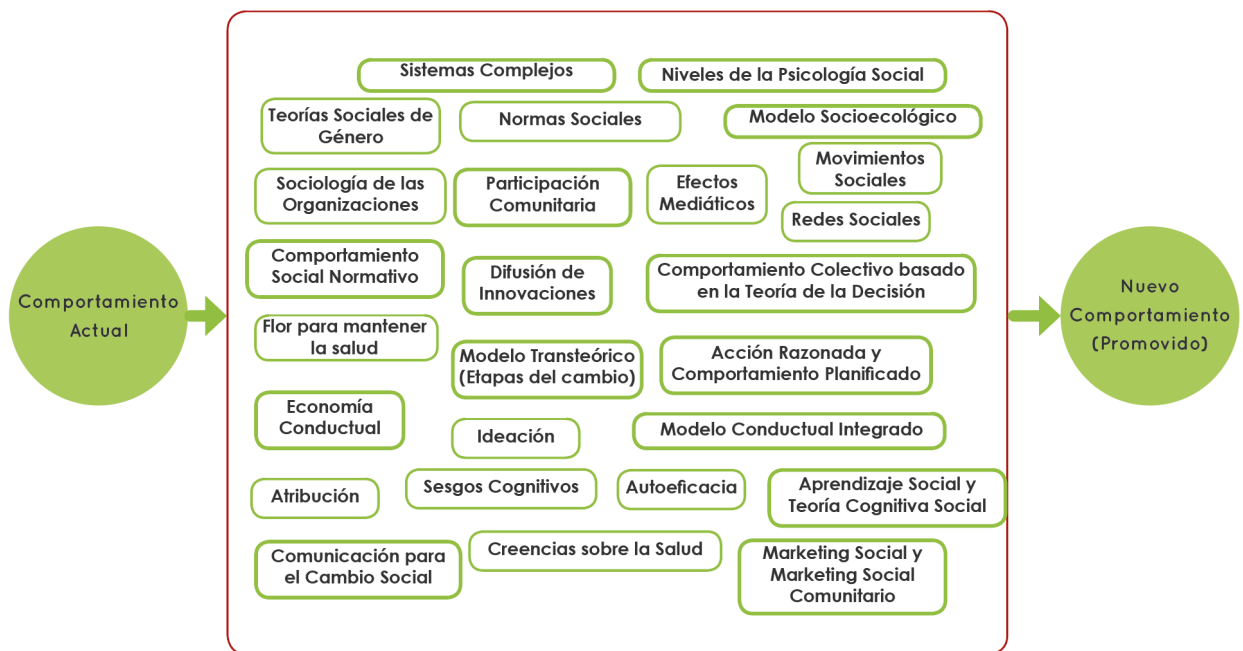


Síntesis de teorías y modelos de toma de decisiones y comportamiento



Systwaps

Índice

Introducción	3
Teoría de la Atribución	4
Teorías de la Economía Conductual	4
Modelo de Comunicación para el Cambio Social	5
Modelos de Compromiso Comunitario	5
Teoría de los Sistemas Complejos	6
Modelo Teórico de Decisión del Comportamiento Colectivo	6
Teoría de la Difusión de Innovaciones	7
Teoría Evolutiva de los Sesgos Cognitivos	7
Modelo “Flor de la Salud Sostenida”	8
Teorías Sociales del Género	8
Modelo de Creencias sobre la Salud	10
Teoría de la Ideación	10
Modelo de Acción Razonada y Comportamiento Planificado	11
Modelo Conductual Integrado	11
Efectos de los Medios de Comunicación	12
Teoría de la autoeficacia	12
Teoría del Aprendizaje Social y Teoría Cognitiva Social	13
Modelo Socio-Ecológico	13
Marketing Social y Marketing Social Comunitario	14
Movimientos Sociales	14
Teoría de las Redes Sociales	15
Teorías de las Normas Sociales	15
Sociología de las Organizaciones	16
Teoría del Comportamiento Social Normativo	16
Modelo Transteórico	17

Introducción

Esta sección ofrece un análisis de 25 perspectivas, teorías y modelos centrados en la toma de decisiones y el comportamiento. Su objetivo es ofrecer una visión sencilla de algunos de los enfoques contemporáneos más reconocidos, sólidos y probados del comportamiento humano, e identificar los conceptos y constructos que constituirán los impulsores incluidos en el Modelo de Impulsores del Comportamiento.

- 1 Teoría de la Atribución
- 2 Teorías de la Economía Conductual
- 3 Modelo de Comunicación para el Cambio Social
- 4 Modelos de Participación Comunitaria
- 5 Teoría de los Sistemas Complejos
- 6 Modelo de Comportamiento Colectivo basado en la Teoría de la Decisión
- 7 Teoría de la Difusión de Innovaciones
- 8 Teoría Evolutiva de los Sesgos Cognitivos
- 9 Modelo “Flor para mantener la salud”
- 10 Teorías Sociales del Género
- 11 Modelo de Creencias sobre la Salud
- 12 Teoría de la Ideación
- 13 Modelo Conductual Integrado
- 14 Efectos Mediáticos
- 15 Modelo de Acción Razonada y Comportamiento Planificado
- 16 Teoría de la Autoeficacia
- 17 Aprendizaje Social y Teoría Cognitiva Social
- 18 Modelo Socioecológico
- 19 Marketing Social y Marketing Social Comunitario
- 20 Movimientos Sociales
- 21 Teoría de las Redes Sociales
- 22 Teorías de las Normas Sociales
- 23 Sociología de las Organizaciones
- 24 Teoría del Comportamiento Social Normativo
- 25 Modelo Transteórico (Etapas del cambio)

Estas teorías y modelos se seleccionan por su importancia en la bibliografía y porque ofrecen el terreno conceptual para explorar una amplia variedad de motivos de comportamiento. Algunos de ellos sólo pueden utilizarse de forma abstracta, otros se han aplicado directamente sobre el terreno, y otros se tienen en cuenta porque incluyen una integración compleja para una amplia gama de determinantes.

