

La influencia del ambiente en las conductas pro sociales.

The Influence of the Environment on Pro Social Behavior.

Paul Franco

Centro de Altos Estudios en Ciencias Humanas y de la Salud, UAI
rimbaud64@gmail.com



Cómo citar Citation

Franco, P. (2017). La influencia del ambiente en las conductas pro sociales. *PSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 9, doi: 10.5872/psiencia/9.2.102

Recibido Received

03 / 10 / 2015

Aceptado Accepted

06 / 05 / 2016

Copyright

© 2017 Franco

Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia Creative Commons [BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), lo que permite compartirlo o adaptarlo, sin fines comerciales, con indicación del autor y la fuente original.

This is an open access article under Creative Commons [BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license, which allows sharing or adapting it in any medium, without commercial purposes, giving credit to original author and source.

1. ¿Con qué voy a experimentar?

La influencia del ambiente en las conductas pro sociales.

2. ¿Qué fenómeno voy a observar?

Nombre científico: "Watching eyes effect" (Haley and Fessler, 2005)

3. ¿De qué se trata?

Es un experimento de campo (que se realiza en el ambiente real de la conducta). El experimento consiste en dos condiciones contextuales o ambientales, en este caso el ambiente es un buffet o cafetería en la que los sujetos deban acercarse a abonar. En la condición experimental se coloca un cartel con ojos de persona cerca de la caja registradora. Este cartel debe estar a la altura de los ojos de los sujetos que van a abonar. En la condición control dicho cartel se remplaza por uno de flores. En ambas condiciones habrá una caja de donaciones a una fundación benéfica (debe ser una institución verdadera). Se observa la conducta real, de los sujetos, de donar o no, con el objetivo de someter a prueba la hipótesis. Otros factores que podrían influir en los resultados se deben mantener constantes en ambas condiciones (luminicas y de sonido, y mismo período del día).

4. ¿Qué ideas previas tengo sobre el tema?

Responde estas preguntas y escribí una hipótesis antes de comenzar

a. *¿Habrá diferencia entre ambas condiciones en referencia a la conducta de los sujetos?*

- *si*
- *no*

b. *¿En qué condición crees que los sujetos donaran más?*

- *Con norma social quebrada visiblemente*
- *Sin norma social quebrada visiblemente*

c. *¿Los ojos influyen en la conducta?*

- *Si*
- *No*

5. ¿Qué necesito para este experimento?

- Un contexto o ambiente que posibilite la observación controlada de sujetos.
- Un cartel con la imagen de unos ojos de persona y uno con una imagen de flores
- Una urna o alcancía de donaciones (con el nombre de una institución real)
- Observadores participantes.

6. ¿Cómo lo hago?

- 1) Se selecciona el entorno o ambiente a realizar el experimento. El mismo debe ser una cafetería o un buffet en que los sujetos deban acercarse a la caja registradora para abonar. Bien cerca de la caja se coloca una alcancía, con una inscripción que invite a los clientes a donar su vuelto a una institución benéfica. El nombre de esta institución aparecerá en la alcancía. Luego lo recaudado se enviará a dicha institución.
- 2) En la condición experimental un cartel con una imagen de unos ojos de persona, que deben estar bien a la vista y en lo posible a la altura de los ojos de los sujetos que van a abonar. En la condición de control se ubicara en la misma posición un cartel que contenga una imagen de flores (ver anexo).
- 3) Dentro del buffet habrá dos observadores mezclados entre los clientes, en una posición que puedan ver claramente la conducta de los sujetos (donar o no)..
- 4) Los observadores deben contabilizar cada conducta de los sujetos y registrarla, en cada condición.
- 5) Se comparará los grupos según la frecuencia de conducta de donar.
- 6) Se realizarán los gráficos correspondientes de cada grupo.

7. ¿Qué podría suceder?

Completa el siguiente recuadro con tu expectativa, intenta responder a la pregunta "¿Qué pienso que va a suceder con lo que voy a hacer?"

8. ¿Qué fue lo que pasó?

