

TEMA 9. Psicología social

- 9.1.- ¿Qué es la psicología social?
- 9.2.- Cómo nos formamos impresiones de la gente
- 9.3.- Los procesos de atribución
- 9.4.- Relaciones cercanas: simpatía y amor
- 9.5.- Actitudes: cómo se emiten los juicios sociales
- 9.6.- Conformidad y obediencia
- 9.7.- La conducta grupal: afiliación

¿Qué es la psicología social?

La *psicología social* es la rama de la psicología que se ocupa de cómo los demás influyen en nuestros pensamientos, sentimientos y comportamientos.

Robin Dunbar. Somos sociales por naturaleza

Cómo nos formamos impresiones de la gente

(I)

- Efectos de la apariencia física: el juicio de la personalidad de alguien depende a veces de su apariencia, sobre todo de su atractivo físico
 - Se tiende a atribuir rasgos positivos a los individuos guapos (efecto halo), aunque existe poca correlación entre el atractivo y los rasgos de personalidad
 - Por ello, las personas atractivas tienen mayores probabilidades de conseguir un mejor empleo y un sueldo más alto
 - El atractivo físico, no obstante, incide poco en la percepción de honestidad e integridad
 - Se tiende a considerar más honestos y dignos de confianza a los que tienen rasgos infantiles: ojos grandes, piel tersa y mentón redondo

Cómo nos formamos impresiones de la gente

(II)

- Esquemas cognoscitivos: estructuras que rigen el procesamiento de la información y que nos sirven para clasificarnos unos a otros en diferentes categorías
 - Por ejemplo, “los comerciales son extrovertidos” o “los políticos son mentirosos”
- Estereotipos: ideas generalizadas de que los individuos poseen ciertas características por su pertenencia a un grupo en particular
 - La estereotipia es un proceso cognoscitivo normal que suele ser automático y que ahorra el tiempo y el esfuerzo requeridos para entender a los individuos
 - No obstante, ese ahorro se obtiene con detrimento de la precisión

Cómo nos formamos impresiones de la gente

(III)

- La subjetividad en la percepción de las personas: si el comportamiento de alguien es ambiguo, tendemos a interpretarlo de acuerdo con nuestras expectativas sobre él
- *Correlación ilusoria:* tiene lugar cuando pensamos que hemos encontrado más confirmaciones de un nexo entre los rasgos sociales que las que hemos visto en realidad
 - También tendemos a subestimar el número de negaciones (por ejemplo “Jamás he visto un político honrado”)
 - Solemos recordar con mayor frecuencia hechos que encajan con nuestros esquemas y estereotipos
 - *Efecto del blanco de las miradas:* sobreestimamos la atención que los demás prestan a nuestra apariencia y comportamiento
 - *Ilusión de la percepción asimétrica:* sobreestimamos el conocimiento que tenemos de los demás respecto al que los demás tienen de nosotros

Cómo nos formamos impresiones de la gente

(IV)

- Explicación desde la teoría evolucionista de los sesgos de percepción: tales sesgos favorecían la supervivencia y reproducción en el ambiente ancestral del ser humano
 - El atractivo personal se asocia al potencial reproductivo en las mujeres y a la salud y fuerza física en el hombre
 - Los rasgos aniñados se asocian a la necesidad de cuidado, atención e ingenuidad de los bebés
 - La tendencia a categorizar automáticamente a los demás se explica por la necesidad ancestral de discriminar rápidamente entre amigos y enemigos (endogrupo vs. exogrupo)

Los procesos de atribución (I)

Las atribuciones son inferencias que se extraen respecto a las causas de hechos, del comportamiento ajeno y del propio.