Teoría de la Atribución

Heider, 1959; Weiner, 1985

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La Teoría de la Atribución se basa en el hecho de que la mente humana tiende a hacer atribuciones sobre las causas de un suceso. Teoriza que las atribuciones están determinadas por factores como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>la percepción del locus de control</i> (algo ocurre debido a un factor interno o externo, o a ambos; por ejemplo, el esfuerzo propio, la suerte o una combinación de ambos), • <i>la controlabilidad</i> (por ejemplo, si una causa puede controlarse o está fuera de la influencia de la persona), y • <i>la estabilidad</i> (por ejemplo, si los factores impulsores pueden modificarse o son permanentes tal cual). 	<p>La atribución mejora la comprensión general de un comportamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • qué lo causa; • qué puede evitarlo. <p>Por ejemplo, si lo que ocurre en la vida se atribuye a fuerzas externas y se considera un acontecimiento incontrolable (independiente de los esfuerzos de la persona), esa persona no conseguirá cambiar su propia situación.</p>	<p>El locus de control desempeña un papel en varios modelos y teorías posteriores que demuestran la importancia de los conceptos de capacidad y eficacia.</p>

Teorías de la Economía Conductual

Kahneman y Tversky, 1979; Laibson, 1997; O'Donoghue y Rabin, 1999; Rabin, 1993; Strotz, 1955; Thaler, 1985

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La economía conductual es una desviación del modelo estándar de agentes racionales en economía.</p> <p>Tiene sus raíces en la Teoría de la Perspectiva (Kahneman y Tversky, 1979) como teoría descriptiva de cómo los agentes toman decisiones en condiciones de incertidumbre.</p> <p>Las personas toman decisiones basadas en el valor potencial de las ganancias y las pérdidas, y estas ganancias y pérdidas se evalúan utilizando heurísticos y sesgos: esta es la perspectiva de un agente cuasirracional.</p> <p>Otras teorías económicas conductuales intentan incorporar la equidad a las preferencias sociales (Rabin, 1993), adaptar la Teoría de las Perspectivas a otros ámbitos (Thaler, 1985), incorporar modelos descriptivos de preferencias intertemporales a los modelos económicos (Laibson, 1997; O'Donoghue y Rabin, 1999; Strotz, 1955), etc.</p>	<p>Las teorías económicas conductuales suelen ser descriptivas y, por tanto, conllevan pocos supuestos sobre los comportamientos.</p> <p>Suelen modelizar la heurística y los sesgos utilizados por los seres humanos en la toma de decisiones (véase Kahneman y Tversky, 1979).</p>	<p>Las conclusiones de las teorías económicas conductuales hacen hincapié en los factores de racionalidad limitada y los sesgos cognitivos. Son importantes para ofrecer una visión realista de la toma de decisiones y el comportamiento humanos.</p>

Modelo de Comunicación para el Cambio Social

Figuroa et al., 2002

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El Modelo de Comunicación para el Cambio Social (CpCS) llama la atención sobre el papel central de un catalizador, ya sea interno (por ejemplo, el estímulo de los signos de una epidemia, elementos tóxicos en el suministro de agua) o externo (por ejemplo, un agente de cambio, una innovación, políticas, tecnología, medios de comunicación) a una comunidad.</p> <p>Este catalizador conduce al diálogo y a la acción colectiva dentro de una comunidad para abordar una preocupación o un problema.</p> <p>El modelo CpCS expone la influencia que ejercen los catalizadores, las limitaciones externas y los cambios individuales y sociales en el diálogo comunitario y la acción colectiva, que es el paso intermedio para lograr un impacto social.</p> <p>Los profesionales pueden utilizar este esquema como herramienta informada para seguir sus progresos en la facilitación del diálogo comunitario y la acción colectiva.</p>	<p>El modelo sugiere que a medida que una comunidad se somete a diálogos y actúa colectivamente, sus miembros aprenden a cooperar más eficazmente para la resolución de futuros problemas.</p> <p>Esto se debe, en parte, a que cada proceso de diálogo y acción colectiva exitoso aumentará la capacidad de la comunidad para resolver otros problemas comunales al mejorar su liderazgo, participación, equidad, eficacia colectiva, sentido de propiedad, cohesión social y normas sociales.</p>	<p>El Modelo de Comunicación para el Cambio Social ofrece un desglose detallado de todos los aspectos relacionados con la dinámica comunitaria y las influencias externas en un proceso de cambio colectivo, enumerando los impulsores y las condiciones críticas para el cambio colectivo.</p>

Modelos de Compromiso Comunitario

Hashagen, 2002

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Existen muchos modelos que abordan cómo implicar a las comunidades utilizando diferentes procesos (como la planificación comunitaria). Los usuarios deben ser conscientes de dos características de estos modelos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En primer lugar, facilitan la comunicación entre una entidad que inicia el programa participativo y una comunidad, y viceversa. • En segundo lugar, un buen modelo tendría en cuenta componentes importantes como <ul style="list-style-type: none"> • capacidad (apoyar la capacitación), • inclusión (incluir a miembros diversos y marginados), • recursos (empezar siempre por lo que la comunidad tiene actualmente), • organización comunitaria (fomentar grupos locales de atención e intereses mutuos), • escuchar y aprender (garantizar una asociación interactiva con los miembros de la comunidad), y participación efectiva (participación multinivel). 	<p>El compromiso debe ser construido y mantenido por los socios, el "sistema de gobierno" y la comunidad.</p> <p>Para que se produzca un cambio de comportamiento a partir del compromiso de la comunidad, es necesario que exista un fuerte sentimiento de comunidad entre quienes se unen a los movimientos.</p> <p>Una vez establecida una relación sólida, los cambios de comportamiento se mantendrán incluso en tiempos de no acción.</p>	<p>La dinámica comunitaria y los recursos colectivos captan el rol del fundamento del grupo, así como un fuerte sentimiento de pertenencia para el éxito del compromiso comunitario.</p> <p>El papel de las instituciones y las entidades de gobierno es fundamental para configurar la vida de las personas.</p>

