

El distanciamiento social como norma: ideas desde las ciencias del comportamiento

Maximiliano Senci

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS) – Universidad Nacional del Sur - CONICET

1. INTRODUCCIÓN

La actual pandemia producto del COVID-19 ha suscitado un inmenso experimento social. De buenas a primeras hemos visto emerger una norma social que suele expresarse a través de distintos hashtags: #quedateencasa, #aplanemoslacurva, #alviruslofrenamosentretodos, entre otras. La idea de que nos quedemos en casa constituye una *norma de distanciamiento social*. Las normas nos prescriben comportamientos que suelen ser costosos desde el punto de vista individual, pero beneficios para el conjunto de la sociedad. Las medidas actuales, por ejemplo, nos imponen quedarnos en nuestras casas, distanciarnos de nuestros seres queridos, y dejar actividades que nos gustan, entre otras. Todo ello en función de un bien colectivo.

Dada la magnitud del control y de los recursos que se requieren para hacer cumplir las medidas de aislamiento, el comportamiento de los individuos es tanto o más importante que las acciones que puedan tomar los gobiernos. En este sentido, las ciencias sociales y comportamentales pueden estudiar y sugerir formas para que las personas cumplan las normas y medidas de prevención de manera más eficaz.

Como señalan Yoeli y Rand (2020) el desafío al que nos enfrenta la pandemia de COVID-19 es fundamentalmente médico, pero el abordaje de este desafío involucra en buena medida aspectos *comportamentales*. Aquí las ciencias del comportamiento y las ciencias sociales tienen mucho para aportar.

En esta breve contribución paso revista a algunos mecanismos sociales que explican de qué manera se mantienen las normas, con el objetivo de brindar recomendaciones acerca de cómo lograr un mayor cumplimiento de la norma de prevención, así como

llamar la atención sobre los efectos no intencionados que puede tener la publicidad acerca de los niveles de cumplimiento y de transgresión de las normas.

2. ¿QUÉ SON LAS NORMAS?

Para exponer algunas ideas sobre el distanciamiento como norma social voy a guiarme por la teoría de normas sociales de Cristina Bicchieri (2006, 2016). Esta teoría es una de las más ambiciosas que se han propuesto recientemente, y está muy difundida en el ámbito experimental, especialmente de la sociología, la economía comportamental, y la psicología social. El núcleo de la teoría de Bicchieri es que la preferencia por actuar conforme a una norma social es una *preferencia condicional*, esto es, preferimos cumplir con la norma si creemos que un número suficiente de otras personas de nuestro grupo también *cumple* con la norma, y además creen que *se debe* cumplir con la norma. Las condiciones especificadas anteriormente son individualmente necesarias y conjuntamente suficientes para asegurar la existencia de una norma. De acuerdo con esta caracterización, para saber si existe una norma debemos medir, en primer lugar, qué porcentaje de la población cumple con cierta norma social X, y en segundo lugar, qué porcentaje cree que la norma social X debe cumplirse (en ocasiones es posible cumplir con normas con las que se está en desacuerdo). En el primer caso se trata de las expectativas empíricas (creencias acerca de lo que las personas hacen), y en el otro caso se trata de expectativas normativas (creencias de segundo orden acerca de lo que las personas creen que es apropiado hacer). Esta distinción es paralela a la diferencia entre normas descriptivas y prescriptivas que se encuentra en la literatura de psicología social (Cialdini et al., 1990).

Para Bicchieri las normas sociales típicamente representan soluciones a situaciones de motivación mixta, como los dilemas sociales (tratamientos clásicos en Ostrom, 1990; Kollock, 1998). En estas situaciones la racionalidad individual entra en conflicto con la colectiva. Tal es el caso de la actual pandemia, en la cual el interés egoísta individual no siempre coincide con el interés colectivo.

Una cuestión importante resulta de considerar cómo surgen las normas. Coleman (1990) ha propuesto una teoría instrumental de las normas de acuerdo con la cual las normas surgen como resultado de controlar acciones o comportamientos que generan externalidades negativas. A veces las normas sociales pueden emerger como consecuencia no intencionada de la acción de diferentes individuos o grupos de individuos no coordinados entre sí. En otros casos, como el que nos convoca a la reflexión, el surgimiento de la norma responde a la decisión de una autoridad central, que regula el cumplimiento estableciendo sanciones en caso de transgresiones. En este caso no nos interesa el surgimiento, pero sí los diversos mecanismos o medios por medio de los cuales se mantiene el cumplimiento de la norma, o por medio de los cuales pueden lograrse comportamientos pro-sociales.

3. ¿POR QUÉ SE CUMPLEN LAS NORMAS SOCIALES?

