ej. (ira)

**(presencia de señales estímulares agresivas) ej. (efecto de las armas).

AGRESIÓN

* emociones negativas. somos perversos cuando nos sentimos mal.

5.3. *Influencias Sobre La Agresión.*

a. – Incidentes aversivos: el dolor / el calor / ataques / hacinamiento.

b. – Edad: 12 y 18 meses (comienzo) / 22 a 24 meses (máximo) / 33 meses (verbal)

> 5 años (disminuye) adolescencia.

c. – Sexo: varones (+ conductas agresivas y antisociales) físico.

Mujeres (+ agresión verbal y la burla).

d. – factores socioculturales:

Patrones culturales.

- Derecho a llevar armas.
- Normas reguladoras: reciprocidad / dureza masculina / el lenguaje de la violencia.

Grupos sociales subcultura de la violencia.

5.4. *Formas de Violencia.*

a/ Violencia interpersonal:

I.– Violencia doméstica. Mayor nº de agresiones en la familia (cabeza de familia).

Madre hijo (físico). Padre hija (sexual).

· El ciclo de la violencia doméstica (Brenim y Kashim).

b.– Violencia sexual. Desde los piropos...

c.– Violencia grupal ¿el grupo maximiza las respuestas agresivas individuales?

9. **Psicología del Comportamiento colectivo.**

9.1. *Introducción.*

Situaciones de riesgo, emergencia y catástrofes: escaso progreso en estos estudios desde un punto de vista social.

9.2. *Masas y desastres: Teorías explicativas.*

· **El contagio de las Mentes Colectivas:** la masa es una aglomeración de gente que tiene entre sus características la impulsividad, la irritabilidad, las variaciones bruscas del humor...

Masas, muchedumbres y multitud (LeBon):

- Pueden ser violentas y destructivas.
- Impulsividad, irritabilidad, exageración del sentimiento.

Las características de las masas son nuevas y diferentes. Los individuos pasan a formar un solo ser y quedan sujetos y sometidos a la ley de la unidad mental de las masas mente colectiva supraindividual.

· Mecanismos explicativos de este cambio:

Sugestión Contagio

Mente Colectiva

Desindividualización

· **Desindivilización:**

- Pérdida de la autoconciencia y de la aprensión por la evaluación.
- Ocurre en situaciones grupales que fomentan el anonimato.

La favorecen: la pertenencia grupal, el anonimato, la ambigüedad y la incertidumbre de la situación, y los estados de conciencia alterados por consumo de drogas. disminución de la capacidad introspectiva y la autocrítica.

Lo que provoca la desaparición de: mecanismos inhibitorios miedo, culpa, ansiedad, vergüenza...

· **Contagio:** La excitabilidad y la mentalidad de masa se propaga de forma involuntaria (enfermedad transmisible).

· **Sugestión:**

– Se acepta sin crítica las directivas que se le dan.

– Pierden su personalidad consciente y se cometen actos extraños.

· **La interestimulación:** Las masas no son otra cosa que un conjunto de individuos, por lo que el comportamiento de estas se explica en términos individuales:

– La acción de la masa es la suma de las acciones de cada uno por separado.

– El individuo es estimulado por la conducta emocional de los otros, así, el individuo en masa es igual que el aislado, solo que aun más.

– Una masa es un fenómeno de sugestión de gran amplitud, en el no surge una unidad colectiva, sino:

· *Una interestimulación recíproca* (facilitación social), que consiste en el aumento de la respuesta al ver que los demás realizan los mismos movimientos.

· *Sentimiento de universalidad*, representación mental de un gran número de personas; el individuo supone que reaccionan como él ante el objeto común.

· **La norma emergente en las masas.**

Función de las normas del comportamiento colectivo:

– Definir situaciones que son ambiguas.

– En estas situaciones, las personas buscan indicadores que les diga cual es la conducta apropiada (normalización).

Estas normas aparecen:

– Durante un periodo inicial de arremolinamiento (dar la clave).

– Actividades de la masa como un todo.

– Los integrantes sancionan o evitan las disidencias.

· **Identidad Social.**

Categorización del yo: la masa se asimila a un grupo social, a una categoría social común.

