

Psicología general (PSYC 210)
Guía de Estudio: Psicología Social
Dr. Clara B. Jones

1. ¿Qué es el comportamiento social? Comúnmente se define comportamiento social como todas las interacciones interindividuales entre miembros de una misma especie. Así, los comportamientos agresivos y los comportamientos reproductivos se considerarían “sociales”, pero no así los comportamientos alimenticios. Se acepta generalmente que todos los comportamientos sociales pueden ser clasificados en cuatro categorías: egoístas, cooperativos, altruísticos y rencorosos.
2. Los psicólogos sociales estudian al individuo en un contexto social, enfatizando el llamado “poder de la situación” para influir en el comportamiento.
 - Díada: dos individuos que interactúan (p. ej., madre e hijo)
 - Contextos que involucran a familia o amigos.
 - Contextos culturales donde la cultura es definida como patrones de vida cambiantes que son transmitidos de una generación a otra (p. ej., lenguaje, costumbres del casamiento, roles sexuales, propiedad, religión, preferencias en las comidas).
3. Roles: los grupos pueden ser formales o informales
 - Todos los grupos influyen el comportamiento de sus miembros.
 - Todos los individuos ocupan posiciones en la estructura de un grupo.
 - Los roles sociales son los patrones de comportamiento que se esperan de una determinada persona en diferentes situaciones sociales (cambian de una situación a otra).
 - Los roles pueden ser atribuidos (no estar bajo el control del individuo) o alcanzados (ser conseguidos más o menos voluntariamente).
 - Los roles nos permiten anticipar comportamientos propios y de otras personas (los roles hacen el entorno más predecible).
 - Los roles poseen diferentes beneficios (p. ej., salarios) y costos (p. ej., conflictos de roles y asimetrías).
 - La estructura de grupo es la organización de roles, comunicación y poder dentro de los grupos.
 - La cohesión del grupo es una medida del grado de atracción entre los miembros del grupo (¿cómo se mide la cohesión grupal?).
4. Normas: estándares de conducta para el comportamiento apropiado en varias situaciones (trabajo de Milgram)
 - ¿Cómo se forman las normas?
 - Las normas se basan en nuestras percepciones acerca de lo que otros hacen o dicen (p. ej., la conformidad: Sherif)
 - Las normas también involucran los límites del espacio personal (“proxémica”: Hall)
 - La mayoría de las personas muestran incomodidad si su espacio personal es invadido, una situación que puede llevar a agresiones en humanos y otras especies.

- Los límites del espacio personal varían según la cultura, la relación entre los individuos involucrados, etc. (p. ej., estadounidenses y alemanes, por término medio, tienen baja tolerancia con la violación del espacio personal).
5. Percepción Social: ¿Cómo llegamos a conocer a otros?
 - Una forma es a través de la “atribución”: el proceso de producir inferencias acerca del comportamiento. Teoría de la atribución: causas internas, causas externas. ¿Qué influye en la atribución?
 - La consistencia.
 - Distinción en el comportamiento de una persona; para inferir causas, tomamos en consideración el comportamiento del actor, el objeto de la acción y el contexto en el cual ocurre la misma.
 - Los organismos sociales (como los humanos) son sensibles a las demandas de la situación.
 - Cuando las demandas de la situación son grandes, tenemos la tendencia a “descontar” que las acciones de una persona son producidas por causas internas (p. ej., las demandas de la publicidad).
 - Atribución de Error Fundamental (*Fundamental Attribution Error*, FAE): Los humanos tienden a atribuir las acciones de otros a causas internas y sus propias acciones a causas externas (situaciones) (p. ej., si fallas en un examen, la tendencia es culpar al profesor por la dificultad del examen; sin embargo, si tu amigo falla el mismo examen, es probable que lo atribuyas a su falta de estudio o inteligencia).
 - La Atribución de Error Fundamental lleva a errores duraderos en la atribución.
 6. Necesidad de afiliación: Se requiere negociación para que cada uno de los miembros de una especie social consigan lo que desean.
 - Procesos de comparación social: los humanos tienden a buscar otros en su misma situación (¿por qué?).
 - Teoría de la Comparación Social (Festinger): comparamos “hacia abajo” y “hacia arriba” y también con aquellos que son atractivos para nosotros.
 7. Atracción interpersonal: la base para la mayoría de las relaciones sociales voluntarias. ¿Qué atrae una persona a la otra?
 - Proximidad física: ahorra tiempo y energía aumentando la frecuencia del contacto.
 - Atractivo físico: el “efecto halo” lleva a la mayoría de la gente a asumir que las personas más atractivas gustan más, son más inteligentes, etc. (para los hombres, hay poca relación entre atractivo y estatus social). Proveer información acerca de una determinada persona disminuye el efecto del atractivo físico.
 - Competencia
 - Similaridad
 8. ¿Cómo se logra la intimidad entre individuos?
 - Brindar acceso a información personal aumenta la intimidad entre individuos. La gente muestra más probabilidades de dar acceso a información personal a gente que encuentran atractivos; el acceso