Teoría de los Sistemas Complejos

Ladyman, Lambert y Wiesner, 2013; Wiesner et al., 2018

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Un sistema complejo es una idea adoptada por la ciencia de la complejidad que, cuando se define satisfactoriamente y se mide adecuadamente, puede unificar las ramas actuales de las ciencias bajo el mismo paraguas para "comprender sistemas cuyo comportamiento ha resultado difícil de predecir y controlar hasta ahora, como el cerebro humano y la economía mundial" (Ladyman, Lambert y Wiesner, 2013, p.34).</p> <p>Por ejemplo, un sistema complejo físico sería "un conjunto de muchos elementos que interactúan de forma desordenada, dando lugar a una organización y una memoria sólidas" (p. 57).</p> <p>Estos sistemas generan series de datos de gran complejidad estadística.</p>	<p>Un sistema complejo suele suponer no linealidad, retroalimentación (recibida de elementos vecinos), orden espontáneo (resultado de interacciones no coordinadas entre elementos), robustez y falta de control central (resistente a perturbaciones internas y externas), emergencia (de elementos a partir de la física fundamental), organización jerárquica y numerosidad (es decir, formado por un gran número de elementos que participan en muchas interacciones).</p>	<p>El modelo de impulsores del comportamiento debe reflejar la complejidad y abarcar la multicausalidad, la multidimensionalidad y la interdependencia de los fenómenos cognitivos, sociales y estructurales.</p> <p>Esto exige una disposición consciente y abierta para evaluar una serie de variables a la hora de establecer qué factores están impulsando los comportamientos en un contexto determinado</p>

Modelo Teórico de Decisión del Comportamiento Colectivo

Bicchieri, 2006; 2016

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Basado en la teoría de la decisión, este modelo distingue entre diversos tipos de comportamientos colectivos midiendo las creencias fácticas, las creencias normativas personales (prudenciales y morales/religiosas), las expectativas empíricas, las expectativas normativas y las preferencias condicionales.</p> <p>En general, cuando las creencias fácticas y las creencias normativas personales son suficientes para impulsar una acción, el comportamiento es no social (ya que el acto depende únicamente de lo que alguien cree sobre sí mismo o espera de sí mismo).</p> <p>Cuando las expectativas empíricas o normativas son necesarias para impulsar un comportamiento, éste es social (ya que el acto depende de las creencias sobre lo que los demás hacen o creen que uno debería hacer).</p>	<p>La condicionalidad de una preferencia (si el comportamiento depende de creencias sobre los demás) para actuar es realmente lo que diferencia a los comportamientos "colectivos".</p> <p>El cumplimiento de las costumbres y las normas morales, por ejemplo, se produce independientemente de las expectativas sociales.</p> <p>En cambio, las normas descriptivas y sociales son comportamientos interdependientes y su cumplimiento depende de que alguien tenga las expectativas sociales pertinentes.</p>	<p>Esta teoría subraya la importancia de las creencias y expectativas de los individuos con respecto a una práctica, que pueden ser suficientes o no para impulsar el comportamiento.</p> <p>El perfil motivacional de cada comportamiento colectivo puede variar, y puede incluir fuertes expectativas sociales.</p>

Teoría de la Difusión de Innovaciones

Rogers, 2010

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La teoría de la difusión de las innovaciones intenta modelizar la propagación de las innovaciones a lo largo del tiempo en un grupo humano.</p> <p>Sus cuatro elementos principales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la innovación en cuestión, • los canales de comunicación a través de los cuales los mensajes se transmiten de un individuo a otro, • tiempo transcurrido en varios procesos, y • un sistema social de unidades interrelacionadas que participan en la resolución conjunta de problemas para alcanzar un objetivo común. <p>Creación de un conjunto de perfiles, que siguen una distribución normal (curva de campana) desde los adoptadores tempranos a los tardíos</p>	<p>El principal supuesto de la teoría es que la difusión de todo tipo de innovaciones es un proceso general, que no depende del tipo de innovación, de quiénes sean los adoptantes ni del lugar o la cultura.</p> <p>Otro supuesto es que la información fluye realmente y es mayoritariamente unidireccional (emisores a receptores).</p>	<p>Desde el punto de vista del comportamiento, los primeros adoptadores serán a menudo desviantes positivos y las innovaciones constituirán alternativas emergentes de las que se hablará en el espacio de comunicación, lo que puede ser un punto de partida para influir en el cambio de una mayoría de personas.</p>