Supuestos básicos:

1.– Los miembros de la masa actúan en función de una identidad social común.

2.- Todos los participantes comparten una misma identidad, muy significativa.

3.- Se ponen de manifiesto los aspectos físicos de la masa, los límites (del endogrupo y exogrupo) y la pertenencia a diversas categorías sociales.

9.3. *Tipología de las masas.*

Masas activas y pasivas. A las primeras las denominó turbas y a las segundas audiencias o públicos.

- Turbas Agresivas: movimiento centrípeto,

violencia dirigida contra algo / alguien.

- Turbas Evasivas: movimiento centrífugo,

no se paraliza, pretende huir o evitar un daño real o imaginario.

- Turba Adquisitiva: movimiento centrípeto,

se polariza hacia un objeto que se desea intensamente.

- Turba expresiva: gentes congregadas en un determinado lugar.

6. Prejuicio y Discriminación (Estereotipos).

6.1. *Introducción.*

En diferentes categorías sociales lleva asociada toda una serie de sesgos etnocéntricos a nivel de:

- ESTEREOTIPO: semejanzas intragrupal y diferencias intergrupales.

Capacidades y limitaciones.

- ACTITUDES DE PREJUICIO: evaluaciones basadas en la identidad social de los individuos y sujetas a estereotipos grupales.

- CONDUCTAS DISCRIMINATORIAS: basadas en actitudes de prejuicio, que benefician al endogrupo y perjudican al exogrupo.

El proceso de categorización introduce un cierto orden en la avalancha informativa que llega hasta nosotros. Este proceso tiene efectos facilitadores en la adaptación e integración grupal pero condiciona, al mismo tiempo, nuestro conocimiento de la realidad social a través de sesgos reduccionistas.

Sesgos etnocéntricos:

Estereotipar (generalizar) Todos los andaluces son...

- Proceso adaptativo positivo (+) de simplificación.

- Discriminativo (-) basado en rumores.

Estereotipos y prejuicios son (+) o (-).

6.2. *Estereotipo, prejuicio y discriminación.*

- Estereotipo: creencia exagerada asociada a una categoría, cuya función es justificar nuestra conducta ante esa categoría.
- Prejuicio: (como algo negativo) actitud (–) y hostil hacia un grupo identificable, derivada de informaciones incompletas.
- Discriminación: comportamiento derivado del prejuicio.

RELACIÓN – ACTITUD

- Estereotipo Cognitivo: creencias, atributos del grupo.
- Prejuicio Afectivo: afectos, evaluación negativa.
- Discriminación Conductual: la desigualdad de conductas.

6.3. *Causa del Prejuicio (Aronson – El animal social).*

a/ Competencia económica y política.

Ej.– A falta de empleo, el inmigrante resulta ser el perjudicado por la aparición de prejuicios debido al conflicto.

b/ Agentes no poderosos (Cabeza de Turco)

c/ Personalidad prejuiciosa, Autoritarismo. (Creencias rígidas y valores autoritarios).

d/ Por conformismo: normas sociales. (Estereotipos mantenidos por la sociedad).

- Origen de los estereotipos (Mackie).
- Interacción personal con grupos. – Aprendizaje social.

6.4. *Orientaciones teóricas de los estereotipos.*

· **Teorías de la personalidad:**

- *Frustración – Agresión* frustración como interferencia que impide una ejecución. Si el alcance de la meta se ve impedido por algún tipo de bloqueo, dicha energía solo encuentra resolución en la agresión. Si el factor de bloqueo es demasiado poderoso, lo más posible es que la agresión se dirija hacia un blanco alternativo, más débil o minoritario (Cabeza de turco).
- *Personalidad autoritaria* El prototipo del sujeto autoritario se presenta como alguien que pretende suprimir su hostilidad hacia las figuras parentales y otras figuras de autoridad, proyectando (mecanismos de desplazamiento) la agresividad subsiguiente hacia un exogrupo determinado.

Adano – escala F de autoritarismo. Agresividad a exogrupos, Suj./s potencialmente fascistas.

