

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/357936460>

Si los demás se distancian: acción colectiva, confianza y normas sociales para el cuidado en tiempos de la COVID-19. Análisis del primer año de la pandemia.

Article · January 2021

DOI: 10.22191/gobernar/vol5/iss9/4

CITATIONS

0

3 authors:



Santiago Silva

Universidad EAFIT

35 PUBLICATIONS 61 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Ricardo Pérez

Universidad EAFIT

2 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Maria Antonia Chinkousky Giraldo

Universidad EAFIT

1 PUBLICATION 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Cultura Ciudadana y Políticas Públicas [View project](#)



Latin American Development, Democracy, and Social Issues [View project](#)

Gobernar: The Journal of Latin American Public Policy and Governance

Volume 5 | Issue 9

Article 6

December 2021

Si los demás se distancian: acción colectiva, confianza y normas sociales para el cuidado en tiempos de la COVID-19. Análisis del primer año de la pandemia

María Antonia Chinkousky
Universidad EAFIT, mchinkou@eafit.edu.co

Ricardo Pérez
Universidad EAFIT, rperezr3@eafit.edu.co

Santiago Silva Jaramillo
Universidad EAFIT, ssilvaja@eafit.edu.co

Follow this and additional works at: <https://orb.binghamton.edu/gobernar>



Part of the [Comparative Politics Commons](#), [Education Policy Commons](#), [Latin American Studies Commons](#), [Other Public Affairs](#), [Public Policy and Public Administration Commons](#), [Public Administration Commons](#), and the [Public Policy Commons](#)

Recommended Citation

Chinkousky, María Antonia; Pérez, Ricardo; and Silva Jaramillo, Santiago (2021) "Si los demás se distancian: acción colectiva, confianza y normas sociales para el cuidado en tiempos de la COVID-19. Análisis del primer año de la pandemia," *Gobernar: The Journal of Latin American Public Policy and Governance*: Vol. 5 : Iss. 9 , Article 6.
Available at: <https://orb.binghamton.edu/gobernar/vol5/iss9/6>

This Article is brought to you for free and open access by The Open Repository @ Binghamton (The ORB). It has been accepted for inclusion in *Gobernar: The Journal of Latin American Public Policy and Governance* by an authorized editor of The Open Repository @ Binghamton (The ORB). For more information, please contact ORB@binghamton.edu.

**Si los demás se distancian: acción colectiva, confianza y normas
sociales para el cuidado en tiempos de la COVID-19.
Análisis del primer año de la pandemia**

**María Antonia Chinkousky Giraldo - Ricardo Pérez-Restrepo - Santiago
Silva-Jaramillo***

Resumen. Este artículo revisa la coyuntura del primer año de la pandemia del COVID-19 a la luz de las normas sociales y la prosocialidad. Para esto, nos acercamos sintéticamente a la metodología de bola de nieve para analizar una serie de experiencias e intervenciones de entidades públicas y privadas que alentaban comportamientos prosociales para evitar contagios masivos en la población en 2020, en el momento más inicial de la pandemia. Los resultados de estos estudios se presentan como recomendaciones para los tomadores de decisión y otros interesados en aplicar herramientas similares para crisis de salud pública. El texto finaliza recopilando los aprendizajes de casos pasados, adicionando la reflexión de los autores sobre la información encontrada.

Palabras clave: Normas sociales, Covid-19, Políticas Públicas, Confianza, Prosocialidad

**If others distance themselves: collective action, trust and social norms
for mutual caring in times of COVID-19**

Abstract. This article reviews the first year of the COVID-19 pandemic through the light of social norms and prosociality. For this, the authors briefly approach the snowball methodology to analyse a series of experiences and interventions of both public and private actors that encouraged prosocial behaviour to avoid massive infections in the population in 2020, or the earliest stage of the pandemic. The results of these studies are shown as recommendations for policy makers and others interested in applying this type of tools for public health crises. The article ends compiling the insights of past cases, adding the authors' own thoughts over the information that was found.

Key words: Social norms, Covid-19, Public policies, Trust, Prosociality.

Recepción: septiembre 30 de 2021 | Modificación: noviembre 18 de 2021 | Aprobación: diciembre 2 de 2021

DOI: 10.22191/gobernar/vol5/iss9/4

* María Antonia Chinkousky Giraldo. Asistente de Investigación del CIEF de la Universidad EAFIT. Economista y politóloga. mchinkou@eafit.edu.co. Ricardo Pérez-Restrepo. Estudiante de octavo semestre de Ciencias Políticas en la Universidad EAFIT. rperezr3@eafit.edu.co. Santiago Silva-Jaramillo. Profesor del Departamento de Gobierno y Ciencias Políticas de la Universidad EAFIT. Magíster en Gobierno y Políticas. ssilvaja@eafit.edu.co

Contenido. 1. Introducción. 2. Lo que hacen los otros: Normas sociales y prosocialidad para comprender y cambiar comportamientos durante la pandemia. 3. El uso de normas sociales para cambios de comportamiento relevantes durante la coyuntura de la COVID-19. 4. Aprendizajes y pistas: algunas conclusiones. 5. Referencias.

