



TEMA 2

PENSAMENT SOCIAL



PROF. AIDA SORIANO

ÍNDEX

Introducció: percepció i cognició social

1. Comunicació no verbal
2. Atribució
3. Formació i gestió d'impressions

Predisposició: l'efecte d'allò que és a la ment.

Algunes conseqüències de formar-se impressions.

INTRODUCCIÓ: PERCEPCIÓ I COGNICIÓ SOCIAL

- **Percepció social**

INTRODUCCIÓ: PERCEPCIÓ I COGNICIÓ SOCIAL

- **Percepció social:** processos a través dels quals busquem entendre les altres persones (descobrir què les caracteritza, que els agrada, per què es comporten d'una certa manera, etc.).
- Quatre aspectes centrals:

INTRODUCCIÓ: PERCEPCIÓ I COGNICIÓ SOCIAL

- **Percepció social:** processos a través dels quals busquem entendre les altres persones (descobrir què les caracteritza, que els agrada, per què es comporten d'una certa manera, etc.).
- Quatre aspectes centrals:
 - Comunicació no verbal
 - 1. Atribució
 - 2. Formació d'impressions
 - 3. Gestió d'impressions

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL

¿?¿?¿?

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL

Comunicació que implica un llenguatge no parlat d'expressions facials, contacte visual, moviments corporals i postures.

❖ Canals bàsics

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL

Comunicació que implica un llenguatge no parlat d'expressions facials, contacte visual, moviments corporals i postures.

❖ Canals bàsics

1. Expressions facials
2. Contacte visual
3. Moviments corporals
4. Postura
5. Contacte físic

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: EXPRESSIONS FACIALS

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: EXPRESSIONS FACIALS

- Les emocions es reflecteixen, sovint, a la cara i es poden llegir a través d'expressions específiques.
- A la cara es representen, de manera clara i precoç, sis emocions bàsiques diferenciades:

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: EXPRESSIONS FACIALS

- Les emocions es reflecteixen, sovint, a la cara i es poden llegir a través d'expressions específiques.
- A la cara es representen, de manera clara i immediata, sis emocions bàsiques diferenciades:



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: EXPRESSIONS FACIALS



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: EXPRESSIONS FACIALS



RÀBIA

POR

FÀSTIC

SORPRESA

ALEGRIA

TRISTESA

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE VISUAL

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE VISUAL

- *Conversació amb persona amb ulleres molt obscures?*

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE VISUAL

- Interpretem un alt nombre de mirades d'algú...
- Si algú evita el contacte visual...
- Si algú ens mira contínuament i manté aquest contacte sense importar-li el que fem (mirar fixament)...



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE VISUAL

- Interpretem un alt nombre de mirades d'algú... com un senyal de grat o amistat.
- Si algú evita el contacte visual... és poc amigable, no li agradem o és tímid.
- Si algú ens mira contínuament i manté aquest contacte sense importar-li el que fem (mirar fixament)... és un signe d'ira o hostilitat.



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

Recorda una situació que et va fer sentir enuig (com més, millor). Ara recorda'n una altra que et va fer sentir trist (com més, millor).

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

Recorda una situació que et va fer sentir enuig (com més, millor). Ara recorda'n una altra que et va fer sentir trist (com més, millor).

Postura? Moviment de les mans, braços o cames?



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Personatges perillosos i amenaçadors mostrarien postures més diagonals i angulars; mentre que personatges amables i afectuosos mostrarien postures més arredonides.



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



- A Espanya i als països angloparlants s'usa per a transmetre un missatge positiu *ok*, d'acord, bé.
- A l'Iran, Grècia, Rússia i l'Àfrica occidental es fa servir com a insult.
- Al Japó té el sentit d'home.

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



- A la majoria dels països occidentals, encreuar els dits es fa per atraure la sort.
- Al Vietnam és una ofensa (per a ells el gest fa referència als genitals femenins).

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



- Signe de 'victòria' i de 'pau' en alguns països com els Estats Units.
- Forma de saludar a les fotos al Japó.
- Al Regne Unit, Nova Zelanda, Austràlia i Irlanda es pren per un insult.

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: GESTOS, POSTURA I MOVIMENTS

- Gestos/signes = moviments corporals que tenen significats especials en una cultura determinada.

