



MATERIA:  
COMPORTAMIENTO SOCIAL

NOMBRE:  
MARÍA DEL ROSARIO JUÁREZ SALAZAR

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

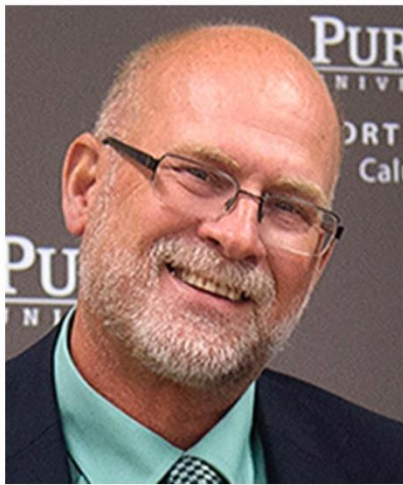
4to. CUATRIMESTRE



# COMPORTAMIENTO SOCIAL

## NECESIDAD DE PERTENENCIA

Como ya se ha dicho, los humanos somos animales sociales. Necesitamos pertenecer. Como en el caso de otras motivaciones, buscamos la pertenencia cuando no la tenemos y menos cuando nuestras necesidades se encuentran satisfechas. Cuando sí pertenecemos, al sentirnos apoyados por relaciones cercanas e íntimas, tendemos a sentirnos más sanos y felices. Si se satisface la necesidad de pertenencia en equilibrio con otras dos necesidades humanas, la necesidad de sentir autonomía y competencia, el resultado típico será una profunda sensación de bienestar.



**El psicólogo social Kipling Williams (2001, 2011; Wesselmann y Williams, 2017) ha explorado qué sucede cuando nuestra necesidad de pertenencia se ve frustrada por el ostracismo (el acto de excluir o ignorar a una persona). Los humanos de todas las culturas, sea en las escuelas, en el trabajo o en sus hogares, utilizan el ostracismo para regular el comportamiento social.**

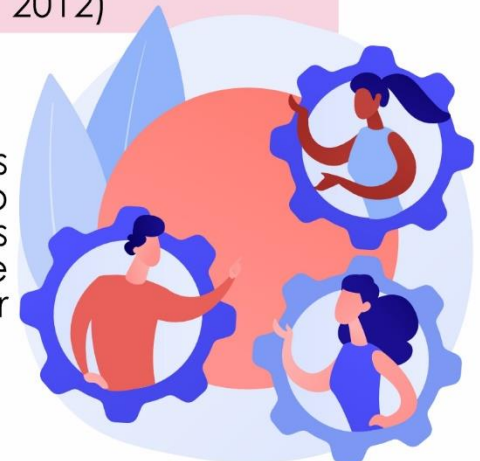
## EL APEGO

El amor es un imperativo biológico. Somos criaturas sociales, destinadas a vincularnos con otros. Nuestra necesidad de pertenencia es adaptativa. La cooperación promueve la supervivencia.

“El apego íntimo a otros seres humanos es el centro alrededor del cual se mueve la vida de una persona... A partir de estos apegos íntimos [es que la gente obtiene] fuerza y disfruta de la vida”. Los investigadores han comparado el apego y el amor en diversas relaciones cercanas: entre padres e hijos, entre amigos y entre cónyuges o amantes (Davis, 1985; Maxwell, 1985; Sternberg y Grajek, 1984). Existen algunos elementos en común en todo apego amoroso: comprensión mutua, dar y recibir apoyo, valorar y disfrutar de estar con el ser amado. Las mismas áreas cerebrales que se asocian con el apego materno también se activan cuando los adultos piensan en su pareja romántica (Acevedo et al., 2012)

## EQUIDAD

Si cada miembro de una pareja busca satisfacer sus deseos sin ton ni son, la relación no prosperará. Por ello nuestra sociedad nos enseña a intercambiar recompensas a través del principio de equidad de la atracción: lo que usted y su pareja obtienen de su relación debe ser proporcional a lo que cada quien invierte en ella.