Teoría Evolutiva de los Sesgos Cognitivos

Haselton, Nettle y Andrews, 2005

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La teoría evolutiva de los sesgos cognitivos explica la existencia de "errores" en la cognición humana desde un punto de vista evolutivo.</p> <p>Los sesgos cognitivos son inferencias o creencias que parecen carecer de pruebas sólidas a juzgar desde un punto de vista lógico. El enfoque evolutivo de los sesgos cognitivos parte de la hipótesis de que la mente humana es específica de un dominio y que los sesgos cognitivos son "características" que surgen para adaptarse a esa especificidad.</p> <p>Considerados como parte de la función cognitiva humana en su conjunto, los sesgos cognitivos parecen erróneos y perjudiciales.</p> <p>Sin embargo, cada sesgo cognitivo surge y evoluciona para servir como mecanismo eficiente de toma de decisiones en alguna situación específica en la que puede ser útil. Por ejemplo, heurísticos como los estereotipos y la toma de decisiones por una sola razón existen porque, desde un punto de vista evolutivo, formarse opiniones rápidamente en determinadas circunstancias puede ser ventajoso.</p>	<p>Cuando existe un sesgo, puede impedir que una persona acepte la necesidad de cambiar la práctica actual e incluso hacer que rechace los intentos de otros de crear un cambio.</p> <p>Encontrar una forma de alejar la situación de la que desencadena el sesgo cognitivo o poner de relieve cómo los atajos en el razonamiento no se aplican a un contexto puede impedir que la persona utilice el atajo y hacer que se cuestione si esa forma de pensar sigue siendo válida para el contexto actual.</p>	<p>Los sesgos cognitivos y sus efectos complican nuestra comprensión del mundo a medida que nuestro cerebro filtra la información.</p> <p>Pero también pueden residir en la esfera social.</p> <p>Por ejemplo, la heurística explica por qué las normas, las costumbres y los ejemplos de grupo anclan los comportamientos: sientan precedentes que atraen a los individuos como pueden ser soluciones rápidas.</p>

Modelo “Flor de la Salud Sostenida”

Cislaghi y Heise, 2018; Instituto de Salud Reproductiva, 2017

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El modelo Flower for Sustained Health es una representación del cambio normativo y de comportamiento para la salud sexual y reproductiva de los adolescentes.</p> <p>El comportamiento viene determinado por la interacción de varios factores, como las relaciones de poder, los factores individuales, las estructuras institucionales, los recursos disponibles, los factores sociales y la dinámica de género.</p> <p>Salud y género están interconectados, ya que las normas sociales y de género influyen en los resultados sanitarios y de género, que a su vez se influyen mutuamente.</p>	<p>El poder desempeña un papel central en las normas sociales y de género relacionadas con los comportamientos de los adolescentes, ya que las relaciones de poder influyen en si los miembros del grupo deciden cumplir una norma, y algunas normas persisten porque los individuos que se benefician de ellas imponen su cumplimiento.</p> <p>El modelo también adopta el modelo de normas sociales utilizado por Cialdini y otros (Cialdini <i>et al.</i>, 1990).</p>	<p>Los elementos de poder deben destacarse en diversos componentes del cambio social y de comportamiento, desde la dinámica comunitaria hasta las normas sociales.</p> <p>El cumplimiento de estas normas obedece a diversas razones.</p>

Teorías Sociales del Género

10A Género, Masculinidad y Femenidad

Connell, 2013; Gardiner, 2005; Kimmel y Bridges, 2011; West y Zimmerman, 1987

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El género es una estructura social construida a partir de las múltiples relaciones que pueden surgir entre un hombre y una mujer (o dos hombres, o dos mujeres), como el poder económico y las relaciones afectivas y simbólicas.</p> <p>Conceptualmente, la masculinidad y la feminidad se parecen al género en que se construyen socialmente; es decir, el tiempo, el lugar y el contexto intervienen en la creación de lo que significa la masculinidad.</p> <p>El mismo hombre o la misma mujer tendrán diferentes concepciones de la masculinidad o la feminidad a medida que envejecen; las diferentes culturas perciben diferentes conjuntos de actitudes y comportamientos para ser masculino o femenino; la masculinidad o la feminidad pueden definirse de dos maneras diferentes en dos entornos distintos visitados el mismo día por la misma persona (por ejemplo, hogar frente a acontecimiento social, club deportivo frente a reunión familiar, etc.).</p>	<p>El sexo tiene que ver con criterios biológicos (por ejemplo, cromosomas XX o XY).</p> <p>La categoría de sexo alude a la pertenencia a una categoría que se consigue a través de las características de comportamiento de esa categoría de sexo (masculino y femenino).</p> <p>El género se refiere a las actividades realizadas debido al cumplimiento de las actitudes y comportamientos de una categoría de sexo.</p>	<p>El género debe ser un factor central en cualquier modelo de cambio de comportamiento.</p> <p>Es crucial en dos sentidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En primer lugar, analizar cómo influyen los prejuicios y creencias de género a la hora de tomar una decisión en una situación o contexto determinados. • En segundo lugar, cómo los puntos de vista dominantes sobre el género, las desigualdades y su aplicación social pueden amortiguar o facilitar el cambio de comportamiento.

10B Normas de Género

Marcus y Harper, 2015

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Las normas de género son reglas informales y expectativas sociales compartidas que distinguen los comportamientos esperados en función del género.</p> <p>Las normas de género están estrechamente vinculadas a la dinámica de poder en las relaciones sociales entre hombres y mujeres.</p> <p>Las mujeres y las niñas suelen verse desfavorecidas por las normas de género debido a la distribución de poder y recursos que atribuye a los hombres la autoridad (poder social/político) y el papel de sostén de la familia (poder económico).</p>	<p>Los conceptos de masculinidad y feminidad definen las ideologías subyacentes a las normas de género desiguales a lo largo del ciclo vital de niñas y niños.</p>	<p>El Modelo de Impulsores del Comportamiento, al aplicar una lente de transformación de género, debe considerar</p> <ul style="list-style-type: none">• el papel del poder en las relaciones sociales,• la importancia de la socialización infantil,• cómo las normas de género se integran en las instituciones y• cómo las normas de género se producen y reproducen a través de las interacciones cotidianas.