- **Teorías cognitivas:** Estructuras cognitivas en la que el procesamiento de la información (atención, codificación, retención y recuperación) de la persona se producen sesgos en su funcionamiento..

· **Teorías socio – culturales:**

– *Teoría del conflicto* Conflicto realista. Categorización grupal. Semejanzas intragrupal y diferencias intergrupales. Identidad social positiva y autoestima. Ambas activan el etnocentrismo y el estereotipo negativo.

– *Teoría del aprendizaje social* modo de relación con otros grupos. Interacción con los miembros del grupo, con la sociedad y por los medios de comunicación.

ENDOGRUPO: grupo que comparte una determinada identidad.

EXOGRUPO: grupo que no comparte esas características.

6.5. *Medida de estereotipos.*

- Lista de adjetivos.
- El diferencial estereotípico (como diferencial semántico).
- La razón diagnóstica de Mc Canley y Stitt:

P características grupo A

P características generales Ej. Abstracción = 10 (en el nº de gente que se dedica a Audiovisuales es común)

nota

C.A. $10/5 = 2$, media estereotipo.

Nº de individuos.

6.6. *Efectos de los prejuicios.*

- Los efectos sutiles de los prejuicios:
 - La profecía se autocumple.
 - Fuerte resistencia al cambio de los estereotipos.
 - Homogeneización del exogrupo.
 - Error fundamental de atribución (estereotipo). causa u origen atribuidas a un mismo fenómeno dependiendo del exogrupo o endogrupo.

8. Los Efectos de los Medios de Comunicación.

8.1. *Introducción.*

Comunicación de masas:

- Audiencia anónima, grande y heterogénea.

- Fuentes institucionales y organizaciones.
- Función económica (comercial y publicitaria).
- Función comunicativa (significativa – reciprocidad).
- Producto de consumo (patrones de exposición).

8.2. *Teorías en la psicología de los medios.*

a.– Agenda Setting (los medios organizan el mundo a nuestro alrededor). Nos dicen sobre lo que pensar.

- Comprobación de la teoría de la agencia setting:
 - lo que hay en los medios (Variable Independiente) las causas.
 - lo que piensan los ciudadanos (Variable dependiente) los efectos.

V.I. V.D.

La agencia marca más en quien necesita orientarse.

- Estudio de Pablo del Rio (1986 U.C.M.)

Agenda (problemas sociales) (medios, receptores y comunicadores) estos se identifican con las agendas.

b.– La Perspectiva del Cultivo. No interesa tanto los conocimientos para procesar, sino el propio crecimiento y desarrollo en el entorno audiovisual (en que mundo de imágenes tiene la cabeza el ciudadano caldo de cultivo).

- El estudio debe ser Macro, de cambio (político, cultural) y no micro (antes – después).
- Indicadores culturales o la visión del mundo con distintos niveles de exposición a la T.V.

Índice Medio del modo según la T.V. La tele lleva a ver el mundo de forma falseada (menos anciano – más violento). Hace televidentes desconfiados y adecua sus valores y actitudes.

- Perspectiva de usos y gratificaciones:
 - Los medios actúan de forma indirecta.
 - Son una de las causas de influencia social y ambiental. Ciudadano libre (capaz de elegir y usar).

A que fines o funciones sirven los medios para los receptores.

- Las funciones o usos psicológicos de los medios. Blum 1979:
 - Conocimiento.
 - Diversión.
 - Identidad personal.

- Los objetivos de la investigación psicológica sería:

¿Cómo usa la gente los medios para gratificar sus necesidades? Comprender la conducta de los usos de los medios. Identificar la función o consecuencias de esas conductas.

8.3. *Efectos de los Medios de Comunicación.*

a.- **Cognitivos:**

- Comprensión: El niño a los 7 – 8 años, (> detalles, < centralidad e inferencias)

Hasta los 14 – 15 años, televidente normal, (> centralidad e inferencia).

- Imaginación y fantasía (Greenfield y otros, 1993): el niño muy televisado inhibe la imaginación infantil, juega menos, repite y no elabora. La cantidad de esfuerzo que invierte (AIME) el niño en T.V., es inferior a la utilizada en un libro o una clase.