moderado es lo óptimo. Brindar información de más no lleva a un aumento de la intimidad inicial, pero las relaciones de larga duración están asociadas con un aumento en el acceso a información personal.

- Teoría del Intercambio Social: una relación debe brindar beneficios para que continúe.

9. ¿Difiere la atracción romántica de la atracción personal?

- El trabajo de Zick Rubin: en un estudio de parejas mostró que las personas decían gustarle y estar enamoradas de su pareja, pero que también les gustaban sus amigos; en otro estudio, un 44% de sujetos indicó que el/la amante eran sus mejores amigos/as.
- Algunos estudios muestran que los patrones de unión en la pareja son similares a aquellos que se ven en la temprana infancia: existen patrones de seguridad, inseguridad o ambivalencia.
- David Buss y otros (p. ej., Steven Gangestad y David Geary) han tomado una perspectiva evolutiva. En varias culturas, varios estudios muestran que las mujeres han elegido asociarse a hombres basándose en los recursos de estos últimos, mientras que los hombres tienden a elegir pareja basándose en la juventud y la apariencia física.

10. Influencia Social: cambios en el comportamiento de la persona inducidos por la presencia o acciones de otros.

- Conformidad: hacer que nuestro comportamiento esté de acuerdo o en armonía con las normas o comportamientos de otros en un grupo. (Asch; Zimbardo).
- Poder Social: definido por la pregunta ¿Quién puede hacer qué a quién? (French & Raven).
- Cinco tipos de poder social: la persona que tiene poder en una situación puede tener muy poco poder en otra situación diferente.
- Poder de recompensar: la habilidad de recompensar a otros por comportarse adecuadamente.
- Poder de presionar: la habilidad de castigar a otros por comportarse inadecuadamente.
- Poder legítimo: la aceptación de una persona en particular como un agente del orden social establecido.
- Poder referencial: poder basado en el respeto o la identificación con la persona o grupo.
- Poder del experto: poder basado en el reconocimiento de que otra persona tiene el conocimiento y la experiencia necesaria para lograr un objetivo o solucionar un problema.

11. Conformidad: es la presión para ajustarse a normas no escritas, comúnmente expresadas indirectamente; cuando una autoridad exige obediencia, la presión es directa y difícil de resistir. La conformidad ha sido utilizada para describir situaciones en las que una persona con poca o nula autoridad hace un pedido directo a otra persona. ¿Qué elementos determinan si el otro responderá positivamente o no a una petición?