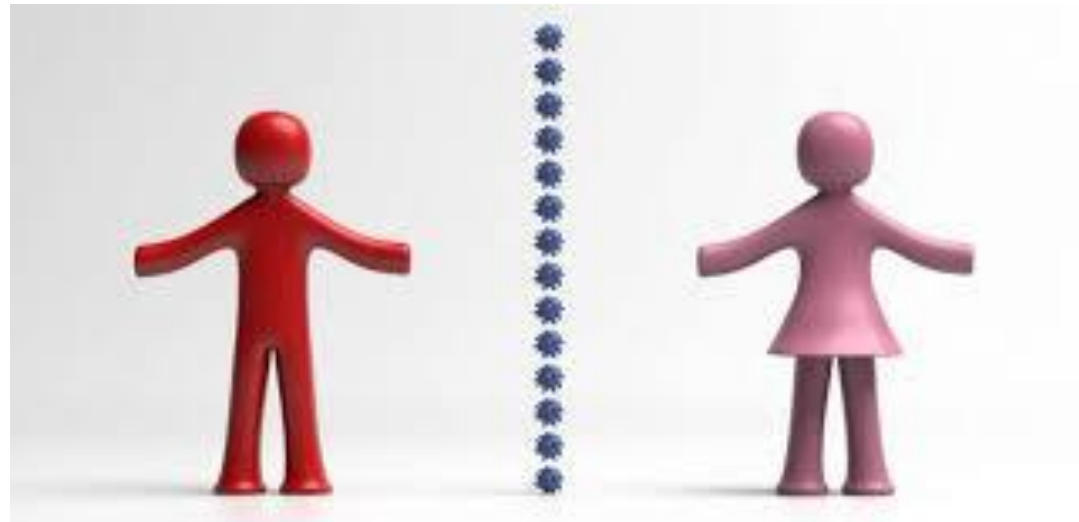


- “Vine ací”.
- Filipines: aquest gest només s’usa per a cridar els gossos, i qui el fa s'enfronta a penes fins i tot de presó.

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE FÍSIC

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE FÍSIC

Imagina que, durant una breu conversació amb una persona, et toca breument. Com reaccionaries a aquesta circumstància?



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL: CONTACTE FÍSIC

Imagina que, durant una breu conversació amb una persona, et toca breument. Com reaccionaries a aquesta circumstància?

DEPEN:

- És un amic o un estrany?
 - Del teu sexe?
- Contacte físic amable? Quina part del cos?
- Context? (consulta mèdica, situació laboral, etc.).

*** El contacte físic, si es considera apropiat, produeix reaccions positives.**

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL

Reconèixer l'engany: el rol dels senyals no verbals

1. Senyals no verbals de l'engany
2. Factors cognitius en la detecció de l'engany



I. COMUNICACIÓ NO VERBAL

Reconèixer l'engany: el rol dels senyals no verbals

I. Senyals no verbals de l'engany

- **Microexpressions** = expressions facials que duren unes poques dècimes de segon.
- Discrepància entre canals (expressions facials adequades vs. no contacte visual).
- Aspectes no verbals de la parla: amb mentides, més to de veu, més vacil·lant, més errades.
- Contacte visual: amb mentides, més parpelleig, pupil·les més dilatades, inusual baix/alt contacte visual.
- Expressions facials exagerades: somriure més exagerat, tristesa exagerada, etc.

I. COMUNICACIÓ NO VERBAL

Reconèixer l'engany: el rol dels senyals no verbals

2. Factors cognitius en la detecció de l'engany

- Els senyals més reveladors de l'engany són els no verbals.
- Quan tractem de detectar l'engany, dirigim l'atenció a les paraules i restem atenció a senyals no verbals → contraproduent.



2. ATRIBUCIÓN

2. ATRIBUCIÓ

Procés a través del qual intentem entendre les raons que hi ha darrere del comportament dels altres (i, a vegades, també darrere del nostre comportament).

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de la interferència corresponent (Jones i Davis, 1965)

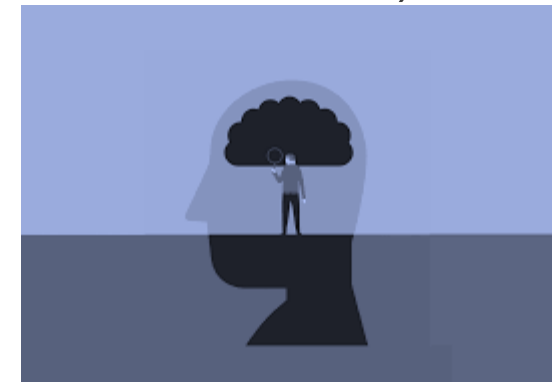
- Descriu com usem el comportament dels altres com a base per a inferir les seues disposicions estables.
- El comportament dels altres ens proporciona informació sobre com són. No obstant això, també hi ha factors externs.
- Però nosaltres centrem l'atenció en les accions que:
 - Confirmen la informació que tenim.
 - Tenen baixa desitjabilitat social.
 - Queden fora del que és ordinari.