Roche (1995) considera que la conducta pro-social es aquel comportamiento que, sin la búsqueda de recompensas externas, favorece a otra persona, grupos o metas sociales y aumenta la probabilidad de generar una reciprocidad positiva, de calidad y solidaria en las relaciones interpersonales o sociales consecuentes, salvaguardando la identidad, creatividad e iniciativa de las personas o grupos implicados. Por lo tanto, el

comportamiento pro-social es una manera de indicar a los demás que uno es "bueno". Comportarse pro-socialmente puede llevarse a cabo con el fin de mostrar el status de uno como persona o con el fin de obtener futuras recompensas extrínsecas, como una carrera política o la admisión a una universidad.

En la toma de decisiones sobre cómo comportarse, para los seres humanos la cara de una persona contiene una gran cantidad de información, incluso sin más indicaciones, podemos evaluar la identidad de otra persona sin grandes dificultades (Grüter, Grüter, & Carbon, 2008). Gracias a pequeños patrones de actividad específica de los músculos faciales, podemos deducir el estado emocional y el estado de ánimo (Ekman y Friesen, 1975). Además, podemos detectar el sexo, edad y raza, estado de atención y sensibilidad; y utilizar expresiones faciales para reducir ambigüedades de las señales verbales (Bruce & Young, 1986). Por lo tanto, las caras son de gran importancia para la interacción social. Ellos puede, en parte o en su conjunto, actuar como señales sociales (Haxby y Gobbini, 2007).

En este sentido, se ha estudiado que la proximidad de imágenes de ojos pueden tener efectos sustanciales sobre el comportamiento pro-social en el mundo real (Waching eyes effect). Además, los resultados demuestran que estos efectos pueden generalizarse a otro tipo de conductas (ej. no tirar basura al suelo) y también para un entornos diferentes, con más población.

Se entiende que la mecanismos psicológicos que controlan las decisiones sobre si comportarse cooperativamente o no, son especialmente sensibles a las señales que normalmente indican escrutinio social (Haley y Fessler; 2005). Una señal potente de observación es un par de ojos (Ernest-Jones; Nettle; Bateson; 2011).

En situaciones de ausencia de resultados inmediatos, la gente actúa de manera pro-social, como una inversión en su reputación social. Una buena reputación a su vez aumenta la probabilidad de ser favorecido por los demás para su inclusión de futuras interacciones mutuamente beneficiosas. Ser observado aumenta las consecuencias sobre la reputación, y por lo tanto, las personas son psicológicamente sensibles a si son observadas o no. Aumentará su nivel de prosocialidad cuando el ambiente le proporcione información de que está siendo observada. Unos ojos que miran, aun si son artificiales, explotan esta sensibilidad.

9. ¿Y este conocimiento para qué sirve?

Conociendo este efecto los psicólogos pueden implementar intervenciones o políticas públicas para favorecer el cumplimiento de las normas en diferentes contextos. Este conocimiento tiene un gran potencial de aplicación. Los científicos del comportamiento tienen un papel importante que desempeñar para ayudar diseño de lo social y ambiental, en proporcionar intervenciones eficaces hacia resultados socialmente beneficiosos (Thaler y Sunstein, 2008). Este estudio confirma que la visualización de imágenes de ojos tiene un amplio potencial, no sólo porque los ojos atraen la atención, sino debido a las conexiones fundamentales que existen entre la sensación de ser observado y la conducta cooperativa.

10. Para saber más

Información ampliatoria

■ Fácil

Pueden encontrar más en esta web: <http://www.bbc.com/future/story/20140209-being-watched-why-thats-good>

■ Intermedio

Pueden encontrar más en el siguiente texto:

<https://alessandroinnocenti.wordpress.com/2015/10/28/the-watching-eye-effect/>

■ Avanzado

Pueden leer el siguiente artículo: Ernest-Jones, M., Nettle, D., Bateson, M. (2011) Evolution Effects of eye images on everyday cooperative behavior: a field experiment and Human Behavior 32 172–178.

<https://www.staff.ncl.ac.uk/daniel.nettle/ernestjonesnettlebateson.pdf>

ANEXO