1. Introducción

Desde enero de 2020 hasta el presente, el mundo se ha visto envuelto en una pandemia, ella misma potencializada por una sociedad humana cada vez más globalizada. El virus particular de esta pandemia, denominado COVID-19¹, se propaga por los fluidos respiratorios, principalmente cuando una persona infectada tose, estornuda o habla y los fluidos son lanzados al aire; de igual forma puede ser contraído si la persona toca una superficie o un objeto que tiene el virus activo en él y después se toca la boca, los ojos o la nariz. Aunque esta no parece ser la manera más común de contraerlo y sigue siendo objeto de estudio (OMS, 2020).

En ausencia de un tratamiento específico o una vacuna que evite su propagación, la gestión pública de la crisis ocasionada por la pandemia del COVID-19 ha supuesto el despliegue que una serie de instrumentos públicos dirigidos a reducir los riesgos de contagios masivos. Las características de la propagación han supuesto un énfasis en la comprensión de los comportamientos asociados a la prevención y a las intervenciones y decisiones públicas que pueden incentivar el auto cuidado y cuidado mutuo en las personas (Silva, 2020).²

Estas recomendaciones, a su vez basadas en que limpiarse las manos con un desinfectante a base de alcohol o con agua y jabón mata el virus si este se encuentra en las manos, y supone una barrera fundamental para evitar contagios cuando las personas han tenido contacto con otras (o posiblemente con superficies) contaminadas; asimismo, al cubrir la boca y la nariz durante la tos o el estornudo se evita la propagación de gérmenes y virus, el uso del tapabocas, la reducción de exposición por saliva y taparse la boca en momentos de estornudar evita la propagación; finalmente, el distanciamiento físico ayuda a limitar las oportunidades de entrar en contacto con superficies contaminadas y personas infectadas fuera del hogar.

Esta naturaleza colectiva y comportamental del contagio y la gestión de sus efectos convierten la crisis del COVID-19 en un episodio esencial del dilema de acción colectiva (Silva, 2020). Esto es, un dilema social en el que las contribuciones individuales, aunque costosas, resultan colectivamente relevantes para la solución de un problema público

¹ Los coronavirus son una amplia familia de virus que se encuentran tanto en animales como en humanos. Cuando aparecen en los últimos, sus síntomas son generalmente fiebre y problemas respiratorios (tos y asfixia o dificultad para respirar), y en los casos más graves, pueden causar neumonía, síndrome respiratorio agudo severo, insuficiencia renal e, incluso, la muerte (OMS, 2020)

² Ejemplo de este tipo de medidas son el distanciamiento físico, el lavado frecuente y correcto de manos, el buen uso del tapabocas (en particular cubriendo nariz y boca), evitar rascarse los ojos, la nariz y la boca luego de estar en situaciones de riesgo de exposición, el auto reporte y autoaislamiento en caso de presentar síntomas o sospecha de contagio, y el cumplimiento de las medidas de aislamiento en caso de resultar positivo en una prueba (OMS, 2020).

(Ostrom, 1998). En la gestión de prevención del contagio de la enfermedad, los comportamientos individuales, por pequeños o percibidos como irrelevantes, resultan fundamentales. La posibilidad de comprender, movilizar, motivar y cambiar la disposición de las personas a cumplir las medidas de auto cuidado y mutuo cuidado han sido claves a la hora del buen desempeño social frente a la pandemia.

Estas expectativas comportamentales se han puesto de manifiesto en la forma de medidas restrictivas e invitaciones desde entidades públicas y privadas dirigidas a los ciudadanos. El cumplimiento y la adhesión a estos comportamientos ha sido uno de los principales frentes de trabajo de las administraciones públicas, organizaciones sociales y empresas privadas involucradas en mantener bajo control el ritmo de contagio del COVID-19 (Silva, 2020). Señala también la importancia de comprender los mecanismos y alternativas de intervención para promover estos comportamientos. Las normas sociales, entendidas como la combinación entre expectativas empíricas y expectativas normativas (Bicchieri, 2011) resultan relevantes para ambas agendas: ampliar la comprensión sobre decisiones individuales y comportamientos colectivos y a la vez, señalar posibilidades en la forma de intervenciones que promuevan comportamientos deseados.

En este sentido, revisaremos las contribuciones que diferentes disciplinas realizaron en el primer año de la pandemia a la comprensión integral del comportamiento de las personas. En particular, revisaremos la economía del comportamiento, la psicología conductual y la ciencia política, centrados en la disposición a seguir indicaciones, cumplir medidas y normas y cooperar en dilemas sociales. A continuación, presentaremos las generalidades de la aproximación metodológica usada para encontrar los casos y experiencias del texto. Así, daremos cuenta de algunas intervenciones e investigaciones pertinentes para ampliar la comprensión de la relación entre confianza, normas sociales, acción colectiva y los retos señalados por la pandemia del COVID-19. Finalmente, recogeremos algunas ideas y conclusiones relevantes.

2. Lo que hacen los otros: Normas sociales y prosocialidad para comprender y cambiar comportamientos durante la pandemia

Gracias a la crisis económica de 1929, las explicaciones sobre el comportamiento humano que ofrecía la economía tradicional perdieron gran parte de su aceptación: la confianza gubernamental en las teorías que sostenían la idea del ser humano siempre racional y calculador desapareció junto con la estabilidad de los mercados nacionales. Por esto, tanto la economía como las ciencias sociales, preocupadas por el comportamiento humano, se encontraron en una encrucijada: si bien necesitaban una respuesta a por qué las personas actuaban de cierta manera, las explicaciones hasta ahora aceptadas probaron ser incorrectas.

