

Influencia Social y Grupos

Uniformidad y Conformismo

Juan Muñoz

Universitat Autònoma de Barcelona

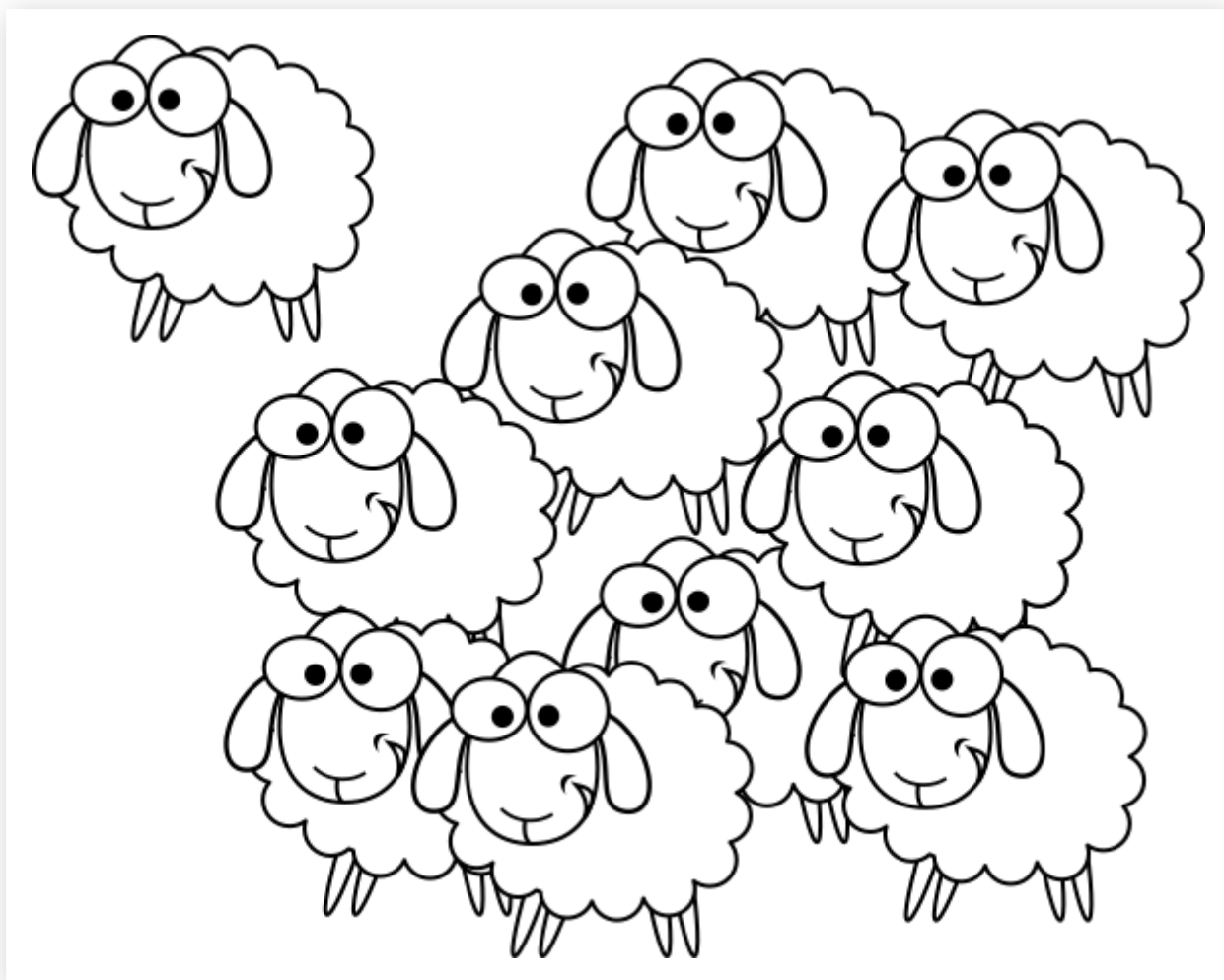
<http://juan.psicologiasocial.eu>



Influencia

“Proceso a través del cual las personas o los grupos cambian los pensamientos, sentimientos, y conductas de otros.

Stangor (2004, p. 75)

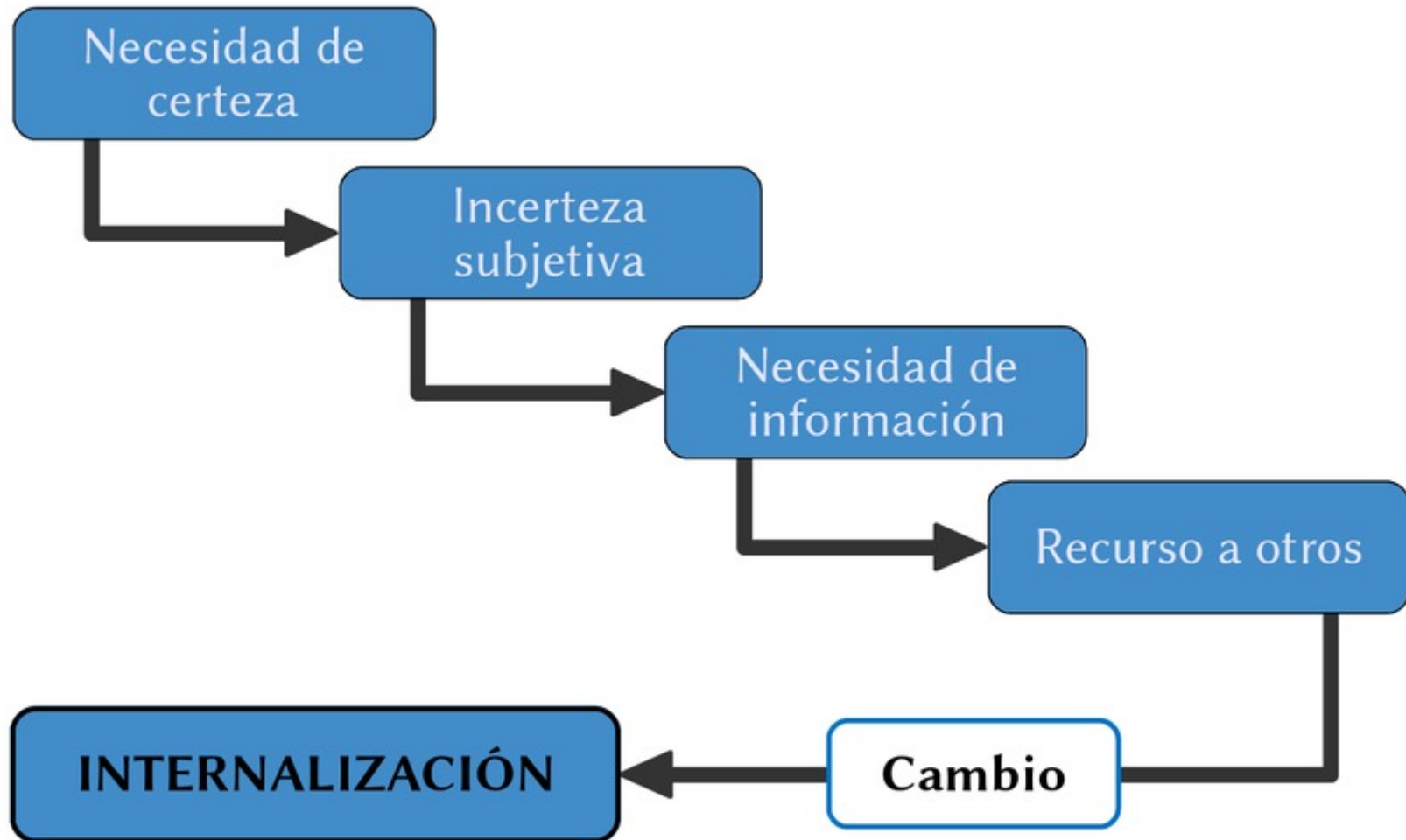


Bases de la influencia social

- Influencia informativa
- Influencia normativa
- Influencia informativa referente



Esquema influencia informativa



Influencia informativa

“Una influencia social informativa puede definirse como una influencia para aceptar la información obtenida de otros como evidencia sobre la realidad.

