

# Tema 8 - Afiliación, atracción y rechazo interpersonal

---

*Nota: Esto no son unos apuntes completos, simplemente son notas extras sobre algunas partes del temario que no me quedaban del todo claras con los apuntes del otro PDF*

## 1. Factores que motivan a las personas a afiliarse con otras

---

### Modelo de afiliación social

- **O'Connor y Rosenblood, 1996**
- Habla de la afiliación / contacto social un poco como una **característica homeostática: tenemos un nivel óptimo, y cuando nos alejamos de él intentamos restaurar el equilibrio.**
- Ejemplos
  - Un estudiante que después de época de exámenes sale mucho de fiesta para recuperar el tiempo perdido
  - Una persona que trabaja como dependiente en una tienda y cuando llega a casa solo quiere estar en el sofá y ver una película tranquilamente, sin relacionarse con nadie. Ha tenido mucha interacción con gente durante todo el día
- **Problema:** no explica porque no explica otras circunstancias externas que también puedan tener empujarnos a buscar contacto social, solo se centra en el nivel óptimo de cada uno

### Modelo multidimensional de afiliación

- **Hill, 1987**
- Defiende que las personas se afilian fundamentalmente por 4 razones:
  - **Para obtener estimulación positiva**
  - **Para recibir apoyo emocional**
  - **Para adquirir información** (dependencia informativa)
  - **Para lograr la atención de otras personas**

### Claridad cognitiva

**Utilizar la afiliación para evaluar nuestras propias reacciones y reducir la incertidumbre de la situación que vivimos** (ejemplo: si vemos que la otra persona pone cara de disgusto, sabremos que nuestras acciones han sido desagradables)

### Experimento de las descargas de Schachter

- **Schachter, 1959**
- Las participantes (mujeres) son informadas de que van a participar un experimento que consiste en recibir descargas. Dos subgrupos:
  - **Alta ansiedad:** se les dice que las descargas son dolorosas
  - **Baja ansiedad:** se les dice que las descargas no son dolorosas

- Se ofrece a las participantes esperar con otra persona. **Las de alta ansiedad prefieren compañía más veces**

Se repite el experimento con una variación:

- Se divide a las de alta ansiedad en dos grupos:
  - **Grupo 1:** su acompañante es otra participante del experimento. **Eligen compañía el 60% de las veces**
  - **Grupo 2:** su acompañante es una estudiante de la universidad que va a ver a un profesor. **Eligen siempre ir solas (compañía el 0% de las veces)**

Se vuelve a repetir con otra variación:

- Se divide a las de alta ansiedad en dos grupos:
  - **Grupo 1:** se les dice que no pueden hablar de nada del experimento
  - **Grupo 2:** se les dice que no pueden hablar.
- En ambos casos, **las participantes siguen prefiriendo compañía**

En resumen: **buscamos afiliarnos cuando sentimos ansiedad**

Teoría de la utilidad de la afiliación

- **Rofé, 1984**
- Se centra en la **relación entre estrés y afiliación**
- Presenta un **modelo coste/beneficio: nos afiliamos o no dependiendo de la utilidad de hacerlo y del coste que nos suponga**. Ante una situación estresante, evaluaremos si estar en compañía nos va a ayudar o no, y de cuánto "nos va a costar"
- Ejemplo:
  - Sí no tenemos estrategias de afrontamiento, preferiremos afiliarnos. Buscaremos la ayuda de los demás
  - Si sí las tenemos, es posible que no queramos. Podremos afrontar el estrés nosotros mismos
- **Problema:** se centra en una situación concreta, la de cuando estamos estresados o ansiosos. A veces también buscamos contacto social fuera de esas situaciones

## 2. Más allá de la afiliación: la experiencia de aceptación y rechazo de los demás

---

Es muy clave el concepto de **valor relacional: cuánto percibimos que los demás quieren relacionarse con nosotros**

Ojo: no se trata de cuánto quieren realmente relacionarse, sino de **cómo lo percibimos**. Es una experiencia subjetiva y no tiene por qué corresponderse con el grado real de aceptación o rechazo\*\*

Teoría del sociómetro

- **Baumeister y Leary, 2000; Leary, 2006**
- Propone que las personas poseemos un sistema psicológico que analiza el entorno para entender nuestro valor relacional, y nos alerta cuando está bajo o cuando está bajando

- Hasta que salta la alerta, funciona inconscientemente.

## Sistema de monitorización social

- **Gardneer, Pickett y Brewe, 2000; Pickett y Gardner, 2005**
- Es una variación de la teoría del sociómetro. Se basa en que **este sistema de alerta se vuelve más/menos sensible según nuestra necesidad de aceptación en cada momento**
- Es decir, que si estamos muy bien con nosotros mismos y no necesitamos contacto con los demás, el "sociómetro" solo se "activaría" cuando nos sintamos en niveles muy muy bajos de valor relacional. Si por el contrario nos sentimos muy faltos de amor y cariño, el sociómetro se activará a un nivel más alto.