Como respuesta a esta encrucijada germinan diversas iniciativas interdisciplinarias (que recogían economistas, psicólogos, comunicadores, científicos sociales y tomadores de decisiones) cuya tesis principal, de acuerdo con el Banco Mundial, es que “Los individuos no son autómatas calculadores. Por el contrario, son actores maleables y emocionales, cuyas decisiones se ven afectadas por elementos contextuales, normas sociales y redes sociales locales, y modelos mentales compartidos” (Banco Mundial, 2015 p. 3). Este giro copernicano en la concepción de la racionalidad humana impactó profundamente la manera en la que tanto el sector privado como los gobiernos se comunicaban con las personas: ya

no se trataba sólo de presentar información que convenciera a la persona, sino la forma y el contexto en que se presentaba.

El grueso del pensamiento conductual se podría resumir en tres principios que orientan los enfoques para comprender los comportamientos (Banco Mundial, 2015):

1. **Pensamiento automático:** La mayoría de las decisiones y opiniones de los individuos son adoptadas de manera automática, no deliberativa;
2. **Pensamiento social:** Cómo actúan y piensan las personas suele depender de qué hacen y piensan quienes los rodean y;
3. **Pensamiento basado en modelos mentales:** Hay una perspectiva común que comparten los individuos de una sociedad sobre el mundo que los rodea y sobre ellos mismos.

Donde cada tipo de pensamiento responde a ciertas situaciones concretas a las que un individuo se enfrenta en su cotidianidad. Para el caso concreto de este texto, es particularmente importante el pensamiento social, pues la literatura indica que las actitudes y comportamientos relacionados a la pandemia son particularmente influenciadas por su contexto social.

Para profundizar en esta idea, es necesario introducir un concepto central para enfoque social de las teorías conductuales, que es el de norma social. Una norma social se puede entender como una regla informal del orden social a la que se adhiere una parte importante de la población y es reconocida por muchos, así no esté escrita, y en muchos casos puede resultar más relevante para entender las decisiones de las personas y su comportamiento social. De acuerdo con Cristina Bicchieri, las normas sociales se constituyen de dos expectativas: las empíricas y las normativas. Las expectativas empíricas se refieren a lo que las personas creen que es el comportamiento más común en los demás; lo que “todos hacen”. Las expectativas normativas se refieren a lo que las personas creen que los demás piensan que deben hacer en determinada situación; lo que “todos aprueban” (2018).

Estos dos escenarios de operación de las normas sociales delimitan el funcionamiento de las expectativas empíricas cuando un ‘número suficiente’ de personas reconocen la regla de comportamiento, mientras las expectativas normativas reconocen “que otras personas esperen que uno siga la regla de comportamiento, y posiblemente promulguen sanciones positivas / negativas para la conformidad / transgresión” (Bicchieri y Muldoon, 2014, p. 32). De esta forma, para que podamos hablar de la existencia de una norma social “debe existir una creencia colectiva que el comportamiento dictado por la norma es generalizado, al igual que es una creencia compartida que los demás esperan que la persona cumpla cuando es apropiado” (Bicchieri, Xiao y Muldoon, 2011, p. 173).

Tales expectativas se configuran alrededor de los grupos más cercanos de referencia y pueden estar influenciadas por lo que Bicchieri llama *Trendsetters* o “influenciadores”, capaces de modificar las expectativas de las personas respecto a un comportamiento específico (Bicchieri, 2018). Siendo así, es posible afirmar que la idea que las personas tienen de los demás tiene un impacto significativo sobre su propia conducta y termina por moldearla.

Desde la economía del comportamiento también se han reseñado los valores explicativos de las normas sociales, sobre todo respecto a su influencia en los

comportamientos sociales de los individuos, pues es ahí donde su racionalidad se ve limitada por preocupaciones respecto a lo que los demás piensan y esperan de ellos. De esta forma, Richard Thaler y Cass Sunstein validan la importancia de la influencia de las preferencias y normas sociales en las decisiones de las personas, señalando que “la mayoría de la gente aprende de los demás” (Thaler & Sunstein, 2017, p. 72).

Estos estudios han enfocado su trabajo sobre normas sociales en desarrollar intervenciones experimentales que ayuden a superar episodios de ‘ignorancia pluralista’ (Prentice y Miller, 1996) y que usando normas descriptivas (que le señalan a las personas lo que hace la mayoría) buscan modificar sus comportamientos en la dirección deseada. De esta forma, Thaler y Sunstein señalan que “simplemente con mencionar este hecho [la diferencia entre percepción propia y ajena] se podrían conseguir cambios significativos” (2017, p. 78). Estas aproximaciones reconocen las posibilidades presentadas para realizar intervenciones con normas descriptivas que promuevan comportamientos deseados en asuntos como el pago de impuestos, el ahorro de agua y energía, el pago de obligaciones crediticias o el reciclaje (Blumenthal, Christian, y Slemrod, 2001; John, Sanders y Wang, 2014; Banco Mundial, 2015; Alcott, 2011).

Ejemplificando lo anterior, una intervención que use una norma descriptiva y que aborda las expectativas empíricas podría ser una declaración como *‘nueve de cada diez personas pagan sus impuestos a tiempo’*, mientras que una que use la norma prescriptiva, que aborda las expectativas normativas, podría ser *‘nueve de cada diez personas piensan que las personas deberían pagar sus impuestos a tiempo’* (John, Sanders y Wang, 2014). La primera señala algo acerca del comportamiento de los demás, la segunda, acerca de sus preferencias y el reconocimiento que los otros hacen sobre ese comportamiento.

