

UNIDAD IV

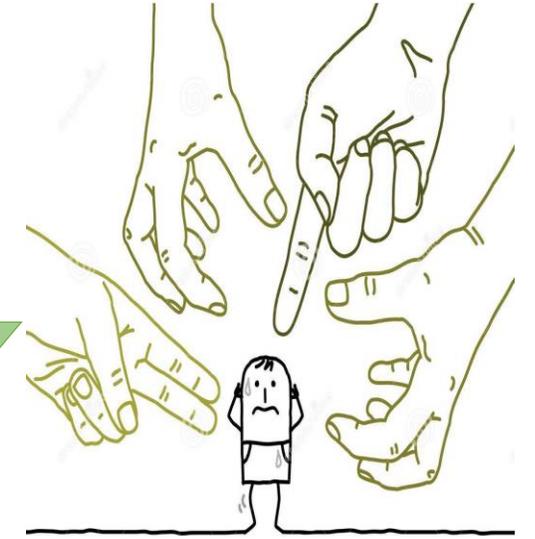
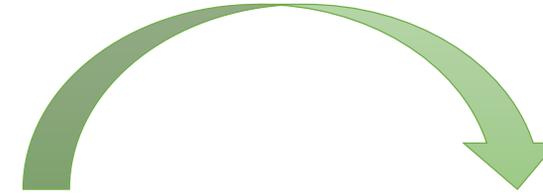
AGRESIÓN Y VIOLENCIA

Psic. Mónica Lisseth Quevedo Pérez



AGRESIÓN

La agresividad es un instinto natural que el hombre lleva consigo desde su nacimiento y que comparte con los animales. Este instinto nos sirve para estar alerta, defendernos y adaptarnos al entorno.



Es biológica, instintiva y está regulada por reacciones neuroquímicas. Gracias a la cultura, modulamos ese instinto agresivo y lo convertimos en un instinto social.

VIOLENCIA



La violencia NO es un comportamiento natural del ser humano, sino que se trata de un producto cognitivo y sociocultural alimentado por lo roles sociales, los valores, las ideologías, los símbolos, etc.

La violencia es la transformación de la agresividad para hacer daño a otro ser humano.

La violencia es, por tanto, una conducta aprendida y con una gran carga de premeditación e intencionalidad (la agresividad, en cambio, es inconsciente).

PROCESOS DE INFLUENCIA SOCIAL

- La influencia social es un proceso psicológico social en el que una o varias personas influyen en el comportamiento, actitud, sentimientos, opinión y/o actitudes de los demás.

Los PROCESOS DE INFLUENCIA SOCIAL (Allport)

Son un intento de comprender y explicar el modo en que: los pensamientos, sentimientos y conductas son influidos por la presencia real, imaginada o implícita de otros

**Ante los Procesos de Influencia Social,
las Personas podemos:**

**Intervenir como
Agente Influyente**

**Intervenir como blanco
que Recibe la Influencia.**

TIPOS DE INFLUENCIA

- **Influencia informativa**
- Este tipo de influencia se da siempre que el cambio en los juicios, pensamientos o conductas del individuo influido se deba a la confianza y el convencimiento en que la postura ajena es más correcta que la sostenida inicialmente. Se produce en ella un proceso de conversión, habiendo una conformidad internalizada o privada con lo expuesto por los otros.

TIPOS DE INFLUENCIA

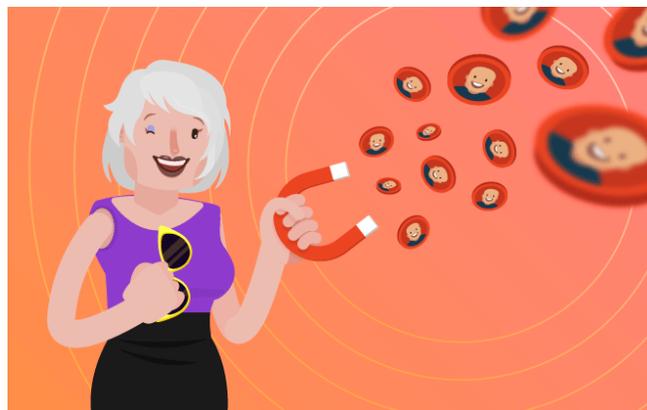
- **Influencia normativa**
- Se da en los casos en que el individuo no ha sido realmente convencido y sigue pensando que su postura, acción u opinión es mejor que la proveniente del exterior, pero debido a otras circunstancias tales como el deseo de aceptación o el rol ejercido dentro de un grupo el individuo acaba cediendo y actuando en contra de sus propias creencias.
- Se puede decir que el sujeto se somete a la voluntad del o de los otros, manteniendo una conformidad con ésta sólo públicamente.

Fenómenos de influencia social

- **Conformidad con la mayoría**
- Cambio en los pensamientos, juicios, creencias o acciones que una persona normalmente haría o tendría debido a la exposición de un punto de vista ajeno que acaba siendo asumido por él.
- En general la conformidad es una relación de influencia entre el sujeto y la mayoría, variando la propia conducta debido a lo que proponga el colectivo al creer que el grupo va a tener más razón que el individuo.