Deutsch & Gerard (1955, p. 629)

Normalització

“ Procés de creació de les normes que regulen la conducta, la percepció, el pensament o els desitjos de les persones en una situació concreta.

Feliu (2003, p. 260)

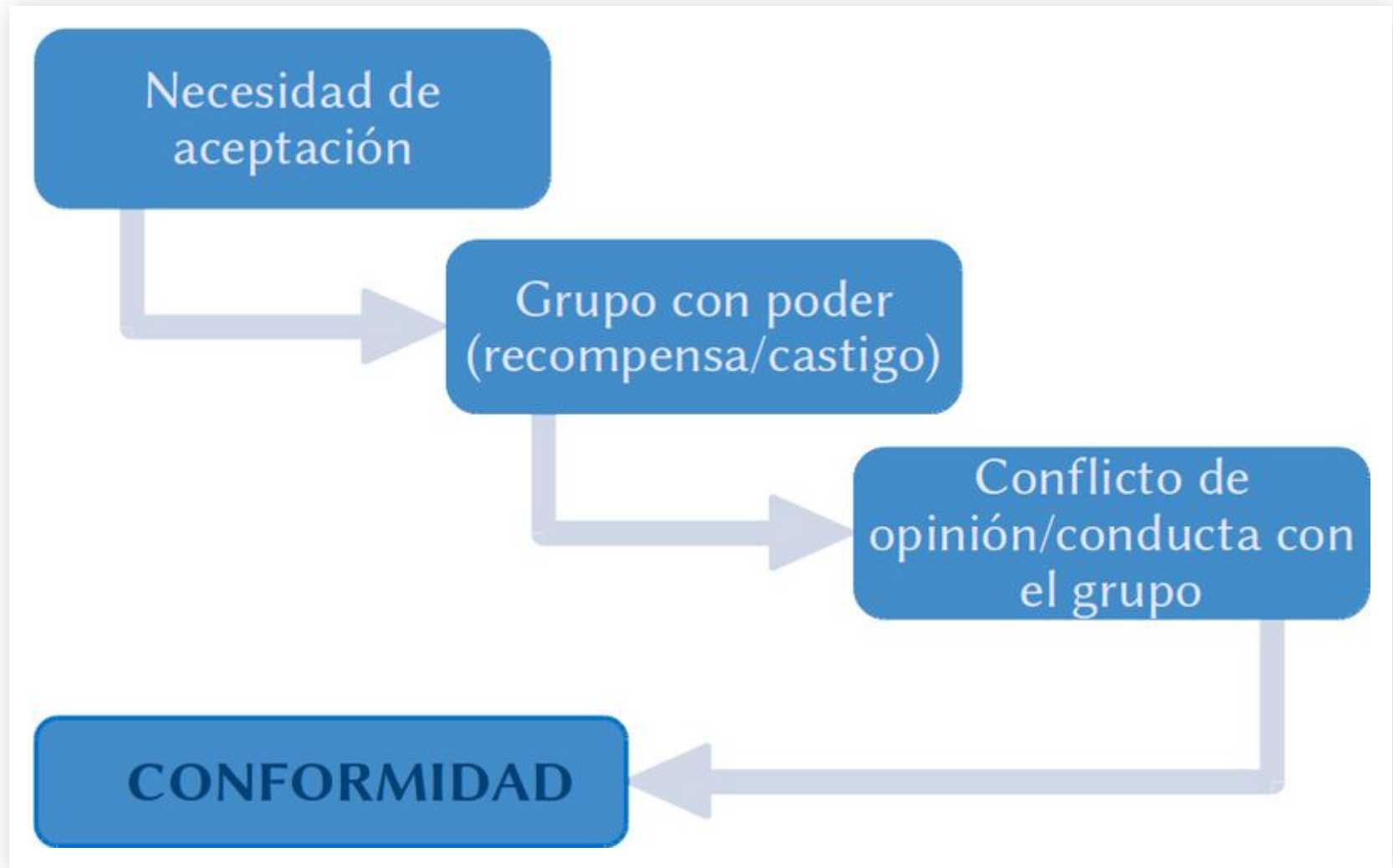


Muzafer Sheriff (1936)
(1906-1988)

El efecto autocinético



Esquema influencia normativa

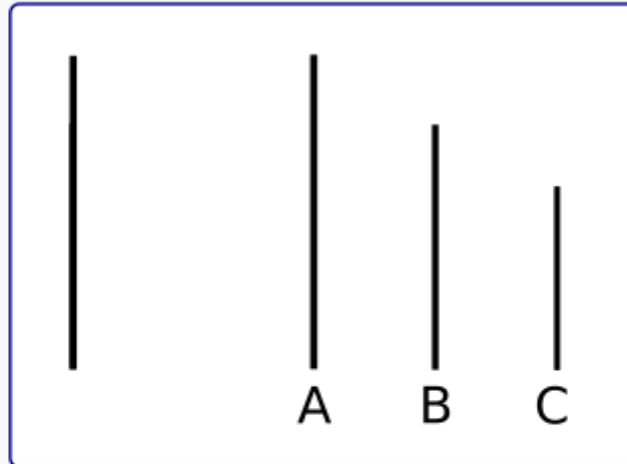


Influencia normativa

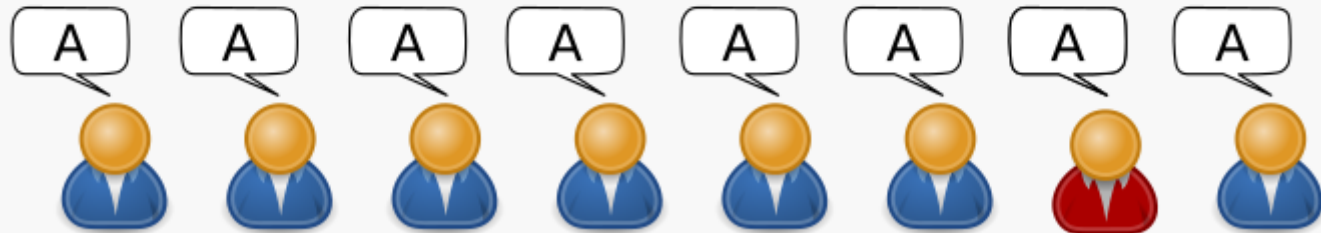
“ [Deutsch y Gerard] Entienden por influencia normativa la que se observa cuando el individuo se conforma con las expectativas positivas del otro (individuo o grupo), a fin de ganar de él una serie de refuerzos y sentimientos positivos, de establecer una solidaridad con él, y en definitiva no verse marginado y ridiculizado por él.