Sustentando lo anterior, experiencias pasadas nos permiten reconocer que “publicar una norma descriptiva o social deseada alienta a los ciudadanos a actuar” (John, Sanders y Wang, 2014, p. 2). Este tipo de intervenciones se soportan sobre la naturaleza del comportamiento que se busca promover y, sobre todo, en su popularidad; en tanto resulta “muy útil la invitación a acciones colectivas [donde se hace visible] reiteradamente a los que cooperan” (Murraín, 2009, p. 228). En esa medida, buena parte del uso de normas sociales en intervenciones de cambio comportamental se sustentan sobre el uso de datos sobre el acatamiento ‘mayoritario’ de la norma, enmarcado en grupos de alguna influencia sobre la población, con lo que se busca reconocer la existencia de esa expectativa como parte del grupo de referencia (Silva, Garro, López y Trujillo, 2019).

3. El uso de normas sociales para cambios de comportamiento relevantes durante la coyuntura de la COVID-19

Para realizar la revisión de estas experiencias, hemos optado por utilizar, de manera breve, la metodología de “bola de nieve”. Esta se fundamenta en el comienzo del proceso con trabajos de referencias generales o revisión para luego continuar, siguiendo las referencias de esos textos, hacia otros trabajos. El objetivo de esta metodología es no desperdiciar el trabajo que otros investigadores ya han realizado al recolectar las experiencias iniciales de la pandemia. Con ellos esperábamos recoger una cantidad óptima de experiencias, esto es, el punto en el cual se pueden cumplir criterios de suficiencia y a la vez, no presentar información impertinente. Hemos optado, además, por limitar las experiencias analizadas al primer año de la pandemia, pues tanto el fenómeno como sus

aproximaciones han cambiado sustancialmente en los últimos dos años, por lo que revisar la temporalidad completa de la crisis excedería nuestro alcance.

La búsqueda se centró en experiencias que desde los estudios del comportamiento usaran las normas sociales, la acción colectiva, la confianza, la reciprocidad o en general, la movilización de la prosocialidad de las personas, para promover comportamientos de cuidado y el cumplimiento de las medidas de bioseguridad asociadas a la prevención y gestión del COVID-19. A pesar de que centramos la revisión en experiencias adelantadas puntualmente para la reciente pandemia nos hemos permitido incluir algunas otras intervenciones significativas en donde se hayan abordado retos de salud pública, que también sirvan para darnos luces sobre alternativas de uso de las normas sociales.

Un hallazgo reiterado en la literatura revisada (Bavel et al., 2020; Lunn, Belton et al., 2020) es que es importante que los gobiernos alienten un sentido de identidad o propósito común, lo que pueden lograr dirigiéndose al público en términos colectivos, es decir, haciendo énfasis en que ‘nosotros’ (en vez de ‘tu’) debemos actuar por el bien común.

De acuerdo con esto, la cooperación juega un papel crucial en la solución eficiente de la crisis. Para facilitarla, se puede utilizar líderes comunitarios y religiosos para distribuir los mensajes (Bavel et al., 2020), que además debería intentar sean claros en que comportamiento colectivo es el deseado para el grupo de interés (Lunn et al., 2020). Este tipo de comunicación refuerza la confianza, establece normas sociales y motiva a los individuos a comprometerse con estos comportamientos (Bornstein, 1992).

Así, en un artículo que sintetiza los hallazgos de varias intervenciones conductuales para la pandemia Bavel, Baicker, Boggio y otros (2020) encuentran que una persuasión significativamente mayor en los mensajes que “(i) enfatizan los beneficios del receptor, (ii) se concentran en proteger a los demás, (iii) se alinean con los valores morales del receptor, (iv) apelan al consenso social o normas científicas y/o (v) resaltan el prospecto de la aprobación social” (2020, p. 462)

Por ejemplo, una investigación realizada en Estados Unidos encontró que un mensaje de norma social normativa y negativa tenía un mejor efecto sobre la reducción de las personas que se llevaban madera petrificada de un parque nacional estadounidense (Cialdini et al, 2016). Como en este caso, señalar el comportamiento indeseable de esta manera puede funcionar en contextos en el que el comportamiento deseado no es lo suficientemente representativo como para usar una norma descriptiva, aunque los autores señalan la importancia de evitar que este tipo de mensaje sea percibido como un regaño o una normalización del comportamiento por las personas (Cialdini et al, 2016).

Similar a lo encontrado por Cialdini, Gertner & Scartasini (2020) encuentran que a medida que se tengan gobiernos más efectivos y haya más confianza intrapersonal las medidas de movilidad tienden a ser menos estrictas (Gertner & Scartascini, 2020), pues las medidas basadas en confianza y cooperación son más efectivas. Esto puede complementarse con lo encontrado por Berger (2020), en un estudio realizado en nueve países. Según el autor, es importante tener claro quién es la audiencia y conocerla, para enviar diferentes mensajes a grupos segmentados, logrando que las "norm-nudging" sean un éxito. Para que esto funcione, deben cumplirse al menos dos condiciones: es necesario que existan dos factores claves para que medidas no coercitivas tengan resultados positivos: primero, ha de haber confianza en los demás y que se están cuidando; segundo, el sector público debe poseer una capacidad bien desarrollada para reaccionar ante nueva información.