## 3. Atracción interpersonal

---

### Teorías del refuerzo (reinforcement)

**Se basan en un modelo económico, coste/beneficio: cuanto más nos aporte una persona y menos nos cueste, más nos gustará**

*Pensar que "refuerzo" viene del inglés "reinforcement", como de recompensa, que nos anima a seguir haciendo una cosa. Es como el refuerzo positivo en Psicología de la Motivación*

"Teoría de la Interdependencia" y "Teoría del intercambio social"

Se basan puramente en:

- Evaluar los costes y recompensas de la relación
- Compararlo con lo que creemos que nos merecemos
- Analizar nuestras alternativas

Es decir: según estas teorías, aunque creamos que tenemos más costes que recompensas, si tenemos muy poca autoestima (y por tanto creemos que no nos merecemos más) o las alternativas son peores (preferimos estar mal acompañados que solos), nos mantendremos en la relación

Esto es lo que se conoce como nivel de comparación (comparar con lo que creemos que merecemos) y nivel de comparación de alternativas (comparar con lo que podríamos tener)

Según Thibaut y Kelley, 1959: una persona romperá una relación si la percibe por debajo de su nivel de comparación de alternativas

### Teoría de la equidad

Similar a las anteriores, pero busca también que haya un equilibrio. Considera importante que el coste/beneficio de la relación sea similar para ambas personas (es decir, no hay uno que está superando sus expectativas y otro que se conforma).

### Teorías de consistencia cognitiva

**Se basan en que haya consistencia entre ambas personas: que compartamos opiniones, valores, actitudes... Si es así, la relación será satisfactoria**

Es como lo contrario a que haya disonancia cognitiva.

Destaca la conocida como **Teoría del equilibrio**

## 4. Factores que influyen en que nos sintamos atraídos por otras personas

---

### Principio de semejanza

- **Las personas se sienten más atraídas a los que son similares a ellos.**
- El equilibrio aporta armonía
- El desequilibrio aporta malestar psicológico

### Ley de atracción de Byrne

- **Las personas se sienten más atraídas hacia otras personas objetivamente semejantes (semejanza real)**

### Metaanálisis de Montoya

- **Montoya, Horton y Kirchner, 2008**
- Meta-análisis de 313 estudios
- **La semejanza real influye cuando la relación se está formando**
- **La semejanza percibida influye siempre**
  - Ojo, esto parece contraproducente, ¡pero eso dice el estudio! **El efecto de la semejanza real decrece según hay más interacciones**, solo vale al principio

### Estudio de Tidwell y colaboradores

- **Speed-dating, los participantes tienen 4 citas de 12 minutos cada una. Citas cara a cara**
- **La semejanza real no se relaciona para nada con la atracción**
- **La semejanza percibida sí predice la atracción**

Esto se contradice con el meta-análisis de Montoya. ¿Entonces qué?

**Esto es un campo en el que hay que seguir investigando. Esto es lo que se sabe de momento, pero está lejos de ser información perfecta y completa**

### Principio de reciprocidad

- **Nos gustan las personas a las que les gustamos**
- Es reforzante porque:
  - Saber que gustamos genera sentimientos positivos
  - Asumimos que si a alguien le gustamos, tendrá buenas intenciones hacia nosotros
- Matices:
  - Esto solo funciona si nos hace sentirnos especiales (e.g. no si le gustamos a todo el mundo, o si a quien le gustamos le gusta todo el mundo)

### Modelo de las relaciones sociales

- **Kenny, 1994**
- Distingue dos indicadores de reciprocidad
  - **Reciprocidad generalizada:** las personas a las que generalmente le gustan los demás, también tienden a gustar a los demás
    - **Reciprocidad diádica:** lo mismo que antes, pero centrado en dos personas concretas

## El efecto de la familiaridad en la atracción

- **Familiaridad: grado de exposición que una persona tiene a otra**
- **La familiaridad tiene un efecto en la atracción, nos sentimos más atraídos a quienes nos son más familiares**
- Cuatro motivos principales
  - Condicionamiento Clásico: normalmente las interacciones sociales son buenas (o al menos, normales). Si tenemos muchas interacciones con alguien, hay más posibilidad de asociar a la persona con algo bueno.
  - Condicionamiento clásico (extensión): cuantas más interacciones hayamos tenido con alguien, más posibilidades hay de que haya sucedido algo bueno en esas interacciones. Esto añade más peso al motivo del condicionamiento clásico.
    - Diferencia entre ambos puntos: el primero es sobre que las interacciones son buenas en general; este segundo sobre que puede haber sucedido algo concreto que haga las interacciones buenas.
  - Razones evolutivas: interacciones con conocidos tienen menos incertidumbre, y eso es positivo
  - Fluidez de procesamiento: los estímulos familiares se procesan más rápidamente, y eso se percibe como algo positivo

## Atractivo físico

**El atractivo físico es el mejor predictor de la atracción interpersonal, tanto en hombres como en mujeres.** Se ha demostrado que las personas atractivas son juzgadas más positivamente (Efecto halo)

# 5. La experiencia de sentirse rechazado

---

**Rechazo: cuando sentimos una amenaza a la pertenencia.** Puede ser explícito (nos deja nuestra pareja, nos despiden del trabajo) o implícito (notamos que nuestros amigos nos dejan de lado, o que compañeros de trabajo nos critican)

Consecuencias de tres tipos:

- **Cognitivas:**
  - Disminución del rendimiento intelectual: mal rendimiento en tareas complejas, que requieren razonar o esforzarse; no se notaba la diferencia en tareas sencillas que hacemos automáticamente
- **Conductuales:**
  - Aumento de la conducta agresiva:
  - Disminución de la conducta prosocial
  - Conductas reparadoras (sobre todo para gente con fuerte necesidad de pertenencia)
- **Emocionales:**

- Estado emocional más negativo (ojo, "más negativo" != "negativo". Si estábamos bien, podemos simplemente pasar a estar normal)
- Aumenta la creatividad (en personas con autoconcepto independiente)