10C Socialización de Género

Witt, 2000, 1997

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Las normas de género (formas socialmente aceptables de actuar según el género) se aprenden desde el nacimiento a través de la socialización en la infancia y la adolescencia.</p> <p>Aprendemos lo que se espera de nuestros roles de género a partir de lo que nos enseñan nuestros padres, así como lo que aprendemos en la escuela, en los grupos de amigos, a través de enseñanzas religiosas o culturales, de los medios de comunicación y de otras diversas instituciones sociales.</p>	<p>Como el género se construye socialmente, el desarrollo de los roles de género es un proceso socializado en el que el niño se orienta hacia un género específico, tradicional o no.</p>	<p>La familia, los amigos, las instituciones y los medios de comunicación ejercen una influencia determinante en el rol de género de un niño (y futuro adulto). Los antecedentes individuales de una persona tendrán una influencia significativa sobre cómo se aplica el género a sus decisiones y comportamientos; y el proceso general de socialización condicionará las actitudes y las múltiples normas sociales.</p> <p>Transformar responsablemente las ideas preconcebidas arraigadas en la experiencia y la exposición es un aspecto clave del cambio.</p>

Modelo de Creencias sobre la Salud

Carpenter, 2010; Stretcher y Rosenstock, 1997

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El Modelo de Creencias de Salud explora el papel de las creencias -o la percepción que una persona tiene de diversos aspectos de su bienestar- en el cambio de los comportamientos relacionados con la salud.</p> <p>El comportamiento sanitario está influido por la percepción de la gravedad, la susceptibilidad, los beneficios y las barreras.</p> <p>Los conocimientos y la autoeficacia también afectan a la forma en que cada individuo percibe la probabilidad de cambio de su propio comportamiento sanitario.</p>	<p>En el caso de una persona cuyo comportamiento puede acarrear problemas relacionados con la salud, el Modelo de Creencias sobre la Salud sugiere que los conocimientos y la autoeficacia determinan si la persona se comprometerá a cambiar su comportamiento actual.</p> <p>Si dos individuos comparten una percepción similar de la seriedad, la susceptibilidad y los beneficios y barreras del cambio, es probable que su autoeficacia determine si toman la decisión de cambiar.</p>	<p>La autoeficacia, el interés y los sesgos cognitivos pueden influir mucho en la percepción que tiene una persona de la gravedad de un problema, su susceptibilidad y los pros y los contras de adoptar un comportamiento más protector.</p>

Teoría de la Ideación

Babalola et al., 2008; Health Communication Capacity Collaborative, 2015; Kincaid, 2000; Kincaid et al., 2006

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La ideación es el proceso por el que surgen y se difunden nuevas formas de pensar.</p> <p>En la mayoría de los casos, este proceso se produce a través de la comunicación y la interacción social entre los miembros de una comunidad.</p> <p>La comunicación instructiva y la comunicación pública, respectivamente, construyen el conocimiento y el entorno necesarios para el cambio de comportamiento.</p> <p>Comunicación directiva y no directiva (por ejemplo, la promoción y el entretenimiento, respectivamente) afectan a factores ideacionales como las creencias, la autoeficacia y la defensa personal.</p> <p>Como la comunicación modifica los conocimientos, la ideación y el entorno, estos factores intermedios influyen a su vez en la intención y el comportamiento.</p>	<p>Se puede obtener una puntuación compuesta de los miembros de la comunidad para medir su "disposición" al cambio.</p> <p>Por ejemplo, es más probable que una persona adopte y mantenga un nuevo comportamiento que otras si</p> <ul style="list-style-type: none"> • conoce el nuevo comportamiento, • tiene una actitud positiva hacia él, • cree que los demás lo apoyan, • habla con otras personas sobre él y • se siente bien haciéndolo. 	<p>La Teoría de la Ideación describe la interacción crítica entre</p> <ul style="list-style-type: none"> • elementos cognitivos (por ejemplo, creencias, valores, autoimagen), • elementos emocionales (por ejemplo, autoeficacia, estado emocional) y • el entorno social y estructural, <p>a través de una secuencia en la que estos diversos elementos pueden verse influidos por las comunicaciones y conducir a la intención de comportamientos.</p>

Modelo de Acción Razonada y Comportamiento Planificado

Ajzen, 2002; Fishbein y Ajzen, 1975

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El Modelo de Acción Razonada y Comportamiento Planificado abarca las raíces cognitivas del comportamiento.</p> <p>Define la actitud como la pieza central de los comportamientos humanos.</p> <p>Las creencias personales influyen en las actitudes hacia determinados comportamientos.</p> <p>A su vez, estas actitudes influyen en las intenciones de llevar a cabo dichos comportamientos.</p>	<p>Los cambios en las creencias se trasladarán a los comportamientos.</p> <p>Por ejemplo, la creencia de que la mutilación genital femenina es absurda formará una actitud desfavorable hacia esta práctica, lo que disminuirá en gran medida la intención de cumplirla.</p>	<p>La principal conclusión del modelo transteórico para el cambio social y de comportamiento es la importancia del individuo y el vínculo entre creencias y actitudes individuales.</p>