Siguiendo con lo anterior, las normas sociales tienden a cambiar el comportamiento humano y han jugado un papel importante en las estrategias de riesgo aplicado en diferentes países para atacar la pandemia. En este sentido, establecer la norma social para un grupo en particular puede aumentar la adhesión de las interacciones y mejorar la efectividad de medidas de comunicación. Se habla en estudios todavía no publicados, que la solidaridad humana hacia aquellas personas en mayor riesgo puede servir como herramienta durante la pandemia, para promover comportamientos prosociales. Está comprobado que las normas sociales que expresan en sus mensajes el comportamiento deseado son más eficientes que aquellas que enfatizan en el castigo (Habersaat et al., 2020)

Viendo otro caso, el artículo de Young y Goldstein (2021) busca describir varias causas psicológicas que pueden ser relevantes para el manejo del COVID-19 y la motivación de las personas a cambiar sus comportamientos. De acuerdo con los autores, hay cuatro razones por las que hay poca adherencia a las recomendaciones. La primera de ellas es porque no hay confianza, no se observa normas consistentes y hay confusión respecto a los mensajes que se envían. La segunda razón porque a falta una norma social observable, pues las personas tienden a adquirir comportamientos si ven que otras personas están haciendo los mismos. En tercer lugar, se encontró que las personas tienden a ser más receptivas con las normas sociales que son relevantes para ellos y cercanas a sus ambientes. Por último, las personas pueden tener un sesgo que genere una percepción errónea del riesgo.

Por otro lado, un estudio en Estados Unidos, realizado a 1,004 personas, buscó ver si existía alguna diferencia asociada a la intención y al comportamiento para cada tipo de tapabocas (tela, N95, quirúrgicos, entre otros). Para conocer los factores que influyen en uso de tapabocas de tela, se realizó una encuesta en internet a adultos mayores de 18 años (John P. Barile et al., 2020). Los resultados cambian según el género, la edad y el lugar donde reside la persona. Las normas descriptivas contribuyen de una manera significativa a la predicción de la intención de comportarse de cierta manera, incluso después de que la actitud, el cuidado personal, las normas subjetivas y la percepción del comportamiento son tenidos en cuenta (Ibidem). Es muy probable que ver a otras personas usando tapabocas pueda incrementar la intención de las personas de usar tapabocas. Los resultados muestran que las intenciones son más dadas a transformarse en comportamiento cuando las personas observan a otros comprometerse con él.

Por lo tanto, las campañas de salud pública deberían considerar utilizar modelos y teorías de comportamiento para entender mejor los antecedentes y diseñar intervenciones para promover actitudes y normas positivas para el adecuado uso de tapabocas y prevenir la transmisión del Covid-19.

Varios investigadores (The Journal of Consumer Research, Robert Cialdini, Cristina Bicchieri) sugieren que es más probable que las personas se comprometan en comportamientos prosociales si piensan que muchos otros están haciendo lo mismo. El problema, es cómo persuadir a las personas de adquirir nuevos comportamientos. Se ha comprobado en varios estudios que (Kim Tingley, 2020), si se informa a las personas que un gran porcentaje de gente se encuentra involucrada en ciertos comportamientos, estos tienden a aplicarse. Si bien se sabe que funciona, no se es claro por cuánto tiempo surge efecto. Ellos demostraron que las personas, en su mayoría, no utilizan la máscara por protegerse o proteger a los demás, sino porque otro lo hacían y los liberaba de la ansiedad.

En este sentido, se ve que muchas de las políticas utilizadas por los gobiernos donde muestran la cantidad de fiestas o irresponsabilidades cívicas generan adhesión a las mismas volviéndolas "la norma" (Kim y Tingley, 2020). Según sus conclusiones, se debería tratar de mostrar los comportamientos deseados, donde se vea a más personas siendo responsables, para crear el sentimiento que más personas están cumpliendo la norma. Conformar estrategias de comunicación basadas en estudios comportamentales puede ayudar a los científicos y gobiernos a transmitir un mensaje que logre influenciar más y de esta misma manera salvar vidas (Kim Tingley, 2020). A diferencia de como se viene haciendo donde solo se utiliza la información de médicos y epidemiólogos.

Para construir otro ejemplo, exponamos cómo dentro del marco del manejo del riesgo de una emergencia de salud existe un componente que se refiere a la capacidad de la comunidad. Dentro de este componente la OMS resalta la importancia de realizar un entrenamiento que permita guiar el actuar de la comunidad a través del lenguaje de las diferentes políticas o comunicados, de los profesionales en el tema, actividades y movilizaciones sociales. En este sentido, en una emergencia sanitaria es importante identificar (Organización Mundial de la Salud, 2017): primero, el rol o papel que desempeña la comunidad y segundo, establecer una guía de acompañamiento para la comunidad que describa sus responsabilidades, responsables y actividades durante la pandemia

Una crisis mundial puede solucionarse a través de políticas efectivas, sin embargo, en el caso de una epidemia su trato es diferente, se requieren cambios en el centro de los hábitos sociales de los ciudadanos que se dan a través de su comportamiento. Para el caso del Covid-19 se han utilizado medias comunes en los diferentes países del planeta: el distanciamiento social y el uso de tapabocas. Para comprender la motivación psicológica que tienen estas dos prácticas, es importante tener en cuenta que requieren de un costo personal (Stefan et al., 2020).