En esta sección me valgo de la abundante literatura sobre normas sociales proveniente de diversas disciplinas para interpretar el fenómeno de la pandemia por COVID-19 y las medidas para contrarrestarla desde un punto de vista comportamental. Uno de los resultados básicos de esta literatura consiste en el supuesto de que los seres humanos somos susceptibles al comportamiento y a las opiniones de nuestros pares.

La idea es que las creencias y preferencias a la base del cumplimiento de normas están en buena medida conformadas inconscientemente por las motivaciones normativas. Es decir, que somos sensibles a lo que hacen las demás personas, y a lo que piensan que debe hacerse.

Un problema crítico comunicado por los prestadores de salud en los países que han tenido picos de contagio elevados, es la incapacidad de los sistemas sanitarios para hacer frente a todos los infectados a raíz de la insuficiencia de diferentes recursos, como médicos, respiradores, etc. El acceso al cuidado crítico en terapia intensiva y a respiradores mecánicos puede verse como un bien público. Es conocido el famoso “problema de los comunes” de Hardin (1968) cuya traducción a la actual situación sería la siguiente: si un gran número de personas se contagia, aumenta la necesidad de cuidados intensivos, y por lo tanto se agotan los recursos. Evitar el contagio es una

forma de cuidar el bien colectivo. Las normas pueden verse como soluciones a dilemas sociales (Fehr y Schurtenberger, 2018). ¿Cuál es la mejor manera de lograr que se cumpla esta *norma social de distanciamiento y prevención*? ¿De qué forma se puede generar en las personas la expectativa de que los demás esperan que la norma se cumpla? El hecho de que las personas estén dispuestas a modificar su comportamiento (o a conformar con una norma) a nivel individual a través de la influencia social no quiere decir que con ello esté garantizado el éxito a nivel de la población general. Hay variables mediadoras que es necesario tener en cuenta y que modifican el éxito de la influencia social.

Entre las varias teorías sobre la relación entre las normas y el comportamiento, la *teoría sobre el comportamiento normativo social* (TNSB de acuerdo a sus siglas en inglés *theory of normative social behavior*; Rimal y Real, 2005) propone estudiar la relación entre las normas descriptivas y el comportamiento. Propone una serie de mediadores modificadores de la relación entre los que se encuentran las normas prescriptivas, las expectativas de resultado o eficacia y la identidad de grupo. Pasar revista a estos mediadores puede ayudar a diseñar medidas más efectivas en la lucha contra la pandemia, en la que se requiere que un porcentaje elevado de la población adhiera y cumpla con las medidas de prevención. Para ello es necesario que los gobiernos, y organizaciones no gubernamentales empleen los recursos que tienen para propagar el mensaje de la mejor manera.

Normas prescriptivas

En primer lugar, hay una serie de estudios que señalan la importancia de hacer salientes las normas, de acuerdo con lo que se puede llamar la *hipótesis de moralidad saliente*: cuanto más saliente o presente es una norma mayor es su influencia en la conducta (Cialdini et al., 1990; Capraro y Rand, 2018). A partir de los trabajos pioneros de Cialdini sobre normas sociales se sabe que la influencia de estas no es la misma en todos los contextos, y que tienen que estar *activadas* para tener una influencia efectiva en la conducta (Cialdini, Reno, y Kallgren, 1990). Esto sugiere que en el actual

contexto de la pandemia, la información debe activar las normas y hacerlas cognitivamente disponibles para entrar en el campo de atención de los individuos.

En la misma línea, una serie de trabajos recientes sugiere que la pro-socialidad está impulsada por una preferencia moral generalizada que motiva a las personas a hacer lo que consideran moralmente correcto, es decir, que las personas obtienen algún tipo de utilidad en “hacer lo correcto”, independientemente de las consecuencias económicas que pueda tener (Peysakhovich, Nowak, y Rand, 2014). Además los mensajes normativos que nos recuerdan qué es lo correcto suelen tener un efecto pro-social, presumiblemente porque activan la representación de las normas (Capraro y Vanzo, 2019; Dal-Bó y Dal-Bó, 2014; Senci *et al.*, 2019).

Entonces, las recomendaciones dirigidas a la población deberán procurar que se activen las normas. Pero no siempre será conveniente hacerlo de la misma manera. Un resultado relevante a tener en cuenta en el contexto de la actual pandemia consiste en la asimetría entre las normas descriptivas y prescriptivas en relación a su influencia. Los resultados de Cialdini y colaboradores (1990) en estudios sobre normas relacionadas con el cuidado del medio ambiente sugieren que enfatizar las normas prescriptivas versus las descriptivas tiene efectos variables dependiendo de si el comportamiento prevalente es perjudicial o beneficioso para el medio ambiente.