Pérez (1999, p. 261)

El experimento de Asch

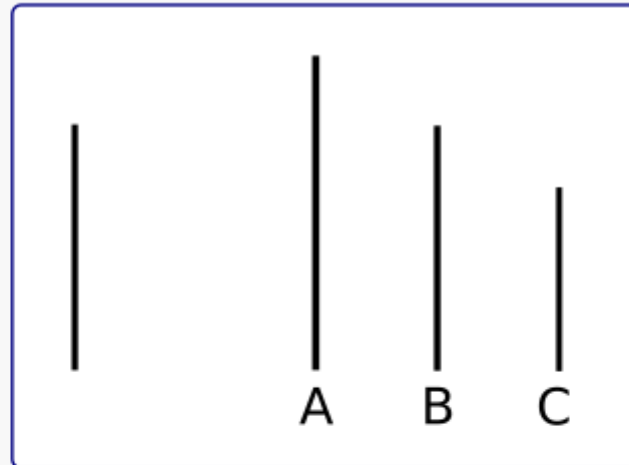


Líneas modelo

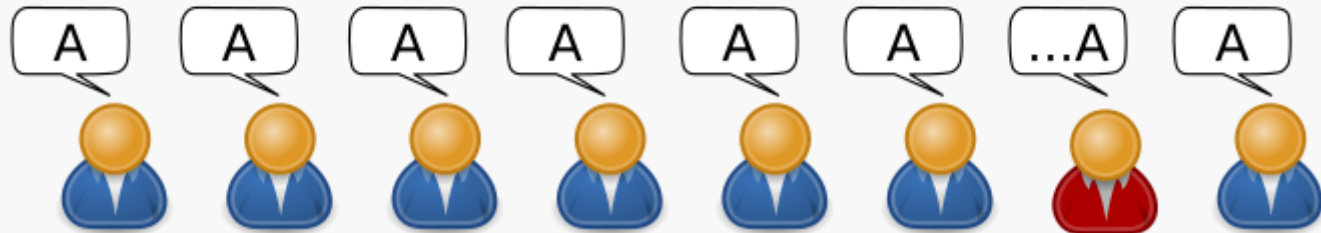


Respuestas

El experimento de Asch



Líneas modelo



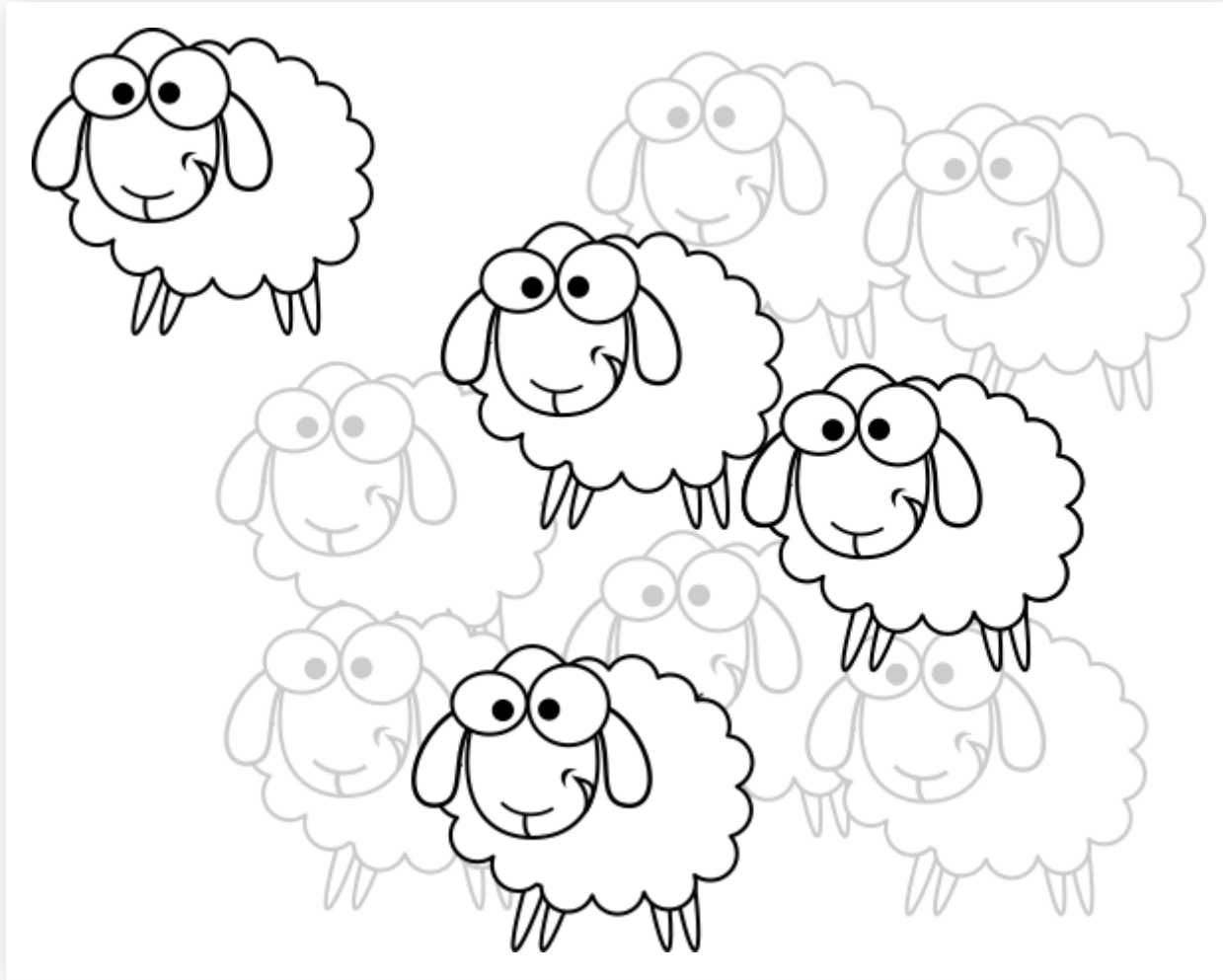
Respuestas

Resultados

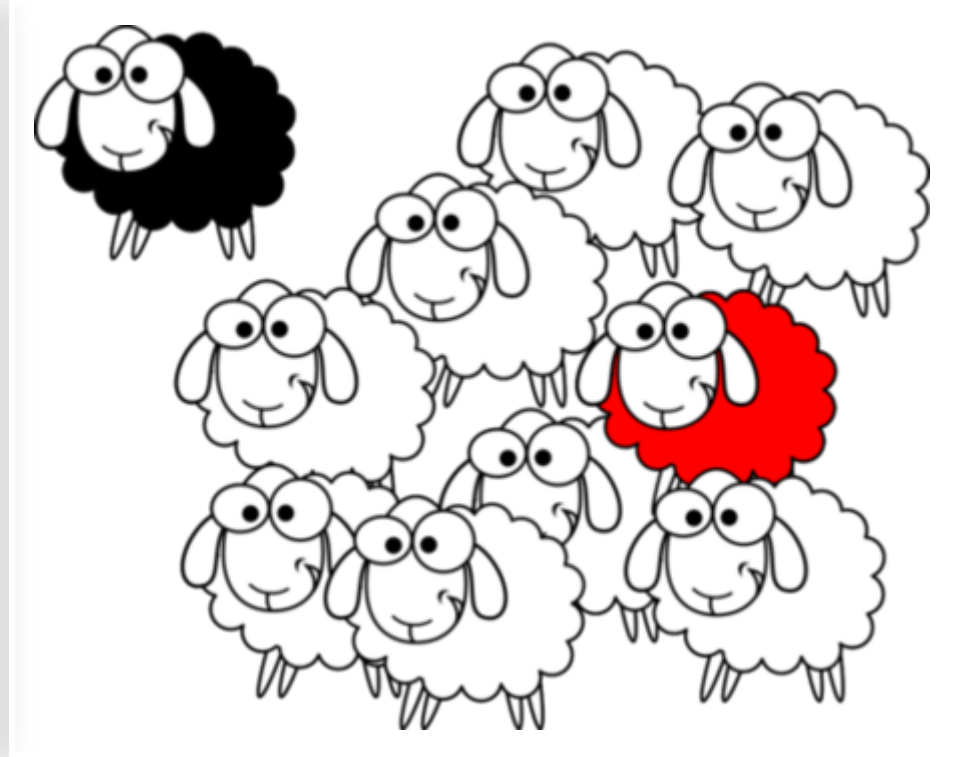
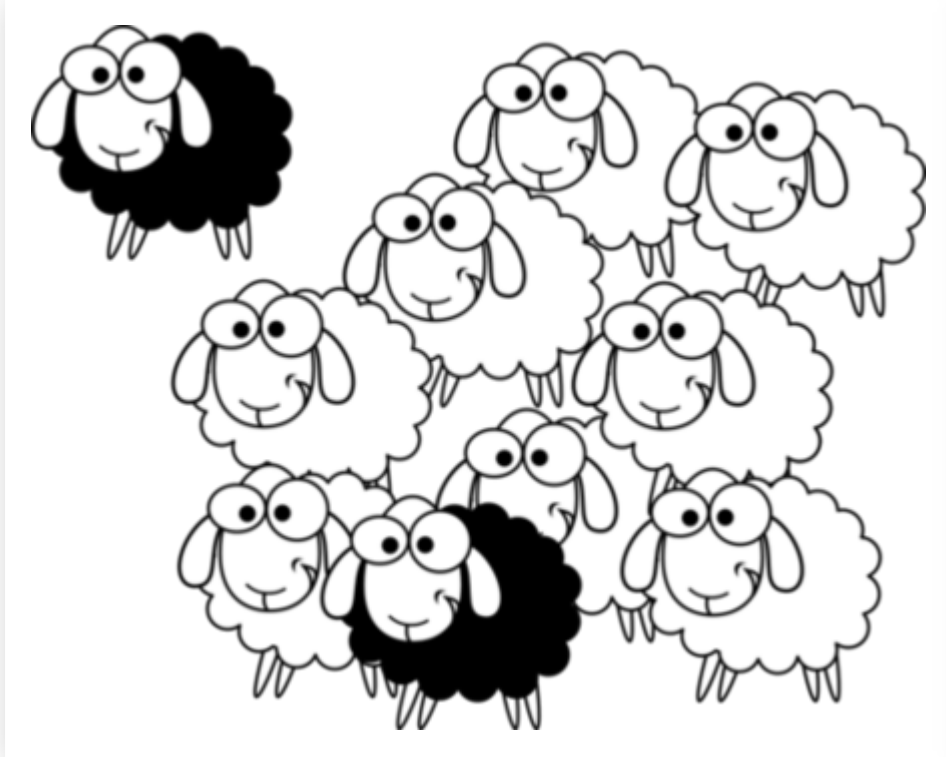
- Respuestas incorrectas: 36.8%
- Personas que nunca ceden: 24%
- Personas que siempre ceden: 5%
- Personas que ceden entre 8 y 12 veces: 27%