2. ATRIBUCIÓ

Teoria de la interferència corresponent (Jones i Davis, 1965)

- En resum, tendim a concloure que el comportament dels altres reflecteix els seus trets estables quan:
 - És triat lliurement.
 - Es basa en efectes distintius (no poden ser produïts per una altra causa).
 - És baix en desitjabilitat social.



2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley

Tens una cita amb algú a l'hora de dinar i no apareix.

Deixes uns quants missatges a una amiga, però no et torna la telefonada.

Esperes una promoció a la faena, però no la reps.

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

Tens una cita amb algú a l'hora de dinar i no apareix.

Deixes uns quants missatges a una amiga, però no et torna la telefonada.

Esperes una promoció a la faena, però no la reps.

Per què?



2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

Ens centrem en informació relacionada amb tres fonts:

1. **Consens:** mesura en la qual altres persones reaccionen de la mateixa manera a aquest estímul.
2. **Consistència:** mesura en la qual un individu respon de la mateixa manera a aquest estímul al llarg del temps.
3. **Distintivitat:** mesura en la qual aquesta persona respon de la mateixa manera a estímuls diferents.

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

El cambrer flirteja amb la clienta

Altres cambrers flirtegen amb la clienta

CONSENS alt/baix?

Aquest cambrer ha flirtejat amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta/baixa?

Aquest cambrer no flirteja amb cap altra clienta

DISTINTIVITAT alta/baixa?

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

El cambrer flirteja amb la clienta

Altres cambrers flirtegen amb la clienta

CONSENS alt

Aquest cambrer ha flirtejat amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta

Aquest cambrer no flirteja amb cap altra clienta

DISTINTIVITAT alta

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

El cambrer flirteja amb la clienta

Altres cambrers flirtegen amb la clienta

CONSENS alt

Aquest cambrer ha flirtejat amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta

Aquest cambrer no flirteja amb cap altra clienta

DISTINTIVITAT alta

¿El comportament del cambrer s'atribueix a causes internes (li agrada flirtejar) o externes (l'atractiu de la clienta)?

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

El cambrer flirteja amb la clienta

Altres cambrers flirtegen amb la clienta

CONSENS alt

Aquest cambrer ha flirtejat amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta

Aquest cambrer no flirteja amb cap altra clienta

DISTINTIVITAT alta

¿El comportament del cambrer s'atribueix a causes internes (li agrada flirtejar) o **externes** (l'atractiu de la clienta)?

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

El cambrer flirteja amb la clienta

Cap altre cambrer flirteja amb la clienta:

CONSENS alt/baix?

Aquest cambrer ha flirtejat amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta/baixa?

Aquest cambrer també flirteja amb altres clientes

DISTINTIVITAT alta/baixa?

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”.

El cambrer flirteja amb la clienta

Cap altre cambrer flirteja amb la clienta

CONSENS baix

Aquest cambrer també flirteja amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta

Aquest cambrer també flirteja amb altres clientes

DISTINTIVITAT baixa

¿El comportament del cambrer s'atribueix a causes internes (li agrada flirtejar) o externes (l'atractiu de la clienta)?

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

El cambrer flirteja amb la clienta

Cap altre cambrer flirteja amb la clienta

CONSENS baix

Aquest cambrer també flirteja amb aquesta clienta altres vegades

CONSISTÈNCIA alta

Aquest cambrer també flirteja amb altres clientes

DISTINTIVITAT baixa

¿El comportament del cambrer s'atribueix a causes **internes** (li agrada flirtejar) o externes (l'atractiu de la clienta)?

2. ATRIBUCIÓ

Teoria de les atribucions causals de Kelley: com responem a “per què?”

Tendim a atribuir causes

	Internes	Externes
Consens	Baix	Alta
Consistència	Alta	Alta
Distintivitat	Baixa	Alta

2. ATRIBUCIÓ

Altres dimensions de l'atribució causal

Factors addicionals

1. ¿Tendeixen a ser estables els factors causals que influeixen sobre el comportament o poden canviar?
2. ¿Poden ser controlables? ¿Pot canviar-los l'individu si ho desitja?