En el contexto de las normas anti-deshecho de residuos, Cialdini y colaboradores (1990) mostraron que cuando el entorno sugiere un alto incumplimiento de la norma (la mayoría deshecha residuos de manera no controlada), poner énfasis en la norma prescriptiva (no arrojar residuos) tiene mayor eficacia que brindar información sobre el comportamiento de los demás (norma descriptiva). Presumiblemente la explicación radique en que enfatizar la frecuencia de una conducta perjudicial puede interpretarse como una norma. Poner énfasis en la norma prescriptiva parece ser más eficaz cuando se trata de comportamientos perjudiciales. Pero no puede decirse lo mismo de conductas beneficiosas (como “quedarse en casa” en el contexto de la pandemia) es conveniente brindar información descriptiva que destaque que una mayoría adhiere a la norma (i. e., 80% de la población cumple con la cuarentena, o 75% de la población cree que hay que continuar con la cuarentena, entre otros mensajes), en conjunto con

información prescriptiva, que enfatizan que las medidas de prevención son prevalentes en la población y aprobadas por la mayoría (Cialdini, 2003).

Expectativas de resultado

En muchas ocasiones los individuos tienden a quitarle importancia a su comportamiento cuando lo que hace cada individuo particular parece contribuir marginalmente al comportamiento total agregado, un fenómeno común en el caso de las votaciones. En este sentido, resulta indispensable reforzar la creencia de que el aporte de cada individuo es fundamental para mantener una norma de protección de los recursos escasos. Las creencias acerca de la *eficacia* de la propia conducta para proteger el recurso son indispensables. La eficacia como concepto se refiere al grado en el que la cooperación de un individuo aumenta la probabilidad de lograr un resultado colectivo beneficioso. La relación entre eficacia y motivación es directa: a medida que un individuo cree que su contribución ayuda a incrementar el bienestar colectivo, entonces tiene una mayor motivación para comportarse de determinada manera (Kerr, 1996).

Es importante generar la impresión (cierta por otra parte) que la conducta de cada persona cuenta, y que se logran resultados concretos a partir de las conductas de prevención que cada uno lleva adelante. Quizás los tomadores de decisión públicos pueden aprovechar *influencers*, o pioneros de tendencia (*trendsetters*), así como personas públicas conocidas (deportistas, actores, etc.) para ejemplificar de qué manera la conducta de una sola persona puede contar.

Identidad de grupo

El otro mediador entre las normas y el comportamiento es la identidad de grupo. Es sabido que las normas sociales son marcadores de la afiliación grupal (Efferson, Lalive y Fehr, 2008). Según la teoría de la auto-categorización social la identificación con el grupo hace más probable el cumplimiento de las normas del grupo (Christensen, Rothgerber, Wood y Matz, 2004). El objetivo expresado en el mensaje “aplanemos la curva” es un

objetivo colectivo, o un bien público, ya que es el agregado del comportamiento de infinidad de sujetos. Cuando en el mensaje se enfatiza el hecho de que se trata un *bien público*, que es en beneficio del grupo, parece ser que el mensaje puede tener mayor eficacia. Hay evidencia experimental que así lo sugiere. Por ejemplo las personas contribuyen más a un bien público cuando la decisión se enmarca utilizando palabras que evocan la pertenencia de grupo como “comunidad” que cuando la misma decisión se enmarca de manera neutral (e.g., Brewer y Kramer, 1996; Ellingsen *et al.* 2010).

Por lo tanto un objetivo de los mensajes públicos puede consistir en generar la expectativa de que el grupo (“entre todos le ganamos al coronavirus”) respeta las medidas de prevención. Las intervenciones basadas en normas suelen apelar a brindar información descriptiva que destaque que la mayoría cumple con la norma (Tankard y Paluck, 2016). Si se espera un alto cumplimiento, entonces es más probable que el individuo que se identifica con el grupo cumpla con las normas. De hecho parece haber evidencia de que en la actual pandemia enmarcar el distanciamiento como un bien colectivo (“evitá propagar el coronavirus”) y no meramente individual (“evitá contraer coronavirus”) tiene un efecto positivo sobre la intención de tomar acciones de prevención frente al coronavirus (Jordan *et al.*, 2020).

4. MEDIOS Y MENSAJES CONTRADICTORIOS

Las personas están constantemente expuestas a información en relación a normas descriptivas y prescriptivas a través de los medios de comunicación. Estos pueden desempeñar una tarea fundamental en la concientización acerca de las normas de prevención. Pero también pueden hacer daño si los mensajes que transmiten están mal diseñados.