Hay correlaciones entre cantidad de T.V. y déficit creativo (efecto secante de la tele sobre las actividades infantiles).

- Medios impresos – Medios visuales: Ponemos + o – esfuerzo de procesamiento según si el modo de presentación sea fácil (T.V.) o difícil (letras).

Cuanta más tele vean los niños:

- peor actitud hacia la lectura.
- más disminuirá su capacidad de concentración lectora.

La concurrencia entre verbo e imagen:

- los subtítulos (en el mismo idioma) mejoran la comprensión del contenido audiovisual y el aprendizaje lector – escrito.
- Televisión e imaginación: complementariedad de historias de vídeo o narrados. Un niño español (1994) ve más horas de T.V. que horas de escuela.

b.- **Conductuales.**

- *Agresión:*

- Aprendizaje social: la comparación social (identificación del espectador con el protagonista). Los reality – shows de hechos violentos facilitan aun más que los cinematográficos.

- Experimento de Feedback (1961) catarsis, la visión de una película violenta produjo menos hostilidad que una no violenta.

- Estudio de campo (Eron 1980, en un estudio durante 10 años). La visualización de programas violentos y de alto grado de agresividad, tuvo la relación positiva en la adolescencia y 22 años después predijo actos delictivos. No aplicable a las niñas (por socialización)

- *Uso prosocial:*

– Educación sanitaria: intervención epidemiológica / ambiental, programas de educación sanitario.

· *Educación infantil.*

· *Comportamiento ecológico:* conductas ecológicas responsables: cualquier conducta que tenga como intención conservar el medio ambiente o evitar su destrucción.

10. Los Rumores.

1.– Definición.

Una afirmación general que se presenta como verdadera, sin que existan los datos concretos que permitan verificar con exactitud. *Chisme (+ cercano).

2.– Características.

– Aparece en *situaciones críticas* (crisis, conflictos, catástrofes).

– Surge en situaciones de *privación de información*.

– Es una *Comunicación informal*.

– Se propaga *entre semejantes*; personas implicadas en una misma situación particular.

– El mensaje transmitido está sujeto a diversas *distorsiones*.

· Críticas de Rouquette (1977).

El rumor no es sólo un fenómeno de comunicación de los grupos impulsado por crisis.

La comunicación informal está presente en toda comunicación interpersonal.

La falta de información no es imprescindible.

3.– Tipos de Rumores.

En base a las propiedades de su contenido:

· Rumores comerciales (Koenig):

– rumores de conspiración habla de prácticas amenazantes o indeseables promovidas por famosas empresas.

– rumores de contaminación los que proclaman que cierta característica de un producto comercial es dañina.

· Rumores bélicos (Knapp):

– los que expresan deseos y anhelos / miedos y ansiedades / los agresivos.

· Propiedades formales de su contenido: el rumor se compone de un enunciado con dos elementos básicos: un *sujeto*, correspondiente a un ser animado, o un objeto inanimado; y un *predicado*, consistente en la atribución de una acción, un sentimiento, una cualidad o una propiedad. Un rumor siempre afirma algo de alguien. Cada parte se caracteriza por una propiedad variable: la especificación.

Enunciado del rumor:

animado (personas, clase social, instituciones...)

– Sujeto inanimado (lugares, maquinas, productos...)

– Predicado Atribución de una acción.

Nº y definición de personas y hechos:

Sujeto

Especificación fuerte. Espec. Débil.

Espec. Fuerte

Predicado

Espec. Débil

· Contenidos positivos y negativos.

Sujeto

Positivo Negativo

Positivo Equilibrio Desequilibrio

Predicado

Negativo Deseq. Equilibrio

4.- Condiciones psicosociales de la Comunicación.

El rumor, para que sobreviva, necesita:

– ser transmitido boca a boca.

– ha de ser relevante para la población.

· Ley fundamental del rumor: **Rumor, Importancia, Ambigüedad, Crítica.**

$R = I \times A \times 1/C$ al aumentar la crítica, el rumor se va debilitando o se detiene.

· El impulso explorativo busca mensajes interesantes, inusuales, excitantes.

· Rumores como diversión romper el aburrimiento o la monotonía.

· Falta de fuentes fidedignas de información (ambigüedad).