Fenómenos de influencia social

- **Persuasión**
- Se establece una relación entre dos o más individuos con el objetivo de que uno o varios de ellos cambien de opinión respecto a un tema específico o sean impulsados a realizar o no realizar alguna conducta. Se trata de un proceso activo en el que el emisor o emisores pretenden dicho cambio.



Fenómenos de influencia social

- **La obediencia**
- El seguimiento de las instrucciones de un individuo que es considerado por encima o tiene poder o mayor estatus social, independientemente de la propia actitud, juicio o creencia.

COMUNICACIÓN SOCIAL



¿QUÉ ES?

- Proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.



TIPOS DE COMUNICACION



- **Comunicación Interpersonal (cara a cara)**
- Es la interacción que tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en la que pueden utilizarse los cinco sentidos con retroalimentación inmediata.
- **Comunicación Intragrupal**
- Es la que se establece dentro de un grupo específico como por ejemplo la familia, un grupo clase, en una reunión de trabajo.

- **Comunicación Intergruppal**

- Es la que se realiza en la comunidad local y está relacionada con la comunicación pública. Es por tanto la que se establece entre dos o más grupos empleando un tema común: la comunidad local.

- **Comunicación Institucional (organizacional)**

- Es la comunicación que se establece para dar a conocer la información de la organización en cuanto a políticas, objetivos, lineamientos de trabajo y toda la información que permite el funcionamiento de la organización, tanto la interna para el colectivo laboral como para el público externo con que se relaciona.

PROCESOS GRUPALES Y COMPORTAMIENTO COLECTIVO

PROCESOS GRUPALES

- Las distintas funciones que entran en juego cuando nos relacionamos con el grupo social al que pertenecemos; ya que cuando surge éste se llega a jerarquizar e imponer normas para ayudar a su supervivencia.



La comunicación:

- Es el proceso mediante el cual se relacionan dos personas o más haciendo uso de mensajes que nos permiten comunicarnos o ser comprendidos. La comunicación se clasifica en dos grupos: la comunicación no verbal y la comunicación verbal.



Las normas:

- Son las pautas establecidas dentro de un grupo pero sin contener el matiz de una ley. Estas son creadas por todos los miembros como un compromiso de adecuación ante comportamientos y reglas que permitan la convivencia fluida del mismo.



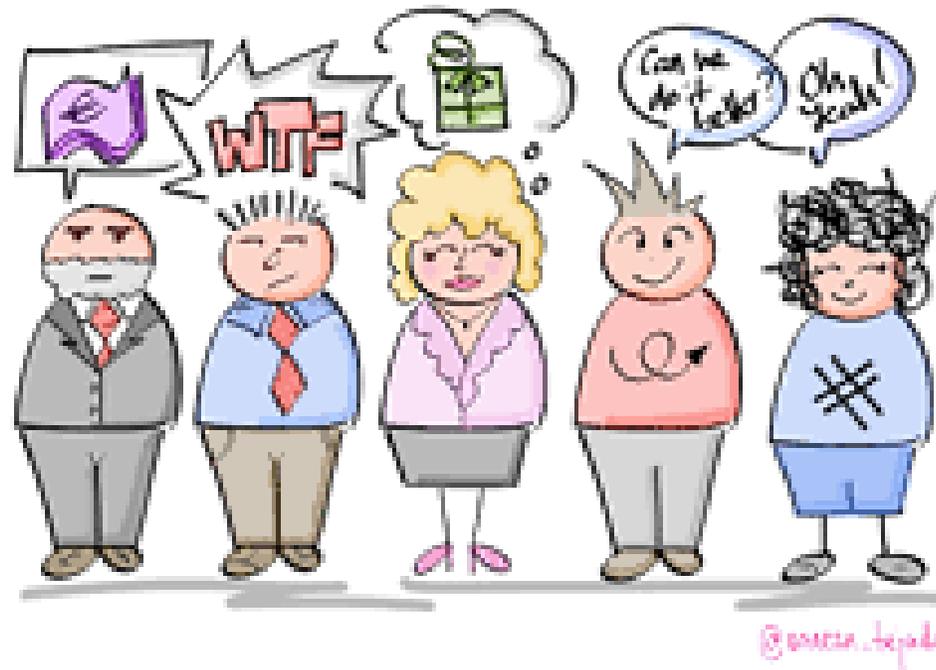
La cohesión:

- Cuando surge un grupo coordinado suele actuar de forma coordinada, logrando la mayor parte de sus objetivos y de esta forma fomentando las buenas relaciones sociales.



Los roles:

- Son aquellas obligaciones o derechos que se vinculan a los componentes del grupo.



El liderazgo:

- Este rol consiste en aquella persona que liderará el grupo y que por regla general, tiene una personalidad atractiva para el resto de componentes.