Modelo Conductual Integrado

Kasprzyk et al., 1998; Montano y Kasprzyk, 2015

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El Modelo Conductual Integrado (IBM por sus siglas en inglés) es una ampliación del Modelo de Acción Razonada y Conducta Planificada que también incorpora constructos de otras teorías influyentes.</p> <p>El factor más importante del IBM es la intención de realizar un comportamiento.</p> <p>La intención viene determinada por</p> <ul style="list-style-type: none"> la actitud, las normas percibidas y la agencia personal. <p>Otros cuatro factores también influyen en los comportamientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> poseer los conocimientos y habilidades necesarios para realizar el comportamiento, saliencia del comportamiento, limitaciones ambientales y hábitos. 	<p>Al igual que ocurre con la Teoría de la Acción Razonada y la Teoría del Comportamiento Planificado, el supuesto más importante de la IBM es que la intención de realizar un comportamiento es el principal determinante del mismo, ya que sin motivación es poco probable que una persona realice una acción.</p> <p>Otros supuestos se importan de otras teorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> la teoría de las normas sociales, la teoría cognitiva social y la teoría de la autoeficacia, así como diversos supuestos relacionados con los propios factores. 	<p>Algunos de los factores centrales del IBM son la actitud, la intención, las normas sociales y la autoeficacia, entidades gobernantes, hábitos, barreras estructurales, características personales y saliencia.</p>

Efectos de los Medios de Comunicación

Bryant y Oliver, 2009; Scheufele, 2000

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Los efectos mediáticos son el resultado de medios de comunicación que instigan sesgos cognitivos en los telespectadores, oyentes y lectores.</p> <p>Saturar las noticias con un tema induce a la audiencia a pensar que ese tema es predominantemente importante sobre otros (efecto agenda-setting), provocando disponibilidad y probablemente heurística de la representatividad.</p> <p>Describir el panorama político a favor de un bando provoca un efecto de encuadre (framing).</p> <p>Mostrar relatos de violencia, normas basadas en el género o prejuicios basados en la etnia provoca un efecto priming, especialmente perjudicial para los espectadores jóvenes, que pueden ser más propensos a imitar lo que han visto prevalecer en videojuegos, películas o noticias.</p>	<p>Los efectos de los medios de comunicación influyen en los comportamientos debido a la forma particular en que funciona la cognición humana.</p> <p>Los efectos de establecimiento de la agenda y de priming existen porque se supone que la mente humana procesa la información basándose en lo que ha "visto" antes; esta información previa también forma ciertas actitudes hacia lo que se está procesando en ese momento.</p> <p>También se supone que la mente humana utiliza un "marco de referencia" al evaluar una opción. Este marco guía a la mente a la hora de evaluar el resultado de elegir hacer una cosa en lugar de otra.</p>	<p>El entorno de comunicación, desde las campañas multimedia hasta los diálogos cara a cara a través del marketing, puede establecer importantes efectos mediáticos.</p> <p>Aunque el agenda setting, el priming y el framing se han explotado para obtener beneficios personales o de grupo en cualquier batalla política, social o económica típica, también son importantes para determinar la adopción de comportamientos específicos.</p> <p>La exposición de las personas a estos efectos es un factor clave.</p>

Teoría de la autoeficacia

Bandura, 1997; Pajares, 2002

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La autoeficacia es la percepción que tiene una persona de lo que es capaz de hacer dadas determinadas circunstancias.</p> <p>Determinantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La experiencia pasada, • los intentos observados en otras personas, • la persuasión verbal y • los estados fisiológicos y emocionales determinan la autoeficacia. 	<p>Como se supone que la autoeficacia es la clave de la percepción que tiene una persona de lo que puede y no puede hacer, los cambios en el nivel de autoeficacia pueden inducir cambios en la intención y, por tanto, en la acción.</p>	<p>La autoeficacia merece una posición central en cualquier modelo/teoría que explore el cambio de comportamiento, con subcomponentes que abarcan atributos cognitivos, emocionales y físicos.</p> <p>También debe prestarse atención a la eficacia colectiva, es decir, lo que un grupo de personas cree que puede o no puede hacer.</p>

Teoría del Aprendizaje Social y Teoría Cognitiva Social

Bandura, 2001; Pajares, 2002

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La Teoría del Aprendizaje Social de Bandura sirve de base a la Teoría Cognitiva Social.</p> <p>La primera teoría añade la importancia de los contextos sociales en el proceso por el que una persona (especialmente un niño) da sentido al mundo que le rodea.</p> <p>La teoría cognitiva social postula que los factores personales, ambientales y conductuales se influyen mutuamente a la hora de tomar decisiones.</p> <p>Los factores personales, como los conocimientos y las actitudes, afectan a la forma en que la persona interpreta el entorno, lo que a su vez modifica los comportamientos resultantes.</p> <p>A su vez, los cambios de comportamiento inducen cambios en el entorno.</p>	<p>Ambas teorías destacan la relación entre el ámbito cognitivo y el ámbito social de una persona.</p> <p>Los cambios en cualquiera de los componentes -personal, conductual o ambiental- desencadenarán cambios en los demás.</p> <p>El cambio de comportamiento puede inducirse modificando la forma en que un individuo procesa la información de entrada percibida del entorno.</p> <p>A su vez, un cambio en el comportamiento provocará una nueva percepción de la información de entrada.</p>	<p>Tanto el ámbito social como el cognitivo interactúan de la adopción de comportamientos y su aplicación.</p> <p>Es importante destacar que los procesos de socialización desempeñan un papel fundamental en el establecimiento de los parámetros de comportamiento individuales.</p> <p>Y el cambio de comportamiento individual puede lograrse modificando el entorno físico y social.</p>

Modelo Socio-Ecológico

Bronfenbrenner, 1994; Golden et al., 2015

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El modelo socioecológico es una perspectiva que agrupa varios factores que configuran los comportamientos de una persona.</p> <p>Hay cinco capas concéntricas de factores, de la más interna a la más externa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>intrapersonales</i> (por ejemplo, creencias, conocimientos y habilidades), • <i>interpersonales</i> (por ejemplo, familia, amigos y compañeros), • <i>institucionales</i> (por ejemplo, servicios, organizaciones e instituciones sociales), • <i>comunidad</i> (por ejemplo, relaciones entre organizaciones y normas sociales), y • <i>sociales</i> (por ejemplo, leyes y políticas nacionales, estatales y locales). 	<p>Asumiendo la interconexión entre los factores tanto dentro como a través de los estratos, el Modelo Socioecológico sugiere que los cambios en cualquiera de los cinco niveles pueden propagarse a cualquiera de los otros niveles y acabar induciendo cambios en los comportamientos.</p>	<p>Esta guía teórica subraya la interconexión entre los niveles individual y colectivo, y plantea de forma importante</p> <ul style="list-style-type: none"> • la influencia en los comportamientos procedente de la esfera política, • el acceso a los servicios y las instituciones, y • los diversos niveles organizativos concéntricos que intentan influir en lo que hace la gente.