· Pertenencia categorial o posición el que participa del rumor transmite y refuerza sus propias convicciones al respecto de algo o alguien. Los rumores incrementan la polarización al tiempo que refuerzan la solidaridad

dentro de cada grupo (endogrupo – exogrupo).

- Relación rumor – ansiedad aparece en situaciones ambiguas, actúa reduciéndolas. La ansiedad hace menos soportable la vivencia de la ambigüedad, así, las personas ansiosas, resultan en la recurrencia al rumor en cantidad más elevada de lo que lo sería con personas o en situaciones de baja ansiedad.

5.– *Estructura transmisora de los rumores.*

a.– Modelo lineal: resulta demasiado alejado de la realidad.

b.– Modelo ramificado: se desenvuelven de este modo, con situaciones de crisis. La mayoría de

los rumores cotidianos tampoco sigue este patrón. En todos los grupos había una persona que parecía ser un líder de opinión.

c.– Modelo de redes de interacción múltiple: el mensaje se envía a distintas personas dentro del grupo, donde circula repetidamente. Cualquier individuo envía el mensaje a varias personas a la vez que lo recibe de varias.

6. *El proceso de transmisión y transformación.*

Según el procedimiento lineal de transmisión hay tres tipos de transformaciones producidas en el curso del rumor:

a.– *Reducción o nivelación*: a medida que transcurre el rumor, tiende a la concisión, acortándose hasta conservar tan sólo un 30 por ciento del total original.

b.– *Acentuación*: Se destaca un nº limitado de detalles.

c.– *Asimilación*: transformaciones del contenido no aleatorias, que responden a la organización cognitiva de la población (actitudes, opiniones, representaciones). Se distinguen siete tipos:

- Temática: distorsión del contenido.
- Completiva: se agregan detalles.
- Condensadora: de la información.
- Estereotípica: se hacen atribuciones.
- Por interés.
- Por hostilidad.

11. La Comunicación no Verbal.

1.– *Definición.*

- Comunicación humana Aspectos verbales.

Aspectos no verbales (conducta). Conjunto de comportamientos no lingüísticos, como gestos, posturas... Aspectos mucho más sutiles del lenguaje.

· Conducta no verbal: todos los acontecimientos de la comunicación humana que trascienda a las palabras dichas o escritas. Desde los comportamientos lingüísticos (gestos) a la entonación.

2.- *Comunicación o conducta no verbal.*

La palabra hablada precisa de un complemento no verbal para adquirir un sentido expresivo pleno. Pero no debemos clasificar como conductas comunicativas no verbales fenómenos que en realidad no son más que signos no intencionales, o informaciones involuntariamente producidas por un comunicante.

– **Comunicación:** supone relación emisor – receptor e intercambiar información, a demás implica conciencia e intencionalidad.

– **Información:** contenido o mensaje de una comunicación.

– **Conductas comunicativas:** conductas que constituyen un diálogo que tiene referentes, y que éstos sean conocidos al menos por las dos personas (ej. Señales de policía).

– **Comunicación no verbal:** se basa únicamente en las inferencias de un interlocutor a partir de la actividad corporal de la persona que se dirige a él.

· La supresión de la conducta no verbal, ¿afecta a la comunicación?:

– Rimé, 1986:

Interposición de un cristal opaco afectó a la sincronización y no al contenido, el léxico...

Silla inmovilizadora aumentaba los movimientos en cejas, ojos, boca...

· ¿Por qué estas conductas?:

Al transmitir la experiencia humana de forma conceptual (lenguaje).

de forma no conceptual (afectos, dinamismo...).

Los gestos están en relación con la naturaleza perceptiva del referente (lo que se habla).

– niños: una historia narra + mímica y onomatopeyas. (evolucionan hacia la conversación).

– aparecen más ante hechos emocionales (ej. Vivencia de un accidente).

3.- *Funciones sociales de la Conducta no verbal.*

Función de afiliación: se refiere a la expresión de afecto (positivo o negativo). El comportamiento no verbal desempeña un importante papel a la hora de informar sobre dicho estado afectivo.