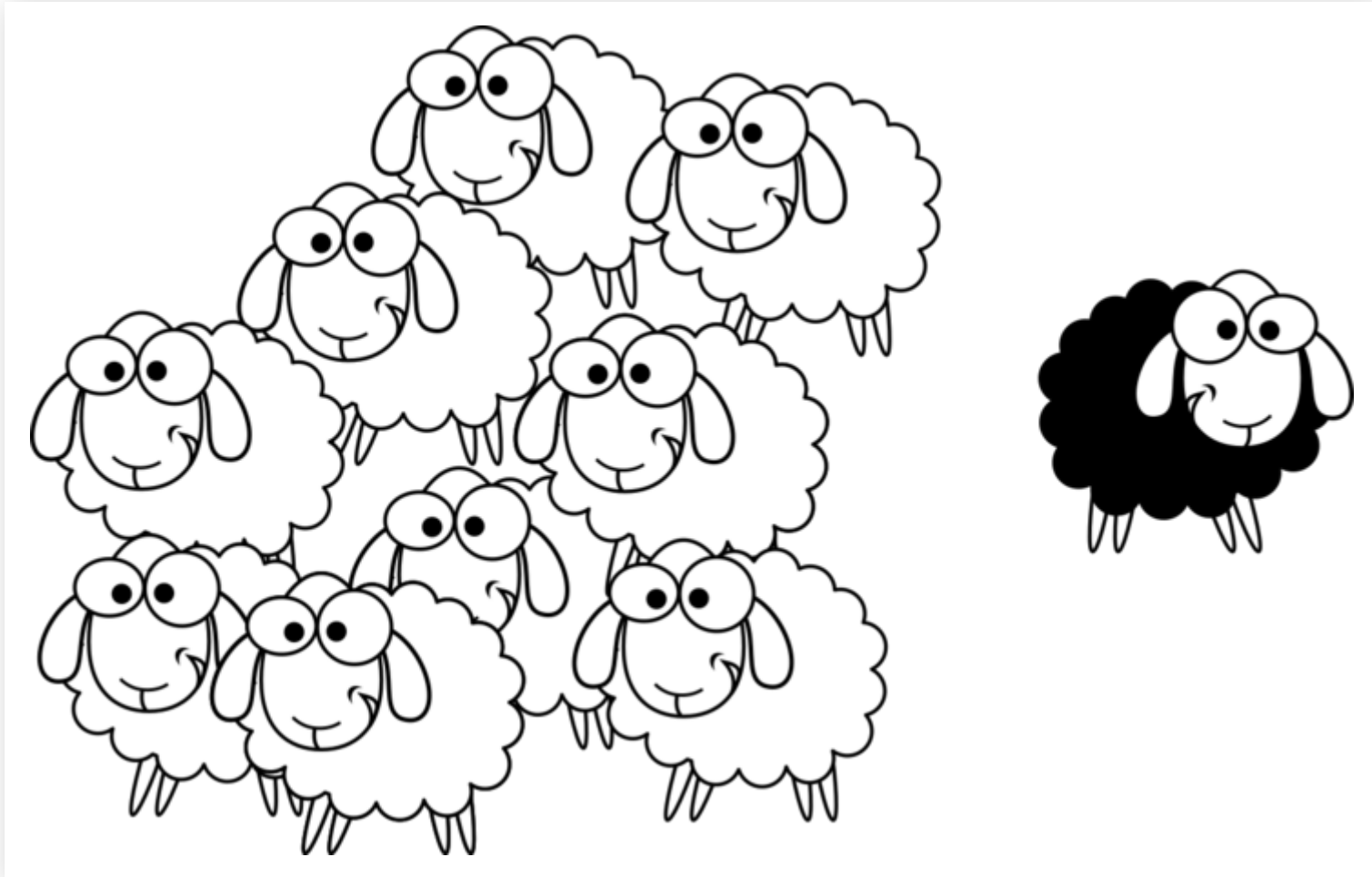
Tamaño de la mayoría



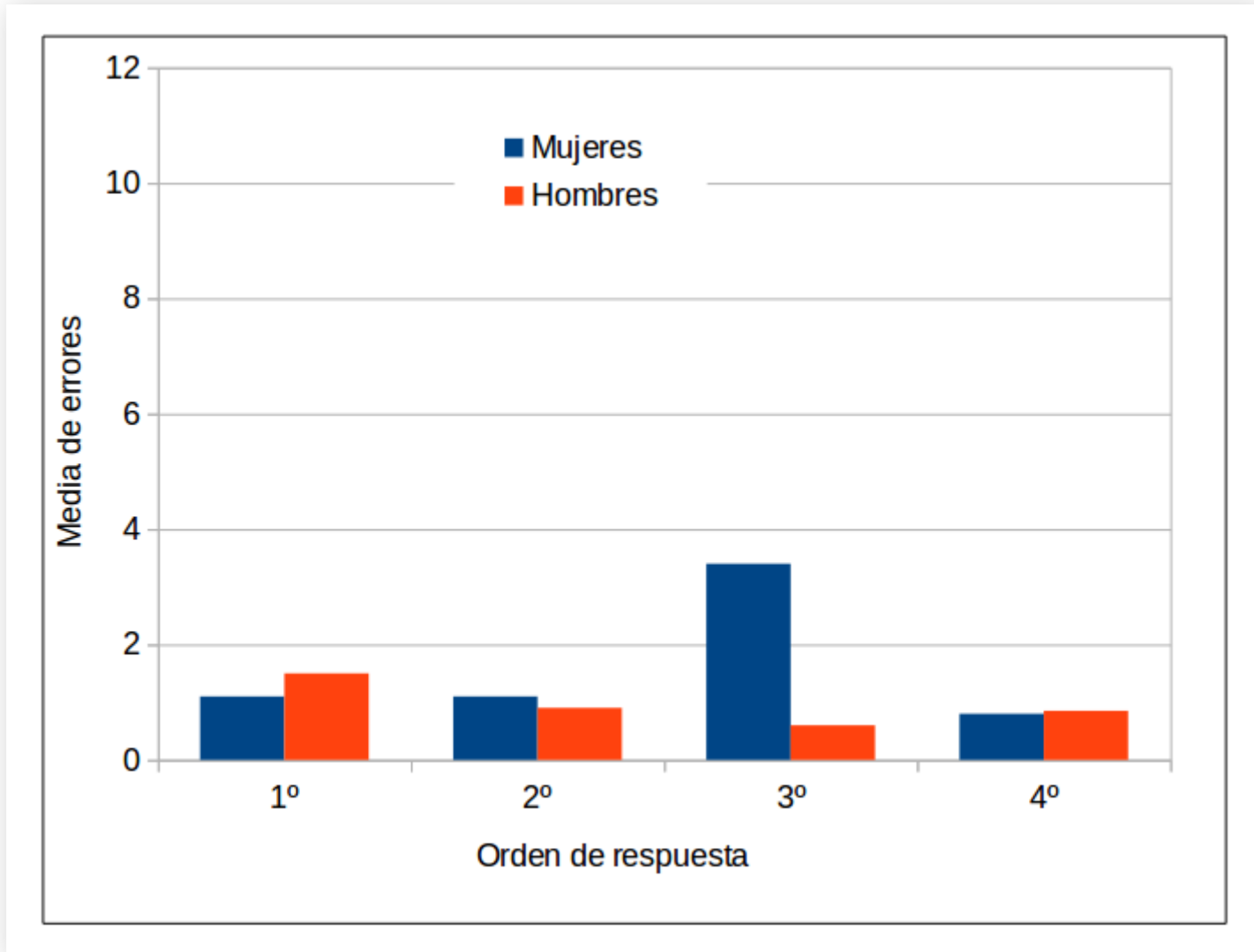
Unanimidad



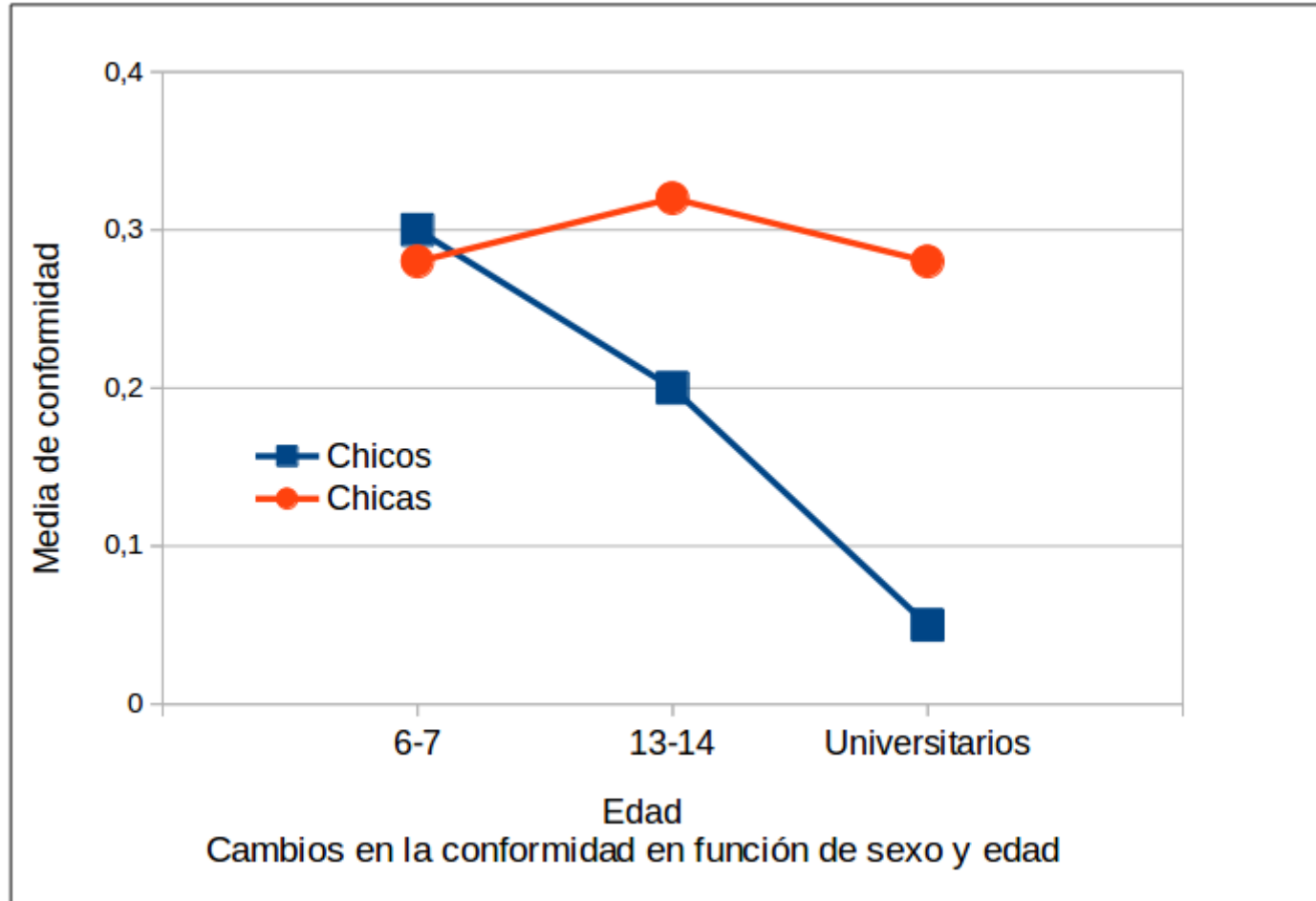
Anonimato



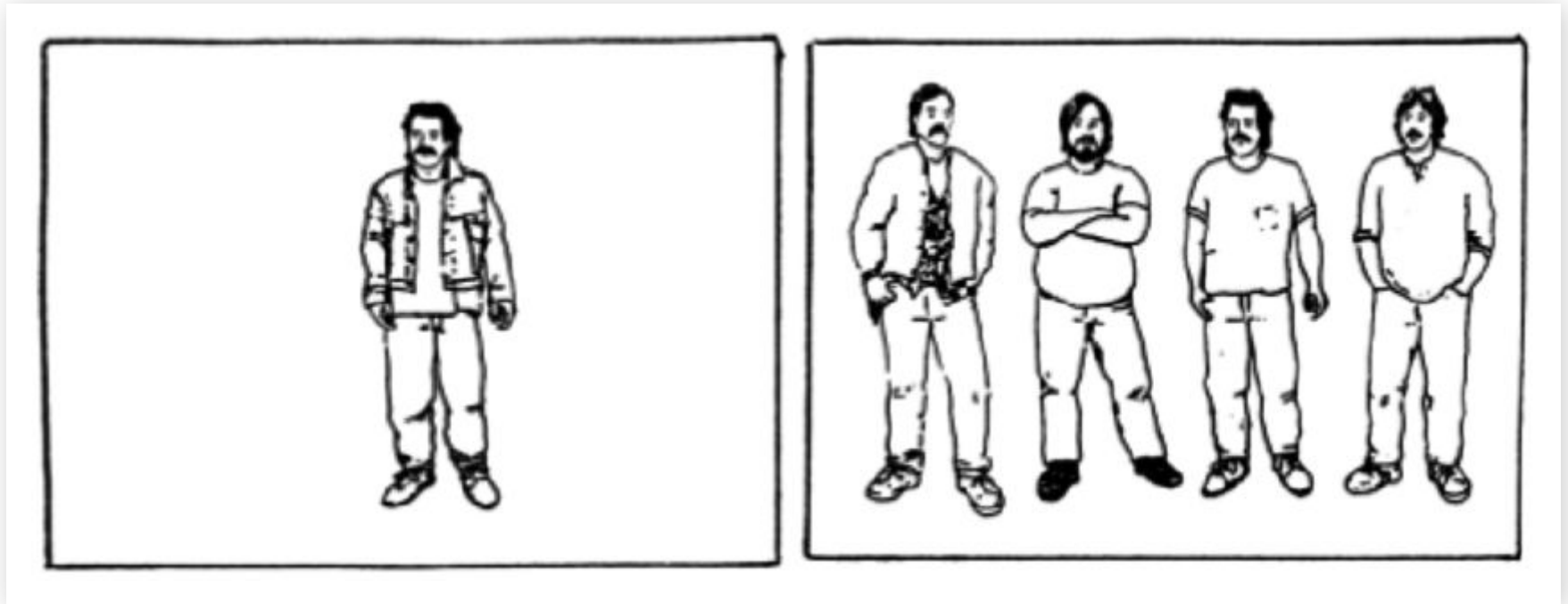
Diferencias mujeres - hombres



Sexo y edad

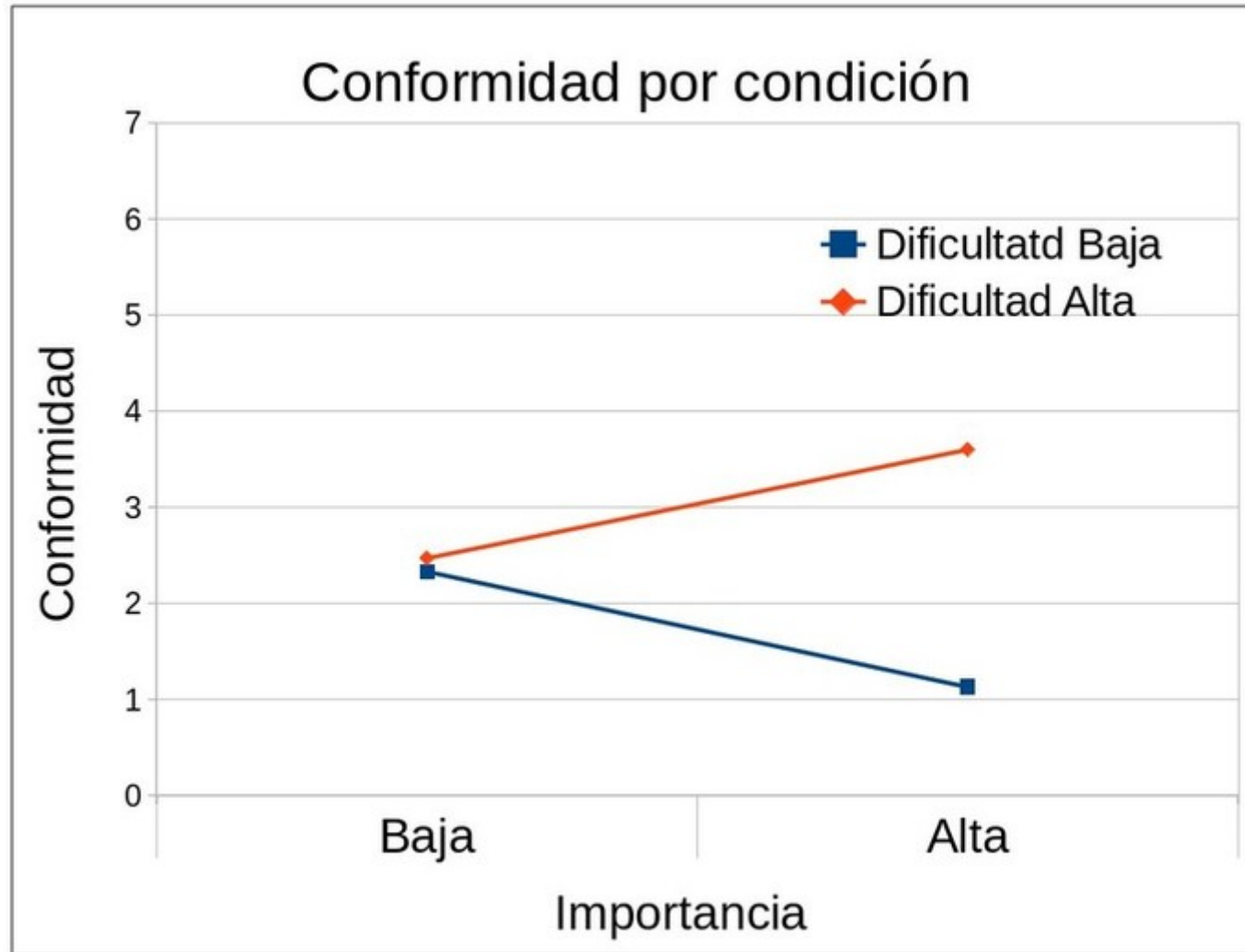


Dificultad y relevancia de la tarea



Baron, Vandello, & Brunsman (1996)

Baron et al. (1996)



Número medio de ensayos en los que hay conformismo

Ignorancia pluralista

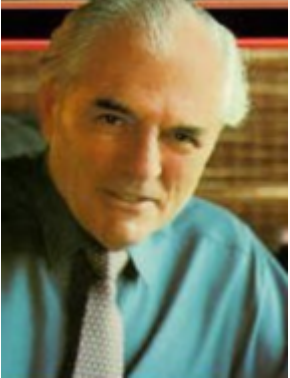


Bibb Latané y John Darley

“en ocasiones, la mayoría de los miembros de un grupo no están de acuerdo con una norma, creencia o modo de actuar del grupo, en su interior o de forma privada, pero cada uno de los sujetos cree –incorrectamente–, que todos o la mayoría de los miembros del grupo sí que están de acuerdo con esa norma, creencia o modo de actuar. Katz y Allport, 1931”