* Algunes causes internes (personalitat) tendeixen a ser molt estables, mentre que d'altres poden canviar (motivacions). Altres causes internes no són controlables (malaltia).

2. ATRIBUCIÓ

Principis d'augment i disminució

El teu superior lloa el teu treball davant de companys. Després et pregunta si vols fer un feina extra.

- **Principi de disminució:** tendència a atribuir menys importància a una causa potencial d'algun comportament quan hi ha presents altres causes potencials.

PERÒ si el teu superior té una política en contra de fer comentaris en públic:

- **Principi d'augment:** tendència a atribuir gran importància a les causes potencials del comportament si aquest comportament ocorre malgrat la presència d'altres causes de caràcter inhibitori.

2. ATRIBUCIÓ

Teoria del focus d'autoregulació (¿passa sempre l'augment i la disminució?)

Suggereix que, en regular la pròpia conducta per a obtenir les metes desitjades, els individus poden adoptar dues perspectives:

1. Focus de promoció: emfatitza la presència i l'absència de resultats positius.
2. Focus de prevenció: emfatitza els resultats negatius.

❖ Quan els individus adopten el focus de promoció: menys tendència a disminuir.

2. ATRIBUCIÓ: ALGUNES FONTS BÀSIQUES D'ERRADES

2. ATRIBUCIÓ: ALGUNES FONTS BÀSIQUES D'ERRADES

Un home fa tard a la feina. En entrar a l'oficina, les notes li cauen a terra. Mentre intenta arreplegar-les, les ulleres li cauen i es trenquen. Després vessa el cafè sobre la carpeta.

Penses: “Aquesta persona és desorganitzada i maldestra”

Són adequades aquestes atribucions?



2. ATRIBUCIÓ: ALGUNES FONTS BÀSIQUES D'ERRADES

Un home fa tard a la faena. En entrar a l'oficina, les notes li cauen a terra. Mentre intenta arreplegar-les, les ulleres li cauen i es trenquen. Després vessa el cafè sobre la carpeta.

Penses: “Aquesta persona és desorganitzada i maldestra”

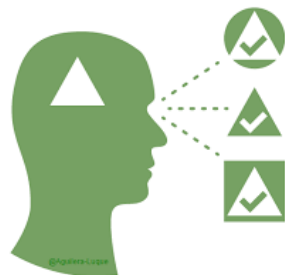
Són adequades aquestes atribucions?



- ❖ **Biaix de correspondència (error fonamental d'atribució):** tendència a explicar les accions dels altres com provinents de (corresponents a) les seues disposicions (“el tipus de persona que és”), fins i tot en presència de causes situacionals (externes) clares.

2. ATRIBUCIÓ: ALGUNES FONTS BÀSIQUES D'ERRADES

- ❖ **L'efecte actor-observador:** tendència a atribuir el nostre comportament a causes situacionals (externes), però el dels altres a causes disposicionals (internes). En part perquè som més conscients dels factors externs que afecten el nostre comportament. *“Tu vas caure, a mi em van empènyer”.*
- ❖ **El biaix d'autobenefici:** tendència a atribuir els nostres resultats positius a causes internes, però els negatius a factors externs. *“Jo soc bo, tu tens sort”.*



2. ATRIBUCIÓ: ALGUNES FONTS BÀSIQUES D'ERRADES

- ❖ **Infrautilització de la informació de línia base:** decideixes comprar un Toyota perquè té el registre més baix de reparacions. Poc abans de comprar-lo, un amic et diu que el seu cosí se'n va comprar un i que el té sempre al taller → Ignores la informació de línia base i jutges sobre el cas concret.
- ❖ **Biaix de disponibilitat:** fer judicis sobre la freqüència o probabilitat dels fets segons els exemples que recordem de manera fàcil o ràpida.
- ❖ **Biaix de representativitat:** saltar a la conclusió que una persona amb unes certes característiques habituals d'un grup, probablement pertany a aquest grup.

2. ATRIBUCIÓ: APLICACIONES DE LA TEORIA DE L'ATRIBUCIÓ

2. ATRIBUCIÓ: APLICACIONS DE LA TEORIA DE L'ATRIBUCIÓ

Aproximacions i intervencions

Atribució i depressió



- A diferència de la majoria de gent que mostra un biaix d'autobenefici, els individus deprimits tendeixen a un patró oposat: atribueixen resultats negatius a causes internes estables; i els positius a causes externes temporals.
 - Percepció de poc o gens de control sobre allò que els passa.