En primer lugar, respecto al distanciamiento social, implica sacrificar estar cerca de personas que se valora. Pero así mismo, implica un comportamiento social puesto que se protege a aquellos más débiles a través de guardar distancias prudentes. En segundo lugar, en cuanto al uso de tapabocas, implica un sacrificio respecto al aspecto físico y la respiración. También implica un comportamiento prosocial puesto que dentro de la máscara se retiene la mayoría de las gotas respiratorias que podrían contener el virus y provocar un contagio.

En este sentido, es posible relacionar la empatía efectiva (entendida como la preocupación y entendimiento por la vulnerabilidad del otro) como emoción que motiva a los ciudadanos a la debida aplicación de las medidas. Se sugiere en varios estudios que la empatía motiva a una variedad de comportamientos encaminados a la ayuda y protección de personas vulnerables.

Otro estudio (Moussaoui et al., 2020), en esta ocasión en el Reino Unido, buscaba encontrar qué generaba que las personas adoptaran comportamientos de protección y cambiaran sus creencias durante la pandemia. Así, determinaron que las creencias sobre protección personal, acerca de esparcimiento del virus y del dilema social juegan un papel clave en la motivación para la adopción de recomendaciones sobre cómo actuar. Adicionalmente, los autores recomiendan que la comunicación sobre temas de salud continúe y vaya más allá de solo informar a las personas la severidad del virus, que busque inducir percepciones de eficacia más fuertes para desarrollar comportamientos de

protección, tanto a nivel individual como colectivo y logre fortalecer el control de acción (Moussaoui et al., 2020).

Un último ejemplo de esto podría ser el siguiente. En Alemania crearon una encuesta que las personas llenaban cada semana para conocer cómo se sentían con la pandemia, que información conocían, que información falsa habían percibido, cambios de comportamiento y estado psicológico. Su primera hora de resultados demostró que, aunque había un alto conocimiento, los comportamientos relacionados a la protección eran bajos y la percepción del riesgo era baja en las personas mayores. También se encontró que cuando la motivación era proteger a los más vulnerables, había más voluntad para cumplir con las restricciones. En este sentido, comunicar la norma social es una estrategia clave para la comunicación en temas de cuidado de la salud. Esta información puede mejorar la respuesta de las personas conociendo que se están limitando para proteger a los demás y anula la pregunta de ¿Soy el único tonto que se está cuidando? También crea una solidaridad necesaria en un momento donde todos estamos sufriendo de los efectos de la crisis.

Comunicar que las personas si se están cuidando y aplicando las medidas de bioseguridad es importante para provocar más cambios en los comportamientos. Es por esto que es muy importante que los científicos hagan estudios basados en preguntas claves de comportamiento para tener insumos y poder compartir información prosocial (Borggreve, 2020).

4. Aprendizajes y pistas: algunas conclusiones

La etapa inicial de la crisis del COVID-19 y los esfuerzos por prevenir el contagio masivo se puede entender como un dilema social de orden de recursos colectivos (Silva, 2020). Esto es, un problema de coordinación en el que la cooperación individual (y la defraudación) suponen un valor fundamental en términos colectivos, en tanto evita el contagio personal, reduce riesgos del contagio de otros y baja la tensión sobre la atención en salud, pero costos individuales en la forma del cumplimiento de las medidas. Como otros dilemas sociales, la posibilidad de retroalimentación, mutua regulación y confianza es clave para poder lograr un cumplimiento mayoritario (Ostrom, 1998).

Muchos comportamientos de cooperación como el cumplimiento de las medidas de prevención de contagio del COVID-19 dependieron en gran medida de convertirse en normas sociales en uso por parte de las personas. En este sentido, la influencia de referentes en personas e instituciones (*trendsetters* en Bicchieri), la percepción que se tiene sobre los otros (respecto a sus motivaciones, comportamientos y expectativas) y las relaciones de intercambio de información que pueden establecerse entre los involucrados, son clave. La confianza en otros, en gobiernos, en medios de comunicación, entre otros personajes sociales, resulta ser buena medida de la disposición de las personas a seguir las normas e indicaciones.

Entender los comportamientos de cuidado como normas sociales nos permite además identificar maneras de promoverlos. Si las personas consideran estos elementos para su propia disposición a seguir estas indicaciones, es fundamental que la percepción que tenemos de los demás sea no solo positiva, sino acorde a la realidad (esto es, que la mayoría estamos cumpliendo). La posibilidad de confiar en los demás y las agendas de construcción de confianza interpersonal son fundamentales a la hora de adelantar intervenciones de

cambio comportamental basados en normas sociales, en particular, al usar mensajes de normas descriptivas.

La información hasta ahora encontrada nos muestra que, a pesar de que la pandemia encontró desprevenido al mundo, los esfuerzos hasta ahora logrados por estudios conductuales en materia de salud pública han contribuido significativamente a informar las intervenciones, prontas y efectivas, para gobernar en la crisis mundial. En línea con esto, hemos encontrado que un grupo pequeño de puntos resultan de especial interés para asegurar que una intervención o política pública cumpla con su objetivo en medio de esta coyuntura.

El primer punto que encontramos es la importancia de la comunicación positiva, según la cual los mensajes que exponen el comportamiento deseado de forma positiva resultan más efectivos en lograr que la gente adopte esos comportamientos (Lunn et al., 2020). Sin embargo, esto sólo resulta así cuando un número significativo de personas ya actúan de la forma esperada. Esto supone también reconocer las diferencias maneras de tratar una situación en la que el comportamiento deseado no sea mayoritario y haya que echar mano de lo sostenido por Cialdini et al. (2016).

