

**MODULO IV
PROCESOS DE INFLUENCIA**

TEMA 15: LA INFLUENCIA SOCIAL. INFLUENCIA MAYORITARIA

I.- INTRODUCCIÓN

II.- ESTUDIOS DE SHERIF SOBRE FORMACIÓN DE LA NORMA

III.- LOS ESTUDIOS DE ASCH SOBRE PRESIÓN GRUPAL: LA CONFORMIDAD

- 3.1.- Factores que inciden en la conformidad
- 3.2.- Influencia normativa e informativa

IV.- LOS EXPERIMENTOS DE MILGRAM SOBRE OBEDIENCIA: LA INFLUENCIA SOCIAL DE UNA AUTORIDAD

- 4.1.- Determinantes situacionales de la obediencia

V.- RESISTENCIA A LA PRESIÓN SOCIAL: LA TEORÍA DE LA REACTANCIA PSICOLÓGICA DE BREHM.

DEFINICIÓN

- **INFLUENCIA SOCIAL:** tanto la capacidad de una persona o grupo para modificar el comportamiento de otros sin utilizar la fuerza, como el cambio de conducta que se da en una persona cuando interactúa con otro/os o con el grupo en su totalidad.

La influencia puede ser

- **voluntaria**
- **involuntaria.**

- **Lieberult (1866)** Introdujo el término **sugestión hipnótica**.
- **Tarde (1890) Imitación.** A través de este mecanismo, todo lo individual se volvía social y se creaba la uniformidad.
- **LeBon (1895)** la participación del individuo en grupos o masas facilitaba el contagio que hacía surgir una unidad mental: **mente colectiva**.

Desde el siglo XX, el término Influencia Social abarca muchas situaciones; En esta línea, vamos a estudiar la **modalidades más importantes de influencia social:**

- **NORMALIZACIÓN**
- **CONFORMIDAD**
- **OBEDIENCIA.**

II.- ESTUDIOS DE SHERIF SOBRE FORMACIÓN DE LA NORMA

- En 1935, Muzafer Sherif estudió las situaciones en las que los individuos carecen de una norma previa, no saben como comportarse. Les falta la referencia que da la norma: "lo normal".
- **NORMA:** Comportamiento que los demás esperan de nosotros.
- A través de los **procesos de normalización**, se establece ese marco de referencia (por influencia recíproca entre los miembros) que sirve de criterio para saber como actuar en un grupo.

- Para estudiar el fenómeno de la formación de las normas sociales, Sherif basó sus experimentos en el fenómeno llamado

EFFECTO AUTOCINÉTICO:

- Ilusión visual por la que se tiene la impresión de que un punto luminoso se mueve en la oscuridad, cuando en realidad, tal movimiento es inexistente.

[Diapositiva en Efecto autocinético.ppt](#)

EXPERIMENTO DE SHERIF

- Para comprobar el proceso de formación de las normas, Sherif pidió a un sujeto que entrara en una habitación que se encontraba completamente a oscuras.
- Una vez sentado, aparecía un punto de luz a cuatro metros de distancia.
- Pasados unos segundos, el sujeto tenía que indicar cuál era la amplitud del desplazamiento (cuanto se desplazaba el punto).
- Luego, el punto desaparecía. La habitación no ofrecía pistas para poder calcular la distancia.

Sherif observó que en los primeros ensayos, las estimaciones variaban mucho (unas veces decían 10 cms. otras 80 cms...),

Pero después de varias repeticiones, el sujeto estimaba que el punto se había movido unas veces 20 cm., otras 30 cm. y al final estimaba 25 cm.

El individuo, en una situación carente de medida objetiva, elaboraba un punto de referencia (NORMA) con el que comparaba los siguientes movimientos del punto luminoso.

Vio, además, cómo ese punto de referencia interno no desaparecía si se repetía la prueba meses después.

- Sherif no dio una respuesta del por qué pasaba esto.
- Se limitó a decir que, ante situaciones ambiguas o en ausencia de un marco de referencia, las respuestas de los otros tienen el mismo valor informativo para reducir las incertidumbres que las propias --> Se tiende a buscar un valor estándar.