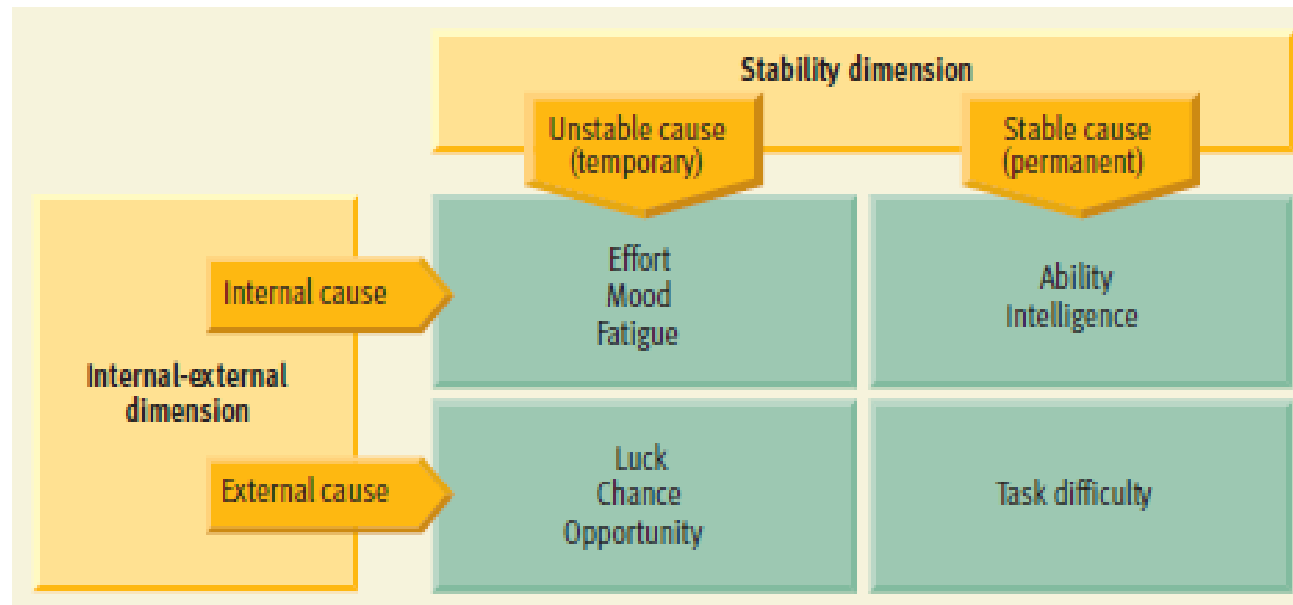
- Atribuciones internas y atribuciones externas:

- Fritz Heider (1958) fue el primero en describir cómo se efectúan las atribuciones: se tiende a localizar la causa del comportamiento ya sea *dentro de un individuo*, atribuyéndola a factores personales o ya sea *afuera de él*, atribuyéndola a factores ambientales
- La *atribución interna* asigna la causa del comportamiento a inclinaciones, rasgos, capacidades y sentimientos personales
- La *atribución externa* la asigna a exigencias situacionales y a restricciones ambientales
- Las atribuciones que hagamos influyen profundamente en el concepto que nos formemos de cada persona

Los procesos de atribución (II)

- Atribuciones del éxito y del fracaso:

- Además de la dimensión externo/interno también nos concentramos en la estabilidad de las causas del comportamiento a la hora de hacer atribuciones
- Por lo tanto, habría cuatro tipos de atribuciones del éxito y del fracaso de una conducta



Los procesos de atribución (III)

- Sesgo en la atribución:

- La atribución es una conjetura sobre las causas y muestra tendenciosidad en ciertas direcciones:
 - *Sesgo del actor-observador*: los *observadores* suelen sobreestimar la probabilidad de que el comportamiento ajeno refleje cualidades personales más que factores situacionales; los *actores* tienden a atribuir su comportamiento a factores externos
 - *Atribución defensiva*: tendencia a culpar a las víctimas por su desgracia, de modo que uno piensa que hay menos probabilidades de que le ocurra algo parecido
 - *El sesgo al servicio del yo*: tendencia a atribuir los éxitos a factores personales y los fracasos a factores situacionales

Relaciones cercanas: simpatía y amor (I)

- Factores esenciales de la atracción:

- *Atractivo físico:*
 - es un factor clave en la selección de pareja
 - la bien contrastada *hipótesis de la coincidencia* propone que hombres y mujeres tienden a seleccionar como pareja a otra persona de un atractivo físico aproximado al suyo
- *Efectos de la semejanza:*
 - tendemos a buscar parejas y amigos de edad, raza, religión, clase social, educación, inteligencia, atractivo físico, valores y actitudes similares
 - pero las parejas también tienden a modificar sus actitudes para coincidir, en un fenómeno llamado *actitud convergente*, y también tienden a sobrevalorar lo parecidos que son entre sí

Relaciones cercanas: simpatía y amor (II)

- *Efectos de la reciprocidad:*
 - hacer cumplidos y piropos puede ser efectivo con algunas personas, ya que nos suelen gustar las personas que muestran que les gustamos
- *Ideales románticos:*
 - normalmente buscamos que nuestra pareja reúna una serie de requisitos ideales, de manera que el futuro de la relación depende del grado de satisfacción o cumplimiento entre esos ideales y las percepciones subjetivas que tenemos de ella
 - las parejas suelen ser más felices si se idealizan el uno al otro
 - las personas enamoradas suelen centrarse en las virtudes de sus parejas y minimizar y racionalizar los defectos de estas

Relaciones cercanas: simpatía y amor (III)

- Teorías sobre el amor (I):