Un segundo punto relevante es la creación de un sentido de identidad o propósito común: significa generar mensajes que hagan actuar al individuo pensando en su grupo o comunidad, no en él mismo, y de esta manera, conecte sus motivaciones y acciones a su grupo de referencia. Entre más conectado se sienta el individuo a esta identidad o propósito, mayor probabilidad habrá de que cumpla las normas de bioseguridad y siga los lineamientos del gobierno respecto a la pandemia (Lunn et al., 2020; Bavel et al., 2020). En este punto, como ya señalamos, la confianza es fundamental; Gertner y Scartascini encontraron una relación entre bajos niveles de confianza interpersonal y la imposición de medidas restrictivas en los primeros meses de la pandemia (2020). Bargain y Aminjonov exploraron la relación en algunos países europeos, encontrando de nuevo que la confianza supone una variable explicativa de la disposición de las personas a cumplir con las medidas de cuidado durante la pandemia (2020).

Finalmente, otro punto conectado con los anteriores es el uso de líderes comunitarios y religiosos para distribuir los mensajes, pues al utilizar voceros que la comunidad reconozca y sobre los que sienta confianza se incrementa la posibilidad de que sean acogidos (Bavel et al., 2020). Este tipo de comunicación construye confianza, refuerza normas sociales y motiva a los individuos a comprometerse con estos comportamientos (Bornstein, 1992). Asimismo, encontramos que la promoción de esfuerzos coordinados entre comunidades e individuos da fuertes señales de cooperación y valores compartidos, lo que puede facilitar la reorganización de grupos que antes se consideraban excluyentes (Bavel et al., 2020).

Los resultados de nuestra revisión insisten en la idea de que lo que pensemos que son comportamientos deseables para los demás y para alguna autoridad de referencia, como el Estado, resulta clave para el reconocimiento de una norma social. Incluso, la confianza que tengamos en las personas y las instituciones pueden señalar nuestra disposición a reconocer esa norma como una que es deseable cumplir. Resulta común que gobiernos, empresas y organizaciones que quieren promover un comportamiento social u organizacionalmente conveniente utilicen el señalamiento de lo que “no se debe hacer” como mecanismo de comunicación (Silva et al., 2019). Entender los comportamientos de cuidado como normas sociales nos permite además identificar maneras de promoverlos. Si las personas consideran

estos elementos para su propia disposición a seguir estas indicaciones, es fundamental que la percepción que tenemos de los demás sea no solo positiva, sino acorde a la realidad.

De esta forma, asumir una agenda de movilización social y promoción de cambios de comportamiento voluntario para la gestión de la pandemia del COVID-19 (pero también de otras enfermedades similares) supone un compromiso por recolectar datos de cumplimiento y prosocialidad, definir claramente mensajes prosociales (que pongan el acento en el cumplimiento mayoritario o generalizado, en la identidad colectiva, el cuidado mutuo o en la pertenencia de grupo), y encontrar referentes sociales y grupales que puedan cumplir el papel de trendsetters y voceros que generen confianza en el público. Estas lecciones retomadas de otras experiencias o de la literatura han sido muy relevantes en algunos esfuerzos que se han adelantado y se adelantan en estos momentos para que nos cuidemos entre todos. Verlos como aprendizajes colectivos nos pueden preparar también para situaciones similares o la posibilidad en el futuro cercano de que enfrentemos una situación similar.

5. Referencias

Alcott, H. (2011). "Social Norms and Energy Conservation." *Journal of Public Economics*, 95 (9–10): 1082–1095.

Asch, S. (1995). Opinions and social pressure. En E. Aronson (Ed.) *Readings about the social animal*. Nueva York: W. H Freeman.

Banco Mundial (2015). *World Development report: Mind, society and behaviour*. Washington, D.C. Recuperado de: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2015>

Bargain, O. y Aminjonov, U. (2020). Trust and Compliance to Public Health Policies in Times of COVID-19. Recuperado en: <http://ftp.iza.org/dp13205.pdf>

Barile, J. P., Fisher, K. A., Tian, L. H., Okun, A. H., Esschert, K. L. vanden, Jeffers, A., Gurbaxani, B. M., Thompson, W. W., & Prue, C. E. (2020, December 10). *Theory-based Behavioral Predictors of Self-reported Use of Face Coverings in Public Settings during the COVID-19 Pandemic in the United States*. Oxford University Press. <https://academic.oup.com/abm/advance-article/doi/10.1093/abm/kaaa109/6029785>

Bavel, J.J.V., Baicker, K., Boggio, P.S. et al. (2020) Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response en *Nature Human Behaviour* 4, 460–471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>

Berger, M. (2020, October 21). *New Social Norms During the Pandemic*. OMNIA. <https://omnia.sas.upenn.edu/story/new-social-norms-during-pandemic>

Bicchieri et al (2011) Thrustworthiness is a social norm, trust is not. *Politics, Philosophy & Economics*. 10 (2) pp. 170–187.

Bicchieri, C (2005). *The Grammar of Society the Nature and Dynamics of Social Norms*. Reino Unido: Cambridge University Press.

Bicchieri, C (2018). *Nadar en contra la corriente. Cómo unos pocos pueden cambiar los comportamientos de toda una sociedad*. Ciudad de México: Ediciones Paidós.

Blumenthal, M., Christian, C., y Slemrod, J. (2001). Do Normative Appeals Affect Tax Compliance? Evidence from a Controlled Experiment in Minnesota.” *National Tax Journal*, 54: 125, 131.