Función de control: hacer sentir la influencia de unos sobre otros, con el fin de modificar su conducta. Se caracteriza por la falta de correspondencia entre el afecto y la conducta no verbal producida.

La conducta no verbal está al servicio del control social en las siguientes áreas:

– *Estatus, poder y dominio:*

A través de:

- La mirada el que tiene menos poder mira al que más tiene.
- De contacto físico resaltar las diferencias de poder, violando el espacio y la intimidad del otro. El espacio personal como símbolo de estatus y supremacía.
- Interrupciones conversacionales (paralingüismo) se suele atribuir mayor poder o dominio en una interacción a la persona que con más frecuencia inicia su discurso cuando otros aún no han concluido.
- Persuasión la conducta no verbal de una persona se halla al servicio de la inducción del cambio de opinión de otra. Los sujetos más persuasivos suelen ser más expresivos, cálidos y tranquilos en lo que a calidad vocal se refiere.
- Retroalimentación – refuerzo control de la interacción, metodo sutil de ejercer el control sobre otros individuos.
- Engaño la gente se considera más responsable de su conducta facial que de la corporal, por lo que la controla más. Así en un engaño lo que nos traiciona más es el cuerpo.

4.- *Clasificación de la conducta no verbal:*

a.- Kinesia.

Se ocupa del estudio de la postura y movimiento corporales, de la conducta táctil, del efecto de la apariencia física, vestimenta y artefactos, así como de los gestos y expresiones faciales y de la conducta visual.

– Posturas y movimientos del cuerpo:

- *Emblemas:* Actos no verbales que admiten una traducción verbal específica (signo de OK, lenguaje de los sordomudos...).
- *Ilustradores:* unidos al habla, ilustran lo que se dice verbalmente; acentúan o enfatizan alguna palabra (extender y abrir los brazos como símbolo de general).
- *Muestra de afecto:* configuraciones faciales y posturas corporales que expresan estados afectivos generales; no intentan comunicar pero pueden ser intencionales.
- *Reguladores:* controla la sincronía de hablante – oyente en el acto comunicativo (movimientos de cabeza y comportamiento visual).
- *Adaptadores del yo, interpersonales y objetales:* hábitos aprendidos como esfuerzo de adaptación para satisfacer necesidades, dominar emociones, desarrollar contactos sociales; suelen incrementarse con la incomodidad psicológica y la angustia sentida.

· Conducta táctil: más en situaciones de despedida, emocionales. Suelen iniciarlo los varones. Más característico en estatus alto.

· Apariencia física: el atractivo físico es importante; la belleza conduce a simpatía, hacia su persona y sus ideas.

Configuración general del cuerpo:

Ectomorfo (delgado): se percibe como ambicioso, suspicaz, tenso, menos masculino, pesimista, callado...

Mesomorfo: más masculino, maduro, seguro de sí, audaz...

Endomorfo (grueso): más conservador, bondadoso, simpático, dependiente y confiado.

· Ropas y artefactos: su finalidad es la de ofrecer ante los demás la imagen de nosotros que deseamos; de mostrar ante los otros un cierto estado anímico, edad, estado físico, actitudes, estatus, nivel intelectual.

· Expresiones faciales: su relevancia está en su capacidad para informar de los estados emocionales; pero también interpreta un papel importante en el establecimiento de juicios de personalidad.

· Conducta visual: las funciones de la interacción visual son numerosas: expresar actitudes interpersonales; regular el flujo de comunicación; expresar el grado de implicación en lo que se dice o hace...

b.- Paralenguaje.

Se refiere a determinadas variaciones no lingüísticas : tono de voz, ritmo, velocidad del habla, pausas y silencios... La voz como elemento de la persuasión (fluidez, volumen...)

c.- Proxémica.

El espacio personal se describe como una burbuja invisible que envuelve al individuo y se constituye a modo de territorio portátil en la que no se puede entrar sin nuestro permiso.

1. Influencia Social

Conformidad, Obediencia, Información.

1.- Introducción.

Sentimos la necesidad de buscar las causas del comportamiento de nuestros semejantes, así como de indagar en la finalidad de dichos comportamientos.