Allport, si explica este fenómeno en sus estudios:

- Por un lado, el sujeto trata de **evitar desacuerdo** con los otros, ya que le generaría **inseguridad en sus juicios**.
- El individuo va a tratar, buscando el consenso, de **evitar la creación de conflictos** mediante compromisos mutuos.

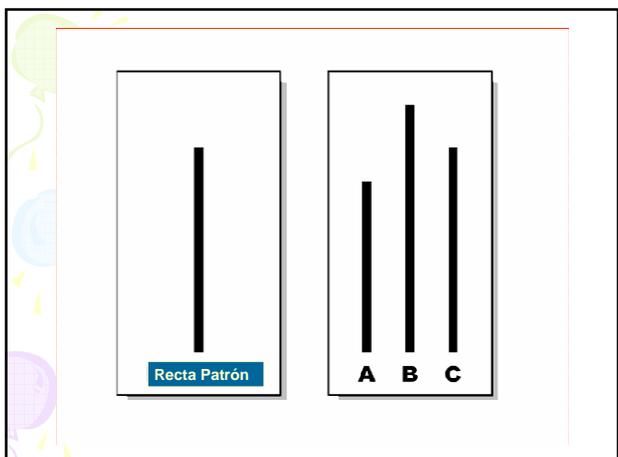
La influencia puede depender también de otros mecanismos como la **ATRACCIÓN Y EL PODER DE LA FUENTE**.

- Cuanto mayor es el grado de conocimiento previo, amistad o preferencia (parejas), mayor es la convergencia de respuestas entre ellos.
- **Posición de poder:** parece que el sujeto que ocupa una posición superior en la jerarquía (monje, por ej.), sólo ejerce mayor influencia cuando hay una atracción recíproca o fuerte cohesión.
- También la **pertenencia categorial o el endo-exogrupo** pueden dar lugar a esta influencia (sexo, profesión, raza...).

III. LOS ESTUDIOS DE ASCH SOBRE PRESIÓN GRUPAL: LA CONFORMIDAD

- 3.1.- Factores que inciden en la conformidad
- 3.2.- Influencia normativa e informativa

- Asch (1956) pensaba que las personas eran autónomas y defendían la verdad contra todo.
- Para este autor, ningún sujeto inteligente se dejaría influir en situaciones donde pudiera comprobar la verdad de su postura o juicio.



Presentaba a los sujetos 18 comparaciones de rectas de este tipo.

- Tenían que indicar cuál de las rectas de comparación era idéntica a la recta patrón.

GRUPO CONTROL:

- 37 sujetos que decidían individualmente, uno a uno.
- 35 no cometieron ningún error.

GRUPO EXPERIMENTAL:

- 7 sujetos en cada grupo.
- 6 eran cómplices.

En seis comparaciones los cómplices respondieron correctamente.

En las 12 siguientes, incorrectamente.

Un 40% de los sujetos en el grupo experimental, dió respuestas equivocadas.

En el **grupo control sólo 2 de los 37** dieron una respuesta errónea.

Esta **conformidad** puso de relieve cómo los sujetos cedían al error de grupo, dando la misma respuesta que éste -->

- Cuando el sujeto responde como el grupo se pueden distinguir cuatro **PATRONES DE CAMBIO**:

A) INTERIORIZACION: Cambio producido en los ámbitos público y privado.

B) COMPLACENCIA (INDUCIDA): Cambio producido en el ámbito público pero no en el privado.

C) CONVERSIÓN: Cambio producido en el ámbito privado pero no en el público.

D) INDEPENDENCIA: No se producen cambios ni en el ámbito público, ni en el privado.

El cambio observado en los estudios de Asch, sería **COMPLACENCIA**

Factores que parecen incidir en la CONFORMIDAD:

- 1.- **Tamaño del Grupo: Hasta un número**
- 2.- **Unanimidad del Grupo: Mas conformidad**
- 3.- **Implicación:** La persona que cede a las primeras presentaciones, se muestra conformista practicamente en todas las demás.
- 4.- **Cohesión.** A más cohesión, mas conformismo
- 5.- **Ambigüedad.** Más, mas conformismo

¿POR QUÉ SE CONFORMAN LAS PERSONAS?. INFLUENCIA NORMATIVA E INFORMATIVA:

Cuando manifestamos nuestros juicios sobre algún aspecto de la realidad nos basamos en dos fuentes de información:

- Lo que nos dicen nuestros sentidos y la realidad física.
- Lo que dicen los demás.