“Miedo” a hablar

Pensamiento
grupal



Irving Janis

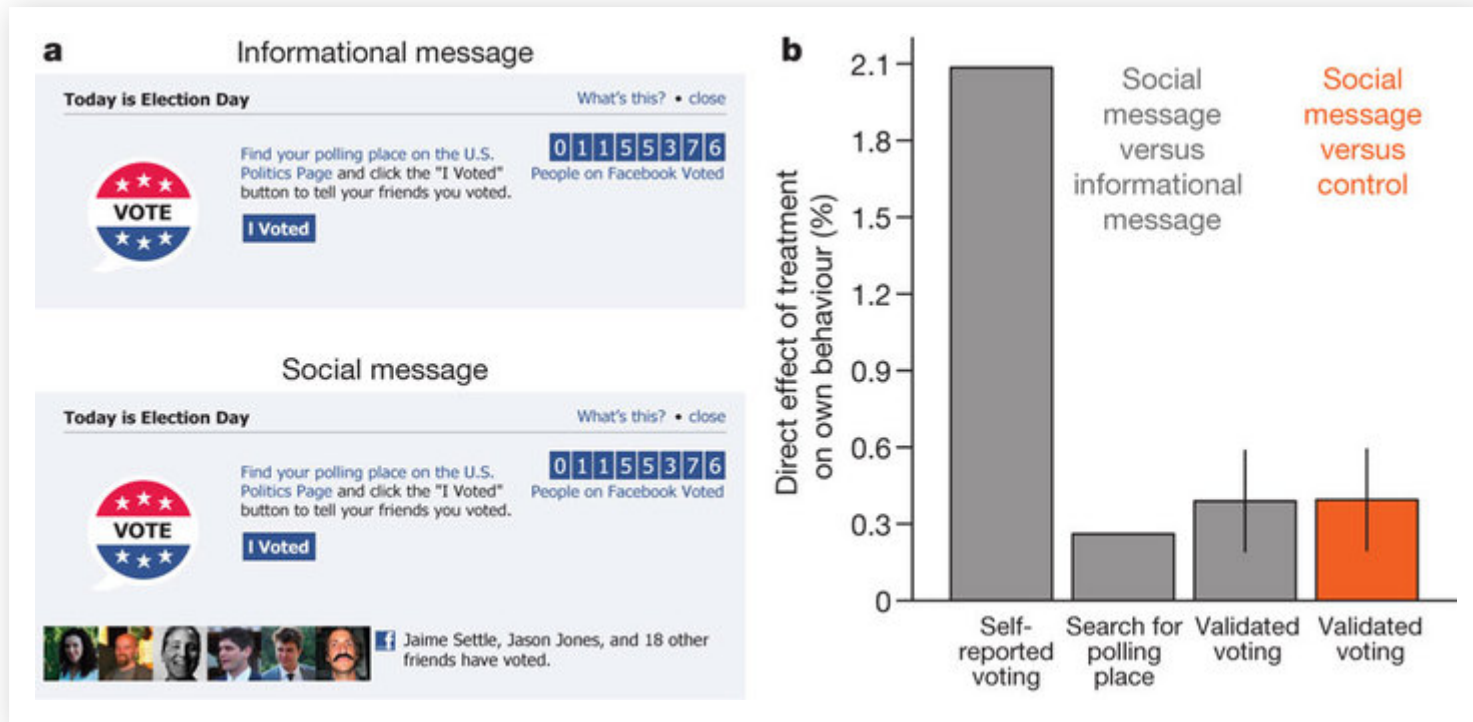


Espiral del
silencio



Elisabeth Noelle-
Neumann

La importancia de los grupos



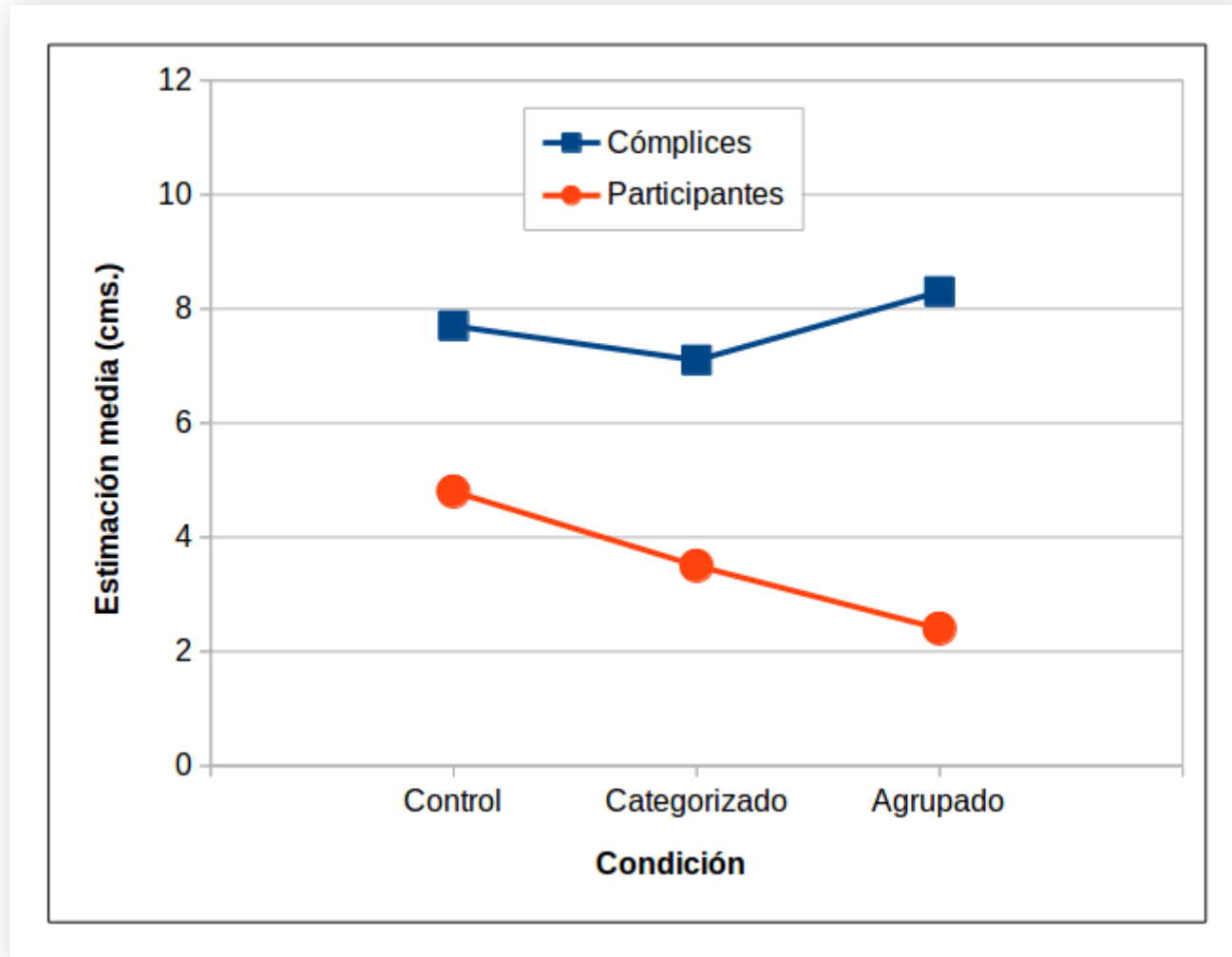
Bond et al. (2012)

Influencia informativa referente

“Consideramos que tanto las comparaciones sociales para reducir la incertidumbre como la existencia de una presión normativa para conformarse dependen de percibir que la fuente de influencia pertenece a la propia categoría.