· Milgram (1974):

El paradigma experimental utilizado pretendía reflejar y reproducir el fenómeno de influencia social denominado, obediencia, por el cual un sujeto o grupo adecúa su comportamiento a las órdenes de una autoridad (una obediencia destructiva).

Influencia social autoridad OBEDIENCIA

MUESTRA alumno (cómplice) Tarea de aprendizaje.

Profesor.

Castigo (descarga eléctrica).

Condiciones experimentales:

Distanciamiento..... Proximidad táctil.

¿cuántos llegaron al final?

Psicólogos clínicos y terapeutas: 1 % (factores psicopatológicos)

Resultados del experimento de Milgram: 65 %

Explicación:

Factores situacionales: [Presión social] (Influencia social) Estado de agente.

Comportamiento: variables personales + v. Situacionales.

Error fundamental de articulación.

Por el que las personas tienden a explicar la acción de los otros atendiendo a factores de personalidad, más que a factores situacionales y presiones sociales (la influencia social tiene una gran fuerza). El sujeto se abandona a la autoridad, no considerándose responsable de sus actos y viéndose como un simple instrumento.

2.- *Definición de influencia social.*

Capacidad de un individuo de modificar el comportamiento de otros sin usar la fuerza. Provoca cambios de actitud, opinión, comportamiento en una persona como resultado de su interacción con otras...

La participación de los individuos en un grupo modifica profundamente el pensamiento, sentimiento y acciones de los mismos al surgir una unidad mental, mente colectiva, cuyo concepto clave es el de *imitación*. Todo lo individual se vuelve social, con lo que se crea una uniformidad común a todas las sociedades.

La influencia social se lleva a cabo de forma voluntaria e intencional.

de forma involuntaria y desinteresada.

· Antecedentes:

La sugestión y el hipnotismo.

La Tª de masas y muchedumbres por los sociólogos.

Le Bonn y Tarde los fenómenos de mente colectiva y sugestión hipnótica.

3.- *Modalidades de la información social.*

a.- **Normalización.**

Cuando los individuos se enfrentan a un estímulo ambiguo o inestable, careciendo de un marco de referencia, se quedan confundidos, inmersos en la incertidumbre. Utilizan la interacción social para reducir la incertidumbre intercambiando información sobre el estímulo u objeto ambiguo, estableciendo una *norma común* Normalización.

(Efecto autocinético de Sherif, 1936).

?

b.- Conformidad.

Proceso de influencia social por el que una persona sus sentimientos, opiniones y conductas en dirección a la posición mantenida por el grupo mayoritario, como resultado de la presión física o simbólica ejercida por un líder del grupo o por el propio grupo.

- La sorpresa de S. Asch (1951 – 56):

- Prueba de percepción visual:

Siendo la línea x igual a la línea a, la fuente mayoritaria afirma que era la línea b.

El grupo experimental estaba compuesto por 9 personas de las que, sólo 1, no estaba compinchada.

Resultado de conformidad: 33 % .

- ¿ Es bueno o malo el conformismo?

Conformidad: acuerdo público y manifiesto. A nivel individual puede, o no, que se coincida.

OBEDIENCIA

Un individuo o grupo modifica su comportamiento a fin de someterse a las órdenes directas de la autoridad.

Las investigaciones de Milgram siguen siendo relevantes:

- Resultados: 65 %

- La originalidad de los estudios.

- Evidencias de la naturaleza humana.

- Experimentos Milgram = 2ª Gª Mundial.

Milgram plantea que obedecer a la autoridad lleva a la socialización.

Conformidad y obediencia se asemejan en que ambos se producen por una presión social. Se diferencia en que el estatus es diferente:

Conformidad estatus igual.

Obediencia Diferentes estatus > poderoso sobre individuos.

c.- Innovación.

En la que la influencia es producida por agentes sociales que carecen del prestigio y del poder necesario que se les atribuye a las mayorías y a la autoridad (minorías).

Desde Festinger la influencia social sólo se producía en situaciones de incertidumbre o de elevada ambigüedad. A demás, no aceptar la opinión mayoritaria sería signo de inadaptación social, lo que conllevaría acabar como un desviado, rechazado por el grupo.