Aprendemos a apreciar el valor de las dos fuentes, ya que en distintas situaciones nuestros juicios y la información que otros nos dan, nos ha servido, ha sido adaptativo.

La situación de conformidad, enfrenta esas dos fuentes de información y plantea conflicto, al tener que escoger entre ellas (dos fuentes fiables de información).

Pero hay otra razón por la que una persona ceda a la presión del grupo:

- Mostrarse de acuerdo con los demás, conlleva refuerzos positivos del grupo, y evita sentirnos rechazados o marginados.
- La conformidad provocada por el deseo de ser querido o por evitar ser despreciado o ridiculizado: **INFLUENCIA NORMATIVA** (preocupación por ser aceptado por los demás) (**COMPLACENCIA INDUCIDA**).

• Si la persona confía en la información de los demás, es posible que

IV.- LOS EXPERIMENTOS DE MILGRAM SOBRE OBEDIENCIA: LA INFLUENCIA SOCIAL DE UNA AUTORIDAD



Dr. Stanley Milgram

- MILGRAM (1974) ha sido uno de los autores, cuyos experimentos han tenido un gran efecto sobre la investigación acerca de la influencia social de la autoridad.

El **experimento de Milgram se desarrolló como sigue:**

- Contrato de voluntarios

TAREA APRENDIZAJE: Asociar pares de palabras

- Si fallaba, "el profesor" tenía que administrarle una descarga. Empezaba con 15 voltios, e iba aumentando de 15 en 15 con cada nuevo error.

- Generador de descargas:



DETERMINANTES SITUACIONALES DE LA OBEDIENCIA

1.- Distancia emocional (o proximidad física) de la víctima:

- a) Oía al sujeto gritar: 62% llegó a los 450 v.
- b) El sujeto golpeaba la pared con fuerza: Obedeció el 50%.
- c) Ambos estaban en la misma sala, oía y veía a la víctima: 40% obedeció.
- d) El voluntario tenía que sujetar la mano de la víctima sobre una plancha: obedeció el 30%.

La obediencia se fue reduciendo en cada una de estas situaciones.

Es mucho más fácil destruir a alguien despersonalizado o a distancia (cuesta menos

DETERMINANTES SITUACIONALES DE LA OBEDIENCIA

2.- Características de la autoridad:

- a) **Experimentador dando órdenes por teléfono:** La obediencia descendió un 21%.
- b) **Cuando la autoridad viola una promesa.** Sólo disminuyó en un 10% el porcentaje de obediencia.
- c) **Autoridad de estatus inferior:** El experimentador recibía una llamada y decía que tenía que irse. Sólo el 20% obedecieron a esa autoridad inferior (el 80% se negaron).
- d) **Presión de sujetos del mismo estatus:** Profesor y dos cómplices más el sujeto.
 - A los 150 v., el primer cómplice se negaba a continuar.
 - A los 210 v., se negaba también el segundo. Sólo el 10% fueron obedientes después de ocurrir esto.

Cuando Milgram explicaba el estudio y preguntaba, todo el mundo decía que no habría obedecido.

Error fundamental de atribución

(Subestimamos el papel de los factores situacionales y sobreestimamos el impacto de los personales)

No hubo diferencias de actuación entre hombres y mujeres, entre sujetos con distintas profesiones, distintas puntuaciones en los tests de personalidad.

TEORÍA DE LA REACTANCIA PSICOLÓGICA DE BREHM (1981).

Explica cómo actuamos cuando vemos amenazada nuestra libertad.

REACTANCIA PSICOLÓGICA: Se produce cuando la persona siente amenazada su libertad de actuación. La amenaza de restricción o la eliminación real de libertad le hace desear más la opción perdida.