Marketing Social y Marketing Social Comunitario

Andreasen, 1994; McKenzie-Mohr, 2011

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El marketing social es una desviación del marketing de masas convencional que se dirige a comportamientos específicos para mejorar el bienestar de los individuos y la comunidad.</p> <p>El marketing social basado en la comunidad es un método alternativo en relación al marketing tradicional denso in información.</p> <p>Hace hincapié en</p> <ul style="list-style-type: none"> • la selección cuidadosa de un comportamiento a promover, • la identificación de barreras y beneficios potenciales, • la elaboración de estrategias para el cambio de comportamiento, • la realización de pruebas en grupos de discusión y • la evaluación de las intervenciones tras su ampliación. Este método se centra mucho en la idea de que una investigación formativa más larga y unos costes a corto plazo más elevados se compensarán con unos efectos más duraderos y unos costes a largo plazo más bajos. 	<p>Los profesionales deben comprender que el marketing social sólo debe utilizarse para mejorar el "bien social", no con fines personales o de grupo.</p> <p>Las y los profesionales del marketing social basado en la comunidad tienen que superar la reticencia a cambiar a una nueva técnica, especialmente a una que requiere una gran atención a los detalles a través de la investigación formativa, la revisión de las herramientas en uso y la evaluación de los resultados.</p>	<p>El interés personal y la comunicación son los dos factores en los que más tendrían que centrarse los profesionales del marketing social basado en la comunidad.</p> <p>Los intereses personales aportan información para la personalización de las estrategias de marketing, y una comunicación eficaz sienta las bases para las pruebas y la evaluación.</p> <p>La importancia de la investigación formativa y de la localización del proceso sigue siendo la principal conclusión.</p>

Movimientos Sociales

Blumer, 1995; Eder, 2015; Nulman y Schlembach, 2018

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>"Los movimientos sociales pueden considerarse empresas colectivas para establecer un nuevo orden de vida" (Blumer, 1995).</p> <p>En general, un movimiento social comienza como una acumulación creciente de actos individuales que persiguen objetivos finales similares y casi siempre se enfrentan al reto de mantener la acción.</p> <p>La clave está en establecer relaciones sociales que mantengan unidos a los miembros de un movimiento incluso en tiempos de no acción.</p>	<p>Los movimientos sociales se producen a todos los niveles, desde la pequeña escala hasta la gran escala.</p> <p>Los acontecimientos pueden desencadenar tendencias de movilización de los movimientos sociales.</p> <p>Por ejemplo, la crisis financiera mundial de 2007/08 movilizó a los movimientos contemporáneos que están conectados globalmente, al tiempo que deja a cada submovimiento liderar la lucha en su propio "espacio" o "contexto" - por ejemplo, los griegos en Grecia, los egipcios en Egipto.</p>	<p>Los movimientos sociales son motores importantes que pueden aprovecharse para desencadenar el cambio o la movilización.</p> <p>Los contextos políticos, económicos y sociales arraigados en la comunidad, el sistema de gobierno y los factores estructurales también ponen de relieve importantes elementos de fondo para que se produzcan y amplíen los movimientos sociales.</p>

Teoría de las Redes Sociales

Burt, 1987; Granovetter, 1973; Katz, 1957; Liu et al., 2017; Rogers, 2010; Scott, 1991; Valente, 1996; Valente y Pitts, 2017

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La teoría de las redes sociales intenta modelar estructuras sociales compuestas por actores sociales, conjuntos de interacciones diádicas y otras interacciones sociales.</p> <p>Redes pueden influir en los individuos cuando un individuo está relacionado con otros que tienen un comportamiento determinado, y que pueden persuadir al individuo para que adopte un nuevo comportamiento.</p> <p>Esto puede ocurrir a través de diversos mecanismos como la persuasión, el modelado, la difusión de información, el apoyo, la presión social, etc.</p> <p>Entre los conceptos específicos de la teoría de las redes sociales figuran los umbrales de red (Valente, 1996), la teoría de los vínculos débiles (Granovetter, 1973), la equivalencia estructural (Burt, 1987), el flujo de comunicación en dos etapas (Katz, 1957) y la difusión de innovaciones (Rogers, 2010).</p>	<p>Las redes sociales pueden influir en el comportamiento, incluso cuando los vínculos son débiles o la relación de red es distante.</p> <p>Los datos empíricos sobre los efectos de las redes suelen ser propensos a los problemas de identificación de la causalidad, especialmente en los estudios observacionales.</p> <p>Sin embargo, los estudios experimentales, de campo y longitudinales han ayudado a comprobar la influencia de las redes.</p>	<p>El entorno de comunicación, la dinámica de la comunidad y las influencias sociales desempeñan papeles fundamentales en la creación y el mantenimiento de una red social y en los comportamientos de los individuos que la forman.</p>