3. FORMACIÓ I GESTIÓ D'IMPRESSIONS

3. FORMACIÓ I GESTIÓ D'IMPRESSIONS

Les persones generalment fem el menor esforç cognitiu possible. Normalment ens formem impressions de la manera més fàcil i simple possible (categoritzant).

Impressions dels altres. Components principals:

1. Exemples concrets de conductes que han realitzat i que són consistents amb un atribut determinat (**exemplars** d'aquest atribut).
2. Síntesis mentals que són abstretes d'observacions repetides de la conducta d'altres (**abstraccions o judicis categòrics**).

Ambdues tenen un paper principal en la formació d'impressions (generalment, de primer exemplars i després abstraccions).

3. FORMACIÓ I GESTIÓ D'IMPRESSIONS

Gestió d'impressions (autopresentació): l'art de semblar bo

Les persones que gestionen les impressions amb èxit tenen avantatges en moltes situacions.

TÀCTIQUES

1. *Automillora*: esforços per incrementar l'atractiu (forma de vestir, accessoris, descripcions positives).
2. *Millora dels altres*: esforços perquè l'altra persona se senta bé (adulació, expressar acord, interès, fer favors, demanar consells/ajuda, expressar simpatia verbal i no verbal).

3. FORMACIÓ I GESTIÓ D'IMPRESSIONS

Gestió d'impressions (autopresentació): l'art de semblar bo

- * Si són sobreutilitzats o utilitzats ineffectivament poden produir l'efecte contrari.
- * Com sabem que aquestes impressions són encertades?
 - Correlació alta amb avaluacions de les mateixes persones (fetes per persones que les coneixen) i amb comportaments.



PREDISPOSICIÓ: L'EFECTE D'ALLÒ QUE ÉS A LA MENT

PREDISPOSICIÓ: L'EFECTE D'ALLÒ QUE ÉS A LA MENT

- Una altra influència en les impressions que ens formem i en els records que guardem és allò que tenim al cap. Si una persona té al cap tranquil·litat, racionalitat i maduresa, està preparada per a percebre aquests trets en els altres.
- **Predisposició:** procés a través del qual portem a la ment uns certs atributs (els activem).

Exemple *sopa de lletres*: per a alguns participants (X) eren noms de personatges hostils, per a d'altres (Y) no hostils. Després, tots van llegir una descripció ambigua de “Donald”. → Els participants X el descrivien com a més hostil.

ALGUNES CONSEQÜÈNCIES DE FORMAR-SE IMPRESSIONS

ALGUNES CONSEQÜÈNCIES DE FORMAR-SE IMPRESSIONS

Van dir a uns quants professors de primària que potser alguns dels xiquets de les seues classes mostrarien un increment radical en el rendiment escolar. Van afirmar que aquesta informació es basava en la prova “Harvard d’adquisició combinada” (prova que no existia). Al final de l’any escolar:



ALGUNES CONSEQÜÈNCIES DE FORMAR-SE IMPRESSIONS

Van dir a uns quants professors de primària que potser alguns dels xiquets de les seues classes mostrarien un increment radical en el rendiment escolar. Van afirmar que aquesta informació es basava en la prova “Harvard d’adquisició combinada” (prova que no existia). Al final de l’any escolar :

→ Profecia autocomplida (efecte de les expectatives)



ALGUNES CONSEQÜÈNCIES DE FORMAR-SE IMPRESSIONS

Profecia autocomplida (efecte de les expectatives)

Factors que influeixen sobre l'efecte de les expectatives:

1. Ambient o clima: els professors van proporcionar un ambient més cordial (verbal i no verbal).
2. Retroalimentació o *feedback*: més detallada o curiosa.
3. Informació o *input*: més i millors pautes.
4. Resultat o *output*: més oportunitats per a mostrar resultats, més temps.

ALGUNES CONSEQÜÈNCIES DE FORMAR-SE IMPRESSIONS

Profecia autocomplida (efecte de les expectatives)

Un altre exemple: un grup d'homes i dones universitaris creien que agradaven a una altra persona i s'hi van comportar d'una manera que els va fer caure bé. Van expressar menys diferències, van parlar-ne de manera més positiva i amb actitud més positiva.