Bockler, A., Tusche, A., Tania Singer, S. (2016) The Structure of Human Prosociality: Differentiating Altruistically Motivated, Norm Motivated, Strategically Motivated, and Self-Reported Prosocial Behavior. *Social Psychological and Personality Science* 2016, Vol. 7(6) 530-541.

Bornstein, G. (1992). Group decision and individual choice in intergroup competition for public goods. In W. Leibrand, D. Messick, & H. Wilke (Eds.), *Social dilemmas: Theoretical issues and research findings* (pp. 247- 263). Oxford, UK: Pergamon Press.

Borggreve, M. (2020). How behavioural science data helps mitigate the COVID-19 crisis. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 438. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0866-1>

Cialdini et al. (2016) Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*, 1 (1), pp. 3–15.

Gertner, G. y Scartascini, C. (2020). Institutional Capacity and Trust: The Ingredients for Fewer Restrictions during the Pandemic. Recuperado en: <https://blogs.iadb.org/ideas-matter/en/institutional-capacity-and-trust-the-ingredients-for-fewer-restrictions-during-the-pandemic/>

Güemes, C. y Wences Simon, I. (2018). Comportamientos incumplidores: contextos y posibles tratamientos políticos. Artículo en prensa.

Gertner, G., & Scartascini, C. (2020, May 7). *Institutional Capacity and Trust: The Ingredients for Fewer Restrictions during the Pandemic* . Ideas Matter. <https://blogs.iadb.org/ideas-matter/en/institutional-capacity-and-trust-the-ingredients-for-fewer-restrictions-during-the-pandemic/>

Habersaat, K. B., Betsch, C., Danchin, M., Sunstein, C. R., Böhm, R., Falk, A., Brewer, N. T., Omer, S. B., Scherzer, M., Sah, S., Fischer, E. F., Scheel, A. E., Fancourt, D., Kitayama, S., Dubé, E., Leask, J., Dutta, M., MacDonald, N. E., Temkina, A., ... Butler, R. (2020). Ten considerations for effectively managing the COVID-19 transition. *Nature Human Behaviour*, 4(7), 677–687. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0906-x>

John, P., Sanders, M., Wang, J. (2014). The use of descriptive norms in public administration: a panacea for improving citizen behaviours? Recuperado en: <https://ssrn.com/abstract=2514536>

John, P., Smith, G., Stoker, G. (2009). Nudge, nudge, think, think: two strategies for changing civic behavior. *The Political Quarterly*, Vol. 80, No. 3.

Murraín, H. (2017) Transforming expectations through Cultura Ciudadana. En: Cultural Agents Reloaded: The legacy of Antanas Mockus. Tognato, C. (Ed.). Cambridge: Harvard University Press.

Moussaoui, L. S., Ofosu, N. D., & Desrichard, O. (2020). Social Psychological Correlates of Protective Behaviours in the COVID-19 Outbreak: Evidence and Recommendations from a Nationally Representative Sample. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12(4), 1183–1204. <https://doi.org/10.1111/aphw.12235>

Nook, E., Ong, D.C, Morelli, S. A., Mitchell, J. P., Zaki, J. (2016). Prosocial Conformity: Prosocial Norms Generalize Across Behavior and Empathy. *Social Psychological and Personality Science* Vol. 42(8) 1045–1062.

Organización Mundial de la Salud (2017). PANDEMIC INFLUENZA RISK MANAGEMENT (Issue May).

Organización Mundial de la Salud (2020). Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19). Disponible en: <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

Ostrom, E. (1998). A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action: Presidential Address, American Political Science Association, 1997. *The American Political Science Review*, 92(1), 1-22. doi:10.2307/2585925

Prentice, D. A., & Miller, D. T. (1996). Pluralistic ignorance and the perpetuation of social norms by unwitting actors doi:10.1016/S0065-2601(08)60238-5

Silva, S. (2020). Algunas ideas desde los estudios del comportamiento para entender, analizar y enfrentar la crisis del covid-19. En: Pensar la crisis. Perplejidad, emergencia y un nuevo nosotros (Eslava y Giraldo, ed.). Medellín: Editorial Universidad EAFIT.

Silva, S., Garro, J. E., López, N., Trujillo, J. P. (2019). “Confianza, normas sociales y representaciones del otro. La implementación de la estrategia de cultura ciudadana “Medellín Está Llena de Ciudadanos como Vos””. En: Eslava, A. (ed.) *Lo mejor de las personas. Teoría, intervención y agenda de la cultura ciudadana* (pp. 123-136). Editorial Universidad EAFIT - Alcaldía de Medellín.

Stefan Pfattheicher, Laila Nockur, Robert Böhm, C. S., & Petersen, P. & M. B. (2020). The emotional path to action: Empathy promotes physical distancing and wearing of face mask during the COVID-19 pandemic. 1–23.

Thaler R. H. & Sunstein C. (2017). *Un pequeño empujón (Nudges)*. Bogotá: Taurus.

Tingley, K. (2020, December 10). *We Know How to Curb the Pandemic. How Do We Make People Listen?* - *The New York Times*. The New York Times Magazine. <https://www.nytimes.com/2020/12/10/magazine/covid-research-behavior-.html>

Young, S. D., & Goldstein, N. J. (2021). Applying social norms interventions to increase adherence to COVID-19 prevention and control guidelines. In *Preventive Medicine* (Vol. 145, p. 106424). Academic Press Inc. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2021.106424>