- El efecto del “pie en la puerta”: una persona que al principio está de acuerdo con un pequeño pedido, es más probable que luego esté de acuerdo con una demanda mayor.
 - El efecto de “la puerta en la cara”: en algunas ocasiones, la mejor forma de hacer que una persona esté de acuerdo con una demanda menor es primero hacer una demanda mayor.
 - Técnica de la “bola baja” (del inglés *low-ball*): hacer que una persona se comprometa a realizar un acto e inmediatamente cambiar los términos convirtiendo el acto en algo menos deseable (p. ej. en el financiamiento de autos).
12. Conformidad pasiva: el “pequeño asesino” de todos los días (p. ej. sonreír al jefe que uno secretamente desprecia).
13. Creencias, actitudes, valores, emociones, comportamiento.
- Una actitud es una mezcla de creencias y emociones que predispone a una persona a responder ante otra gente, objetos o instituciones en una forma positiva o negativa.
 - La mayoría de las actitudes tienen un componente de creencia, un componente emocional y un componente de acción.
 - Las actitudes nos orientan en el mundo social, preparándonos para actuar de cierta manera.
 - Las actitudes se adquieren de varias formas. Algunas veces, la actitud viene de un contacto directo con el objeto de la actitud (p. ej., el miedo a los perros si uno ha sido mordido).
 - Las actitudes también se aprenden a través de interacciones con otros que sostienen la misma actitud. (p. ej., familia, comunidad).
 - Las actitudes también se adquieren a través de la crianza (p. ej., puntos de vista conservativo o liberal).
 - Las actitudes están también influidas por la membresía en un grupo (p. ej., los brasileros aman el fútbol).
 - Las actitudes están también influidas por los medios de comunicación de masas (p. ej., mostrar el consumo de tabaco como algo deseable).
 - Las actitudes son influidas por situaciones azarosas (p. ej., el lugar donde uno vive).
 - ¿Por qué algunas actitudes llevan a la acción y otras no? Por ejemplo, ¿por qué la gente es comúnmente amable con los extraños en el metro o en los autobuses, pero los evita en una calle oscura de noche? La investigación muestra que somos sensibles a las consecuencias inmediatas de nuestras acciones y a cómo otros evaluarían esas acciones. Por otro lado, los hábitos previamente establecidos tienen un efecto sobre nuestro comportamiento (p. ej., en algunas familias, las niñas cocinan y los varones lavan el automóvil)
 - Hay grandes diferencias a menudo entre las actitudes y el comportamiento. Sin embargo, aquellas actitudes que son sostenidas apasionadamente llevan frecuentemente a cambios drásticos en el comportamiento personal.

14. Estereotipos: son actitudes erróneas, rígidas y sobresimplificadas acerca de los miembros de un grupo social, especialmente un grupo al que no pertenecemos.
- “Amenaza estereotípica”: aumento de la ansiedad como consecuencia de ser sometido a un estereotipo; la amenaza estereotípica aumenta los niveles de ansiedad y disminuye el rendimiento. (Steele)
 - La membresía en un grupo comúnmente limita el contacto con la gente de otros grupos; también, los grupos pueden entrar en contacto con otros grupos.
 - En muchos casos, el conflicto intergrupal es acompañado por imágenes estereotipadas de los miembros de nuestro grupo y por prejuicios.
 - Los estereotipos sociales son imágenes sobresimplificadas de gente que es situada en una categoría particular (“el otro”).
 - Las tres categorías más usuales en las que se basan los estereotipos son género (sexo), edad y raza.
 - Los estereotipos tienden a simplificar a la gente en categorías de “nosotros” contra “ellos”.
 - Los estereotipos pueden ser positivos o negativos (p. ej., “las mujeres son el sexo débil”; “las mujeres son cálidas y afectuosas”).
 - Los estereotipos dañan la individualidad.
 - Cuando una persona prejuiciosa conoce a una persona agradable del grupo rechazado, esta persona tiende a ser percibida como una “excepción a la regla”, no como evidencia contra el estereotipo. Aun cuando estas experiencias “excepcionales” positivas se acumulan, una persona prejuiciosa no cambia sus creencias estereotipadas.