Hay una paradoja que suele darse respecto de la información. Tendemos a pensar que mayor información es mejor. Pero esto no siempre es así. Por ejemplo, si se nos dice “muchos vecinos están rompiendo la cuarentena. No lo hagamos, quedémonos en casa para no propagar el virus”, o si se nos brinda información sobre personas detenidas por violar la cuarentena la información prescriptiva que transmite el mensaje es clara: hay que mantener el distanciamiento social para disminuir el

contagio (aplanar la curva) y para ello se nos mencionan los malos ejemplos de vecinos que no cumplen con la norma. Sin embargo, la información acerca de personas que no respetan la cuarentena puede competir con la información prescriptiva. En este caso la información descriptiva parece ir en contra de la prescriptiva, lo que puede generar la idea de que la norma no se cumple, o que la conducta perjudicial se interprete erróneamente como una norma. Por eso, si los medios de comunicación pretenden tener un objetivo social coordinado con el objetivo gubernamental podría ser conveniente que diseñen los mensajes normativos que pretenden comunicar teniendo en cuenta los resultados experimentales sobre normas sociales.

5. CONCLUSIONES

En esta contribución he considerado diferentes mecanismos que influyen en el cumplimiento de las normas sociales. El objetivo consistió en acercar ideas de las ciencias del comportamiento que pueden resultar útiles para lograr una mayor adhesión a normas pro-sociales. Los gobiernos pueden beneficiarse con el conocimiento de las ideas provenientes de la literatura sobre normas sociales en la implementación de recomendaciones para prevenir la propagación del virus, y evitar mensajes que de manera no intencionada tengan consecuencias perjudiciales.

6. REFERENCIAS

- Bicchieri, C. (2006). *The grammar of society. The nature and dynamics of social norms*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bicchieri, C. (2016). *Norms in the Wild. How to Diagnose, Measure, and Change Social Norms*. Oxford: Oxford University Press.
- Brewer, M. B., y Kramer, R. M. (1986). Choice behavior in social dilemmas: Effects of social identity, group size, and decision framing. *Journal of personality and social psychology*, 50 (3), 543.
- Capraro V., y Rand D. (2018). Do the Right Thing: Experimental evidence that preferences for moral behavior, rather than equity or efficiency per se, drive human prosociality. *Judgment and Decision Making* 13(1), 99-11.

- Capraro V., y Vanzo A. (2019). The power of moral words: Loaded language generates framing effects in the extreme dictator game. *Judgment and Decision Making*, 14(3), 309-317.
- Christensen, P. N., Rothgerber, H., Wood, W., y Matz, D. C. (2004). Social norms and identity relevance: A motivational approach to normative behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1295-1309.
- Cialdini, R. B. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12, 105-109.
- Cialdini, R.B., Reno, R.R., y Kallgren C.A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology* 58, 1015-1026.
- Coleman, J.(1990). *Foundations of social theory*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Dal-Bó, P., y Dal-Bó, E. (2014). “Do the right thing:” The effects of moral suasion on cooperation. *Journal of Public Economics* 117, 28-38.
- Efferson, C., Lalive, y Fehr, E. (2008). The Coevolution of Cultural Groups and Ingroup Favoritism. *Science* 322, 1844-1849.
- Ellingsen, T., Johannesson, M., Mollerstrom, J., y Munkhammar, S. (2012). Social framing effects: Preferences or beliefs? *Games and Economic Behavior*, 76 (1), 117-130.
- Fehr, E., y Schurtenberger, I. (2018). Normative foundations of human cooperation. *Nature Human Behavior*, 2, 458–468.
- Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162, 1243–1248.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Jordan, J., Yoeli, E., y Rand, D. G. (2020). Don’t get it or don’t spread it? Comparing self-interested versus prosocially framed COVID-19 prevention messaging. <https://doi.org/10.31234/osf.io/yuq7x>
- Kerr, N. L. (1996). “Does my contribution really matter?”: Efficacy in social dilemmas. *European Review of Social Psychology*, 7, 209–240.
- Kollock, P. (1998). Social dilemmas: The anatomy of cooperation. *Annual Review of Sociology*, 24, 183–214.
- Peysakhovich, A., Nowak, M. & Rand, D. (2014). Humans display a ‘cooperative phenotype’ that is domain general and temporally stable. *Nature Communications* 5, 4939.

Rimal, Real (2005) How Behaviors are Influenced by Perceived Norms. A Test of the Theory of Normative Social Behavior. *Communication Research*, 32 (3), 389-414.

Senci, C. M., Hasrun, H., Moro, R., y Freidin, E. (2019). The influence of prescriptive norms and negative externalities on bribery decisions in the lab. *Rationality and Society*, 31(3), 287-312.

Tankard, M. E. & Paluck, E. L. (2016) Norm Perception as a Vehicle for Social Change. *Social Issues and Policy Review*, 10(1): 181-211.

Yoeli, E. y Rand, D. (2020). A checklist for prosocial messaging campaigns such as COVID-19 prevention appeals. <https://doi.org/10.31234/osf.io/rg2x9>