



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre Del Alumna:

Isabel Guadalupe Cruz Gordillo.

Licenciatura en Psicología.

Cuarto Cuatrimestre.

Materia:

Comportamiento social

Unidad III: **cuadro sinóptico de los apartados 3.11 y 3.12**

Nombre del profesor:

PAOLA JACQUELINE ALBARRAN SANTOS

COMPORTAMIENTO SOCIAL

3.11 AYUDA SOCIAL Y NORMAS SOCIALES

Una explicación supone que las interacciones humanas están guiadas por la economía social.

Al hacerlo, buscamos minimizar los costos y maximizar las recompensas

La teoría del intercambio social no afirma que vigilemos de manera consciente los costos y recompensas, solo que tal consideración pronostica nuestra conducta.

Según la teoría del intercambio social, tales cálculos sutiles anteceden las decisiones de ayudar o no hacerlo

Aumento de la emoción positiva Las recompensas que motivan la ayuda pueden ser externas o internas.

El neoyorkino que saltó a las vías del metro para salvar a un hombre que se desmayó estaba motivado por las recompensas externas de su paga de jornada y media en domingo

Cuando las empresas donan dinero para mejorar su imagen corporativa o cuando alguien ofrece un aventón con la esperanza de recibir reconocimiento o amistad, la recompensa es externa.

Es posible que las recompensas también sean internas, enfocadas a menudo en aumentar las emociones positivas.

Sentirse bien ayuda a explicar por qué la gente que está lejos de casa es amable con desconocidos a quienes no verá nunca de nuevo.

La gente que trabaja como voluntaria y ayuda a los demás informa encontrar más significado en la vida

Jane Piliavin y Susan Andersen revisaron estudios que mostraban que los jóvenes que colaboraban en proyectos de servicio comunitario, que participaban en aprendizaje de servicio en la escuela o que proporcionaban tutoría a niños desarrollaban habilidades sociales y valores sociales positivos.

Lo mismo puede decirse de donar dinero

Las personas generosas son más felices que aquellas cuyo gasto se enfoca en sí mismas.

En un experimento, a algunas personas a las que se les dio un sobre con dinero se les dijo que lo gastaran en sí mismas, en tanto que a otros se les indicó gastar el dinero en otras personas

Al final del día, quienes gastaron su dinero en los demás fueron más felices.

Las personas a las que se instruyó que ayudaran a otros experimentaron una mejora en su sistema inmunitario, mientras que aquellos que se dedicaron a

COMPORTAMIENTO SOCIAL

En efecto, los cerebros de los «altruistas extraordinarios», personas que donaron un riñón a un desconocido, reaccionaron con mayor intensidad a las imágenes de rostros atemorizados.

Las normas, los «debes» de nuestra vida, son expectativas sociales

NORMA DE RECIPROCIDAD

A veces, las encuestas y peticiones por correo incluyen un pequeño regalo, como dinero o etiquetas personalizadas con la dirección, debido a la suposición de que algunas personas retribuirán el favor

21 meses muestran reciprocidad al estar más dispuestos a ayudar a alguien que trató de darles un juguete. La norma de reciprocidad también aplica dentro del matrimonio

En todo este tipo de interacciones, recibir sin dar a cambio viola la norma de reciprocidad.

La reciprocidad dentro de las redes formadas en una sociedad define al capital social que mantienen sana a una comunidad.

Los vecinos que vigilan las casas de los demás representan el capital social en acción.

La norma opera de modo más eficiente a medida que la gente responde de forma pública a las acciones realizadas hacia ellos.

Pero incluso cuando la gente responde en forma anónima, a veces hacen lo correcto y retribuyen el bien que se les hizo antes .

Cuando la gente no puede retribuir, es posible que se sienta amenazada y denigrada por aceptar auxilio.

De modo que las personas orgullosas y con alta autoestima con frecuencia son renuentes a buscar ayuda.

En consecuencia, los asiáticos, para quienes los vínculos sociales y la norma de reciprocidad son más fuertes que para los estadounidenses, tienen mayores probabilidades de negarse a recibir un regalo de un conocido casual para evitar la necesidad percibida de retribución.

3.12 CIRCUNSTANCIAS QUE IMPULSAN A

Los psicólogos sociales tenían curiosidad y preocupación acerca de la inacción de los espectadores, de modo que emprendieron experimentos para identificar cuándo es que la gente ayudará en una urgencia.

Después ampliaron su pregunta a «¿quién tiene probabilidades de ayudar en situaciones que no son urgencias, con acciones tales como regalar dinero, donar sangre o contribuir con su tiempo?» Después ampliaron su pregunta a «¿quién tiene probabilidades de ayudar en situaciones que no son urgencias, con acciones tales como regalar dinero, donar sangre o contribuir con su tiempo?»

NÚMERO DE ESPECTADORES

La pasividad del espectador durante las urgencias impulsó a los comentaristas sociales a lamentarse por la «enajenación», «apatía», «indiferencia» e «impulsos sádicos inconscientes» de la gente.

Al atribuir la falta de intervención a las disposiciones de los espectadores, podemos tranquilizarnos de que, como personas atentas, nosotros sí hubiéramos ayudado.

Los psicólogos sociales Bibb Latané y John Darley no estaban convencidos .

Escenificaron ingeniosas urgencias y descubrieron que un solo factor situacional, la presencia de otros espectadores, reducía en gran medida la intervención.

COMPORTAMIENTO SOCIAL

Para 1980, habían realizado cuatro docenas de experimentos que comparaban la ayuda prestada por los espectadores que se percibían ya fuera como solos o como acompañados por otros

Era igual de probable que una persona recibiera ayuda de un espectador solitario que cuando la observaban varios espectadores

De igual manera, en las comunicaciones por la internet, las personas tienen mayor probabilidad de responder de manera servicial a una solicitud de ayuda si creen que la solicitud les llega solo a ellos y no también a varias otras personas .

A veces, la víctima tenía, de hecho, menos probabilidad de recibir ayuda cuando mucha gente estaba alrededor.

En un metaanálisis de 105 estudios, la presencia de más personas durante situaciones cruciales redujo las probabilidades de que la gente ayudara.

Incluso los niños desde los cinco años tienen menor probabilidad de ayudar cuando hay otros niños presentes .

PRESIONES DE TIEMPO

Darley y Batson distinguieron otro determinante de la ayuda en la parábola del buen samaritano.

El sacerdote y el levita eran, ambos, personas ocupadas e importantes que con probabilidad se apresuraban a cumplir con sus deberes.

COMPORTAMIENTO SOCIAL

El humilde samaritano de seguro tenía menos presiones de tiempo.

Para ver si las personas que llevan prisa se comportarían como el sacerdote y el levita, Darley y Batson escenificaron con gran astucia la situación que se describe en la parábola.

La mitad de cada uno de estos grupos pensaba que su participación era de suma importancia para el experimentador, y la otra mitad pensaba que no eran esenciales

Apresurados y preocupados por apurarse a ayudar al experimentador, tan solo no se tomaron el tiempo de sintonizarse con la persona necesitada.