# COMPORTAMIENTO SOCIAL

Los desconocidos y las amistades casuales mantienen la equidad mediante el intercambio de beneficios: tú me prestas tus apuntes de clase y, más adelante, yo te prestaré los míos. Yo te invito a mi fiesta; tú me invitas a la tuya. Las personas que se encuentran en relaciones duraderas, incluyendo compañeros de cuarto y aquellos que están enamorados, no se sienten obligados a intercambiar beneficios similares; apuntes por apuntes, fiestas por fiestas (Berg, 1984). Se sienten en mayor libertad de mantener la equidad mediante el intercambio de una variedad de beneficios ("¿Cuando vengas a traer tus apuntes, por qué no te quedas a cenar?") y, al paso del tiempo, dejan de contabilizar quién le debe qué a quién.

## CONFIDENCIA

Las relaciones sociales y profundas son íntimas. Permiten que se nos conozca de la manera en que somos en realidad y que nos sintamos aceptados. Descubrimos esta deliciosa experiencia dentro de un buen matrimonio o de una amistad cercana: una relación en la que la confianza desplaza la ansiedad y donde estamos libres de abrirnos sin temor a perder el afecto del otro (Holmes y Rempel, 1989). Tales relaciones se caracterizan por la confianza (Derlega et al., 1993).

A medida que una relación crece, los miembros de la pareja revelan más y más de sí mismos al otro; esta sinceridad permite que el conocimiento que tiene uno de otro penetre a niveles más profundos.

El psicólogo humanista **Sidney Jourard (1964)** argumentaba que quitarnos nuestras máscaras y dejarnos percibir como somos nutre el amor. Asumía que resultaba gratificante abrirse ante otro para después recibir su confianza, lo que significaba ser franco con nosotros. Las personas se sienten mejor en los días en que han revelado algo significativo de sí mismas, como el ser lesbianas o gays, y se sienten peor cuando ocultan su identidad.

La confianza también representa uno de los deleites del amor sociable. Las parejas que salen o están casadas y que tienen más confianza tienden a disfrutar de las relaciones más satisfactorias y duraderas.

## EL INTERNET COMO CREADOR DE INTIMIDAD O AISLAMIENTO

Al teléfono le tomó siete décadas pasar de 1% a 75% de penetración en hogares estadounidenses. El acceso a la internet ha alcanzado una penetración de 75% en alrededor de siete años (Putnam, 2000). Disfruta de las redes sociales, de navegar en la red, de enviar mensajes de texto y, tal vez, de participar en listas de discusión o grupos de chat.



# COMPORTAMIENTO SOCIAL

Los desconocidos y las amistades casuales mantienen la equidad mediante el intercambio de beneficios: tú me prestas tus apuntes de clase y, más adelante, yo te prestaré los míos. Yo te invito a mi fiesta; tú me invitas a la tuya. Las personas que se encuentran en relaciones duraderas, incluyendo compañeros de cuarto y aquellos que están enamorados, no se sienten obligados a intercambiar beneficios similares; apuntes por apuntes, fiestas por fiestas (Berg, 1984). Se sienten en mayor libertad de mantener la equidad mediante el intercambio de una variedad de beneficios ("¿Cuando vengas a traer tus apuntes, por qué no te quedas a cenar?") y, al paso del tiempo, dejan de contabilizar quién le debe qué a quién.

## CONFIDENCIA

Las relaciones sociales y profundas son íntimas. Permiten que se nos conozca de la manera en que somos en realidad y que nos sintamos aceptados. Descubrimos esta deliciosa experiencia dentro de un buen matrimonio o de una amistad cercana: una relación en la que la confianza desplaza la ansiedad y donde estamos libres de abrirnos sin temor a perder el afecto del otro (Holmes y Rempel, 1989). Tales relaciones se caracterizan por la confianza (Derlega et al., 1993).

A medida que una relación crece, los miembros de la pareja revelan más y más de sí mismos al otro; esta sinceridad permite que el conocimiento que tiene uno de otro penetre a niveles más profundos.