- Experimento Azul – Verde de Moscovici (1969).

Proyectaron diapositivas azules ante grupos formados por dos cómplices y cuatro sujetos. Los cómplices afirman de forma unánime y consistente que las diapositivas eran verdes.

Resultados: 8,4 % cambió de respuesta.

- Clave del efecto de las minorías:

– el uso de un *comportamiento consistente* que genera conflicto social y cognitivo en los sujetos.

– una vez generado el conflicto hay que restablecer el *consenso* partiendo de lo visto y debatido dando una *validación* que resuelva ese conflicto.

- Tipos de minorías nómicas: plantea el argumento de porqué ha cambiado.

anómicas: NO plantea el argumento...

4.– Niveles de influencia y modelos teóricos.

- Resultados experimentales:

– Obediencia (Milgram): 65 %

– Conformidad (Asch): 33 %

– Innovación (Moscovici): 8,4 %

- Asch entrevistó a los sujetos experimentales:

– Distorsionaban la percepción.

– Distorsionaban el juicio dependencia informacional.

– Distorsionaban la acción dependencia afectiva.

a.– Influencia informacional se pretende tener una percepción exacta de la realidad (comparo mis creencias con la de los demás).

b.– Influencia normativa adquirir recompensas del grupo y/o de evitar castigos.

c.– Influencia minoritaria Comportamiento consistente conflicto conversión.

La Mayoría (conformidad) **La Minoría** (innovación)

Comparación social Proceso de validación

(normativo e informativo) (actividad cognitiva)

Sumisión pública conversación privada (latente)

Provocan sumisión (sin conversión) Provocan conversión (sin sumisión)

Complacencia o conformidad simulada.

15

34

BLOQUE III – Psicología de las Relaciones Sociales y Medios de Comunicación.

Padres

(Abuso Conyugal)

Violencia

contra los padres

Niño

(Abuso infantil)

Adulto

(Abuso infantil)

Niño

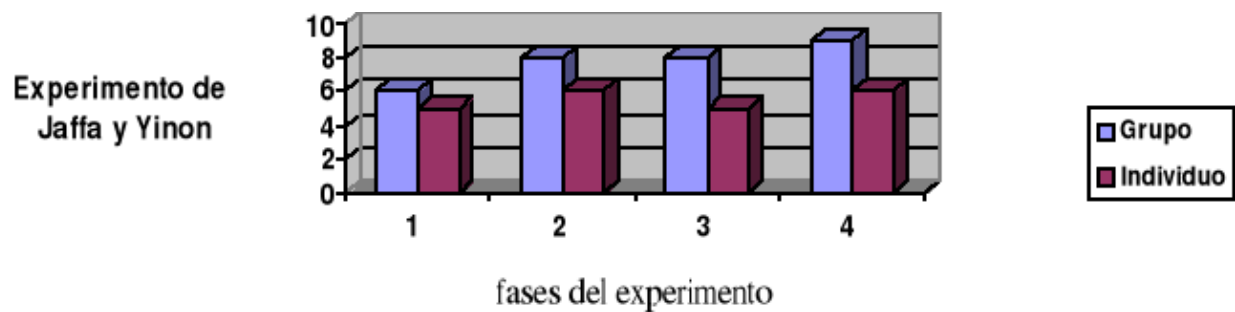
(Abuso infantil)

Violencia

contra los padres

Violencia entre hermanos

Violencia entre hermanos



EVENTOS PROBLEMÁTICOS

Físicos, normativos, de estructura social, de comunicación

PROCESO DEL RUMOR

CONDICIONES FACILITADORAS DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA MOVILIZACIÓN.

Ecológicas, de control social, actitudinales, simbólicas.

CONVERGENCIA

De personas con motivos diversos.

PROCESO DE CONCENTRACIÓN

DAR LA CLAVE

A través de la expresión de diferentes motivos.

NORMA EMERGENTE

Como una definición de la situación.

COMPORTAMIENTO COLECTIVO

Características generales de todas las masas

= > 1 (estereotipo)

Equilibrio Desequilibrio

Desequilibrio Equilibrio

x a b c

Mayoría influencia superficial

Minoría influencia progresiva latente