Teorías de las Normas Sociales

Bicchieri, 2006 y 2016; Brennan et al., 2013; Cialdini et al., 1990

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Las normas sociales son reglas de comportamiento que las y los individuos prefieren seguir a condición de creer que</p> <ol style="list-style-type: none"> otros siguen la norma (expectativas empíricas), y/o que las y los demás esperan que el individuo siga la norma (expectativas normativas). <p>En el trabajo de Bicchieri (2006 y 2016), las normas sociales existen cuando se cumplen tanto (1) como (2).</p> <p>En el trabajo de Cialdini y sus colegas (Cialdini et al., 1990), (1) se denomina norma descriptiva y (2) es una norma imperativa.</p> <p>Otros trabajos tratan las normas sociales como grupos de actitudes (por ejemplo, Brennan et al., 2013), pero esto no es aplicable cuando los individuos actúan en contra de su propio interés debido a (1) y (2).</p>	<p>Los seres humanos pueden actuar en contra de sus propios intereses debido a sus creencias sobre los demás y a las creencias de los demás sobre ellos.</p> <p>Cambiar las normas puede llevar a modificar el comportamiento tanto de forma positiva como negativa.</p> <p>Por ejemplo, decir a la gente que los demás no reciclan puede hacer que reciclen menos, mientras que decirles que los demás esperan que reciclen puede hacer que reciclen más.</p>	<p>La condicionalidad de las creencias es fundamental a la hora de pensar en cómo identificar las normas.</p> <p>Las normas sociales desempeñan un papel importante en el ámbito de influencia social, a veces con efectos en numerosos ámbitos de trabajo (normas generales o "meta-normas").</p>

Sociología de las Organizaciones

Bernoux, 1990; Bernoux et al., 1996; Crozier y Friedberg, 1992

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>Teorizada en y para el mundo empresarial, la sociología de las organizaciones moviliza conceptos clave para el estudio de los procesos colectivos: actores, intereses y estrategias, relaciones y poder (ejercido por coacción o legitimidad), y coordinación para la acción colectiva.</p> <p>Los actores de un sistema integran las restricciones de este sistema en su estrategia o "lógica del actor". Las acciones colectivas se construyen a partir de múltiples comportamientos e intereses individuales, que pueden ser contradictorios.</p> <p>Los comportamientos individuales son sociales y deben estudiarse en relación con el entorno y las normas producidas por el grupo.</p> <p>El orden que emana del "sistema" sigue siendo una limitación importante para la acción.</p>	<p>Los comportamientos son el resultado de una intención estratégica del individuo y de la posibilidad que tiene de elegir.</p> <p>Cada cual intenta encontrar un equilibrio entre sus propios objetivos y las oportunidades que le deja la organización.</p> <p>Las estrategias individuales suelen ser racionales, pero de racionalidad limitada.</p> <p>El actor opta por la estrategia menos insatisfactoria.</p>	<p>La "teoría del actor estratégico" es especialmente pertinente para el análisis de los procesos de grupo, en los que los intereses individuales y los juegos de poder están en el centro de las elecciones y las interacciones.</p> <p>La teoría también destaca el papel crucial de las instituciones y los sistemas de gobernanza a la hora de influir en los comportamientos individuales.</p>

Teoría del Comportamiento Social Normativo

Real y Rimal, 2007; Rimal, 2008; Rimal y Real, 2005

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>La Teoría del Comportamiento social normativo (TNSB) intenta comprender mejor las condiciones en que las normas sociales influyen en los comportamientos.</p> <p>Modela la relación subyacente entre las percepciones normativas y el cambio de comportamiento diferenciando las normas descriptivas de las imperativas, e intenta explicar los mecanismos cognitivos subyacentes que moderan la relación entre las normas descriptivas y las intenciones de comportamiento.</p>	<p>La TNSB se basa en la premisa de que las normas descriptivas afectan al comportamiento individual a través de la interacción con tres mecanismos normativos que actúan como moderadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • normas cautelares, • expectativas de resultados, y • identidad de grupo. 	<p>La identidad de grupo es una razón importante para que las personas cumplan con lo que se percibe como el comportamiento normal, lo que demuestra que las normas y la influencia social se hacen valer o imponen por una pluralidad de mecanismos.</p>

Modelo Transteórico

Marshall y Biddle, 2001; Prochaska, DiClemente y Norcross, 1992; Sutton, 2001

Ideas básicas	Principales hipótesis	Principales conclusiones
<p>El modelo transteórico teoriza que un individuo pasa por diferentes procesos para pasar de una etapa de cambio de comportamiento a otra hasta alcanzar el resultado deseado.</p> <p>Los individuos son el agente de cambio más importante; mientras un individuo sea capaz de pasar de una etapa a la siguiente, podrá superar el reto y cambiar su comportamiento.</p>	<p>Una persona puede no reconocer que necesita cambiar un comportamiento cuando se encuentra en la fase de precontemplación; la contemplación sigue cuando se sopesan los pros y los contras del cambio.</p> <p>Tras decidir cambiar, la siguiente etapa es la preparación, cuando se hacen planes para llevar a cabo la decisión.</p> <p>En la fase de acción, el cambio puede observarse o no, pero se intenta para alcanzar el objetivo final.</p> <p>El mantenimiento se produce cuando se realizan esfuerzos constantes para evitar las recaídas.</p>	<p>La agencia está estrechamente relacionada con la idea central del modelo transteórico: las y los individuos son los portadores de la fuerza de voluntad y la acción para cambiar.</p> <p>La influencia social es importante para empujar a un individuo a reconocer la necesidad de un cambio, fomentar las acciones para cambiar (especialmente necesarias tras intentos fallidos) y crear un entorno de apoyo para mantener el comportamiento deseado.</p>

Petit, V. (2019). El modelo de impulsores del comportamiento: Un marco conceptual para la programación del cambio social y de comportamiento. UNICEF. P. 9 -1 8

Traducido por Rita Muckenhirn, 20 marzo 2023