El psicólogo humanista **Sidney Jourard (1964)** argumentaba que quitarnos nuestras máscaras y dejarnos percibir como somos nutre el amor. Asumía que resultaba gratificante abrirse ante otro para después recibir su confianza, lo que significaba ser franco con nosotros. Las personas se sienten mejor en los días en que han revelado algo significativo de sí mismas, como el ser lesbianas o gays, y se sienten peor cuando ocultan su identidad.

La confianza también representa uno de los deleites del amor sociable. Las parejas que salen o están casadas y que tienen más confianza tienden a disfrutar de las relaciones más satisfactorias y duraderas.

## EL INTERNET COMO CREADOR DE INTIMIDAD O AISLAMIENTO

Al teléfono le tomó siete décadas pasar de 1% a 75% de penetración en hogares estadounidenses. El acceso a la internet ha alcanzado una penetración de 75% en alrededor de siete años (Putnam, 2000). Disfruta de las redes sociales, de navegar en la red, de enviar mensajes de texto y, tal vez, de participar en listas de discusión o grupos de chat.



# COMPORTAMIENTO SOCIAL

## DIVORCIO

A fin de predecir las tasas de divorcio de una cultura, sirve saber sus valores (Triandis, 1994). Las culturas individualistas (donde el amor es un sentimiento y las personas se preguntan “¿qué es lo que dice mi corazón?” tienen más divorcios que las culturas comunitarias (donde el matrimonio implica una obligación y las personas se preguntan “¿qué dirán otras personas?”).



Los individualistas se casan “hasta que la falta de amor los separe” y los colectivistas más con mayor frecuencia se casan de por vida. Los individualistas esperan más pasión y realización personal dentro del matrimonio, lo que coloca mayor presión sobre él (Dion y Dion, 1993). En un par de encuestas, “mantener el romance con vida” se calificó con la misma importancia para un buen matrimonio por 78% de mujeres estadounidenses y 29% de mujeres japonesas (American Enterprise, 1992).

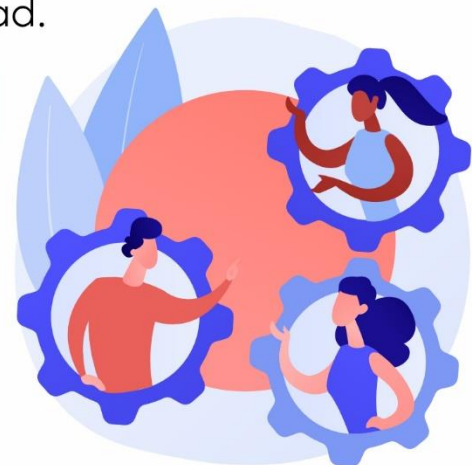
**Eli Finkel y colaboradores (2014, 2017) argumentan que el matrimonio se ha vuelto más desafiante en los tiempos individualistas actuales a medida que las parejas esperan obtener una mayor satisfacción de su matrimonio, pero invierten menos recursos en él; una ecuación potencialmente imposible.**

## EL PROCESO DE DESAPEGO

Nuestras relaciones cercanas ayudan a definir la identidad social que moldea nuestro autoconcepto (Slotter et al., 2010). Así, de manera muy parecida en la forma en que experimentamos los mejores momentos de nuestras vidas cuando las relaciones empiezan, al tener un bebé, al hacer nuevos amigos, al enamorarnos, UNIVERSIDAD DEL SURESTE 95 experimentamos algunos de los peores momentos de nuestras vidas cuando las relaciones terminan, ya sea por muerte o por la rotura del vínculo (Jaremka et al., 2011). Cortar vínculos produce una secuencia predecible de preocupación angustiada con la pareja perdida, seguida de una profunda tristeza para culminar, al paso del tiempo, en el inicio del desapego emocional, de un dejar ir lo viejo al tiempo que nos centramos en alguien nuevo y un renovado sentido de la propia identidad.

## INTERCAMBIO SOCIAL Y NORMAS SOCIALES

Varias teorías sobre la ayuda concuerdan en que, a la larga, el comportamiento asistencial beneficia al que ayuda al igual que al que recibe la ayuda. ¿Por qué? Una explicación supone que las interacciones humanas están guiadas por la economía social.