- Elaine Hatfield y Ellen Berscheid distinguen dos tipos de amor, el pasional y el de compañeros
 - el *amor pasional* es un completo ensimismamiento en otra persona que incluye deseo sexual y una emoción intensa
 - el *amor de compañeros* supone calidez, confianza y afectividad tolerante hacia la otra persona, cuya vida se siente profundamente ligada con la propia
 - Robert Sternsberg subdivide este tipo de amor en:
 - *Intimidad*: se refiere a la calidez, cercanía y deseo de compartir con la otra persona
 - *Compromiso*: se refiere al intento de mantener la relación a pesar de las dificultades o costes que puedan surgir

Relaciones cercanas: simpatía y amor (IV)

- Teorías sobre el amor (II):

- Cindy Hazan y Phillip Shaver relacionan el amor con las relaciones de apego en la infancia
 - *Apego seguro*: el niño está abierto a una compañía cercana que utiliza como base segura para explorar el entorno
 - El adulto es abierto a los demás y no suele preocuparse por ser rechazado o que alguien se le acerque mucho
 - *Apego evitativo*: el niño tiende a evitar o ignorar atenciones y cuidados
 - El adulto suele no sentirse a gusto en relaciones cercanas y desconfía de los demás
 - *Apego ansioso/ambivalente*: el niño tiende a resistirse al contacto con su cuidador, en concreto después de una separación
 - El adulto siente que otros rechazan tenerle tan cerca como él desearía y se preocupa de que la otra persona realmente no le quiera

Relaciones cercanas: simpatía y amor (V)

- Perspectiva evolucionista de la atracción:

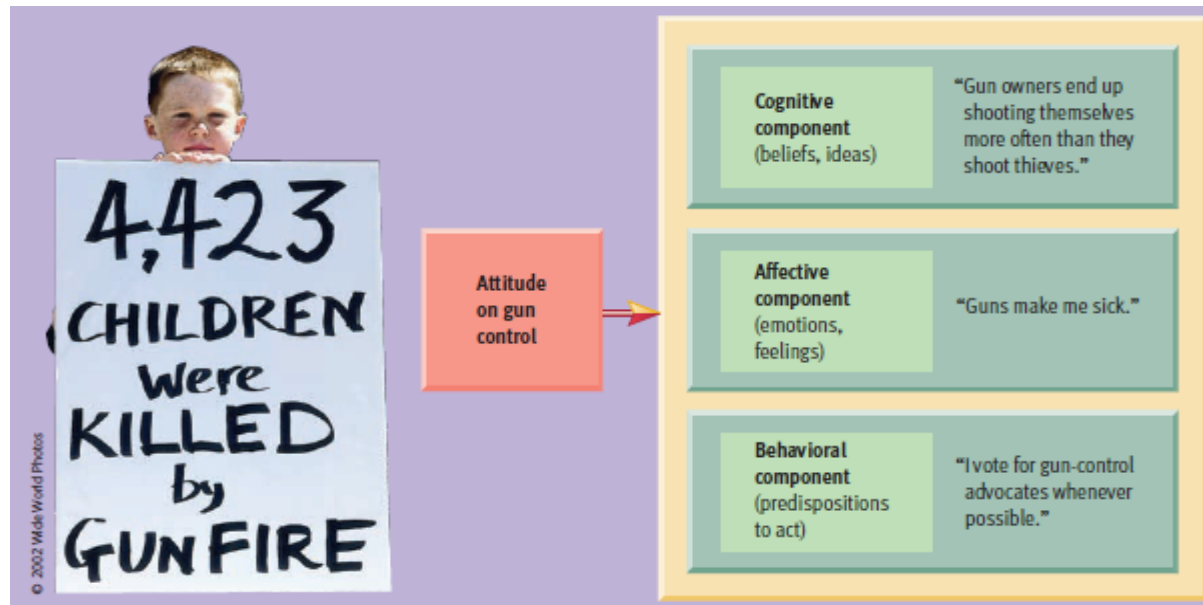
Defiende que la apariencia física es un factor determinante en la atracción porque ciertos aspectos del buen aspecto pueden ser indicadores de buena salud, buenos genes y una alta fertilidad como, por ejemplo:

- La simetría facial: un buen número de enfermedades se relacionan con asimetrías físicas
- La proporción cintura-cadera en las mujeres: una proporción moderadamente baja se relaciona con un mayor potencial reproductivo
- Los hombres están, por lo general, más interesados en la juventud y atractivo físico de las mujeres porque se asocian a un mayor potencial reproductivo
- Las mujeres suelen dar mayor importancia a la ambición que muestran los varones, su estatus social y su potencial para ganar dinero porque todo ello se asocia a la capacidad de invertir mayores recursos en la crianza de la progenie

Actitudes: cómo se emiten los juicios sociales (I)

Las *actitudes* son evaluaciones positivas o negativas de objetos del pensamiento. Una actitud puede incluir un máximo de tres clases de componentes:

- cognoscitivo: *creencias* referentes al objeto de la actitud
- afectivo: *emociones* que despierte un objeto de pensamiento
- comportamental: *predisposiciones a actuar* en cierta forma ante el objeto



Actitudes: cómo se emiten los juicios sociales

(II)

- Las actitudes pueden tener diferente *fuerza*, *accesibilidad* y *ambivalencia*:
- Una actitud es *fuerte* cuando resiste al cambio, es duradera y ejerce un impacto potente sobre el comportamiento (no siempre son predictoras confiables del comportamiento)
- La *accesibilidad* se refiere a la frecuencia y rapidez con que se nos ocurre una actitud: las más accesibles llegan más rápidamente a la mente
 - La accesibilidad depende de la fuerza: las actitudes más accesibles suelen ser sólidas
- Las actitudes *ambivalentes* son evaluaciones antagónicas que abarcan sentimientos positivos y negativos hacia un objeto del pensamiento

Actitudes: cómo se emiten los juicios sociales (III)

- Factores de la persuasión:

El proceso de persuasión tiene cuatro elementos: la *fuentes* (la persona que emite el mensaje), el *receptor* (la persona a quien se dirige el mensaje), el *mensaje* (la información transmitida por la fuente) y el *canal* (el medio por donde lo envía).

- Factores relacionados con la *fuentes*: credibilidad, pericia, confiabilidad, simpatía, atractivo físico, parecido físico con uno mismo
- Factores relacionados con el *mensaje*: generalmente es más eficaz exponer también los argumentos contrarios a los que defendemos para ganar credibilidad, centrarse en los puntos fuertes más que en las debilidades, repetir el mensaje y conseguir producir temor con él
- Factores relacionados con el *receptor*: si está advertido de que le intentan persuadir y su conocimiento previo sobre el tema

Actitudes: cómo se emiten los juicios sociales (IV)

- Teorías sobre la formación y el cambio de actitudes:

- *Teoría del aprendizaje:*

- El componente afectivo puede crearse a través del condicionamiento clásico; la expresión abierta de una actitud puede funcionar como reforzamiento en un condicionamiento operante; las actitudes ajenas pueden transferirse mediante el aprendizaje observacional

- *Teoría de la disonancia cognoscitiva:*

- Se produce una disonancia cognoscitiva cuando nuestras cogniciones o actos no son congruentes o se contradicen entre sí, lo que provoca un malestar que tratamos de eliminar cambiando unas u otras
- Explica el mecanismo por el cual intentamos justificar nuestras creencias y comportamientos, llegando a creernos nuestras propias mentiras
 - Eso sirve para mantener la coherencia de la imagen que damos hacia los demás

Conformidad y obediencia

Mark van Vugt. El sentimiento de pertenencia a un grupo

- Conformidad: se cede a una presión social tanto real como imaginaria (experimentos de Asch: **líneas, ascensor**)
- el tamaño del grupo y su unanimidad son factores decisivos de la conformidad
- Obediencia: tipo de sumisión que ocurre cuando se siguen órdenes directas, generalmente provenientes de una autoridad (**experimento de Milgram**)

El poder de la situación: **experimento de la cárcel de Stanford**

La conducta grupal: afiliación (I)

Brian Parkinson. Emociones individuales y emociones grupales

Desde la psicología social un *grupo* consta de dos o más individuos que interactúan y son interdependientes. Se caracterizan por tener *roles*, que asignan una responsabilidad especial a algunos miembros, *normas* que definen un comportamiento aceptable, una *estructura de comunicación* que indica los interlocutores y una *estructura de poder* que determina qué miembros ejercen la mayor influencia

- Comportamiento a solas y en grupo:

La probabilidad de recibir ayuda disminuye al aumentar el tamaño del grupo debido al **efecto del espectador**: uno está menos dispuesto a ofrecer la ayuda necesaria cuando está en un grupo que cuando está solo

- Se explica porque en los grupos se produce una reducción del sentido de responsabilidad

La conducta grupal: afiliación (II)

- Productividad del grupo y ocio social:

En grupos numerosos suele disminuir la productividad individual a causa de dos factores:

Reducción de la eficiencia por falta de coordinación de los miembros del grupo

Reducción mayor del esfuerzo de los individuos cuando [creen que] trabajan en grupo que cuando lo hacen solos (ocio social)

- Hay dos tendencias importantes relativas a la toma de decisiones en grupo:

Polarización grupal: los grupos tienden a tomar decisiones más extremas o radicales que los individuos

Pensamiento grupal: el grupo da prioridad a la unanimidad a costa del pensamiento crítico para llegar a una decisión, porque prevalece el interés por la cohesión grupal (se suspende el juicio crítico de los individuos, surge la censura hacia los disidentes y aumenta la presión para lograr la conformidad)