# COMPORTAMIENTO SOCIAL

## LA TEORA 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.

## NORMAS SOCIALES

A menudo no ayudamos a los demás porque hayamos calculado de manera consciente que tal comportamiento es en interés propio, sino debido a una forma más sutil de interés propio: porque algo nos dice que debemos hacerlo. Debemos ayudar a nuestro nuevo vecino a mudarse. Debemos regresar la cartera que encontramos. Debemos proteger del daño a nuestros compañeros de combate. Las normas, los "debes" de nuestra vida, son expectativas sociales.

Los investigadores que estudian la conducta de ayuda identificaron dos normas sociales que motivan el altruismo: la norma de reciprocidad y la norma de responsabilidad social.

## CIRCUNSTANCIAS QUE IMPULSEN A AYUDAR

El 13 de marzo de 1964, Kitty Genovese, una mujer de 28 años, gerente de un bar, fue atacada a cuchilladas por un hombre cuando regresaba de su trabajo a su departamento en Queens, Nueva York, a las tres de la mañana. Sus gritos de terror y ruegos de ayuda: "¡Dios mío, me acuchilló! ¡Por favor, ayúdenme! ¡Por favor, ayúdenme!", despertaron a sus vecinos. Supuestamente, algunos se acercaron a sus ventanas y vieron por breves momentos al atacante que se iba y que luego regresaba para reanudar la agresión. No fue sino hasta que el atacante se fue por segunda vez que alguien llamó a la policía. Poco después, Kitty murió. Algunos análisis posteriores negaron el informe inicial del New York Times acerca de que 38 testigos observaron el asesinato y, no obstante, permanecieron inactivos (con probabilidad fue una docena y dos de ellos sí llamaron a la policía) (Cook, 2014; Pelonero, 2014). Sin embargo, la historia inicial ayudó a inspirar la investigación sobre la inacción del espectador, que se ilustra en otros incidentes.



# COMPORTAMIENTO SOCIAL

## RASGOS Y VALORES QUE PREDICEN LA AYUDA RASGOS DE PERSONALIDAD Y ESTATUS

¿Quiénes son las personas que tienen probabilidad de brindar ayuda? Durante muchos años, los psicólogos sociales no fueron capaces de descubrir un solo rasgo de personalidad que predijera la ayuda con algo que se acercara al poder predictivo de los factores situacionales, de culpa y de estado de ánimo. Se encontraron relaciones poco significativas entre la ayuda y ciertas variables de personalidad, como la necesidad de aprobación social. Pero en líneas generales, las pruebas de personalidad no pudieron identificar a quienes brindan ayuda. Las medidas de actitudes y rasgos casi nunca predicen un acto específico, que es lo que miden la mayoría de los experimentos sobre el altruismo (en contraste con el altruismo que practica durante toda su vida una persona como la Madre Teresa). Pero sí predicen con mayor precisión el comportamiento promedio a lo largo de muchas situaciones.

## INCREMENTO DEL ALTRUISMO



Como científicos sociales, nuestra meta es comprender el comportamiento humano, sugiriendo también las maneras de mejorarlo. Una manera de promover el altruismo es revertir aquellos factores que lo inhiben. En vista de que las personas preocupadas y apresuradas ayudan menos, ¿podemos pensar en formas de lograr que las personas reduzcan su prisa y dirijan su atención al exterior? Si la presencia de otros reduce el sentido de responsabilidad de cada espectador, ¿cómo podemos aumentar la responsabilidad? REDUCCIÓN DE LA AMBIGÜEDAD Y AUMENTO DE LA RESPONSABILIDAD.

## SOCIALIZAR EL ALTRUISMO

### ¿Cómo podríamos socializar el altruismo?

**Enseñanza de inclusión moral** Las personas que rescataron judíos en la Europa nazi, los líderes del movimiento antiesclavista y los misioneros médicos compartían cuando menos un rasgo en común: eran moralmente incluyentes. Su preocupación moral abarcaba a personas diversas.

Una de las mujeres que salvó a los judíos fingió un embarazo para proteger a una mujer judía embarazada, con lo cual incluyó al niño que estaba a punto de nacer dentro del círculo de las identidades de sus propios hijos.