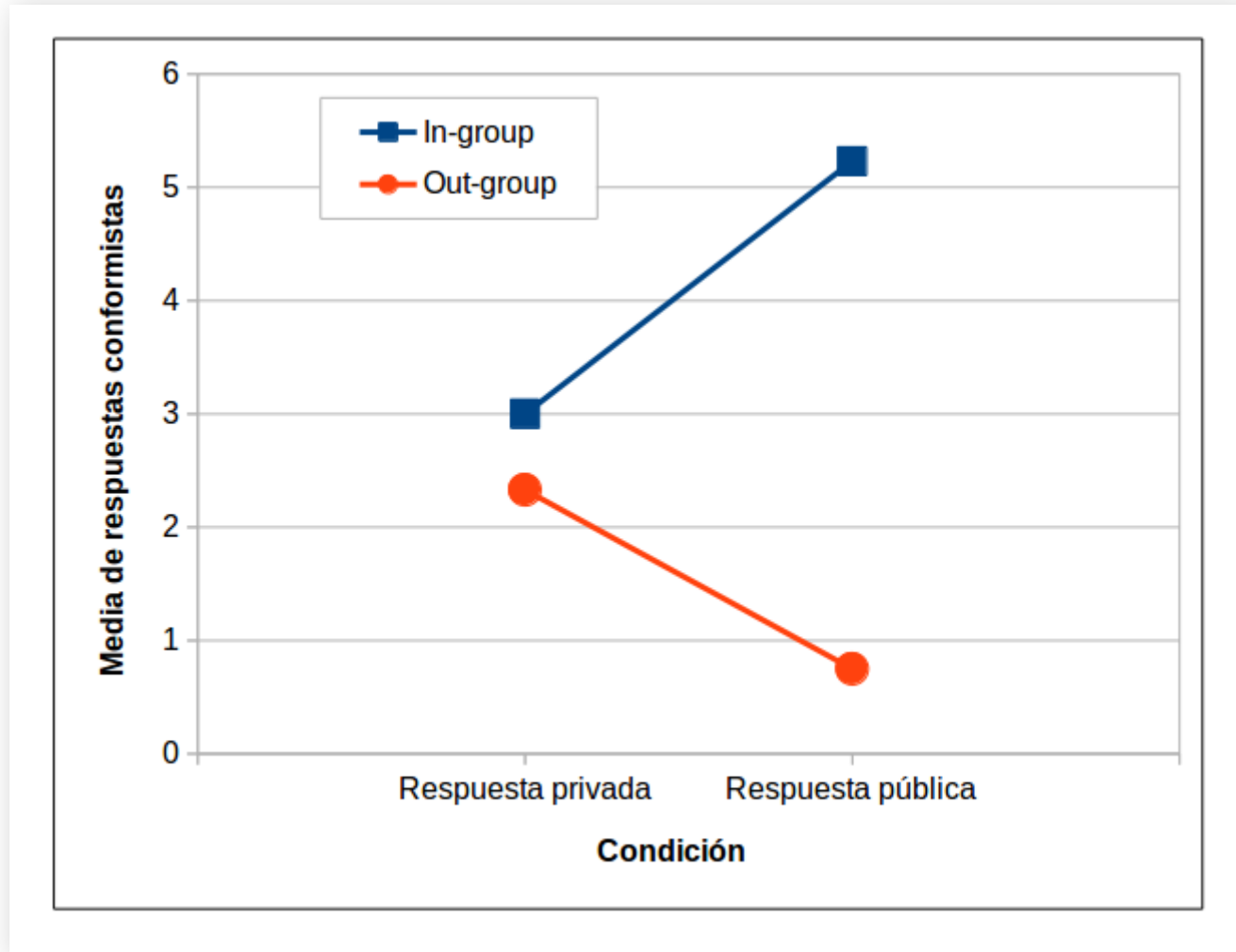
Abrams, Wetherell, Cochrane, Hogg, & Turner (1990, p. 97)

Categorización e influencia



Abrams et al. (1990)

Categorización, anonimato e influencia



Abrams et al. (1990)

Referencias



Abrams, D., Wetherell, M., Cochrane, S., Hogg, M. A., & Turner, J. C. (1990). Knowing what to think by knowing who you are: Self-categorization and the nature of norm formation, conformity and group polarization. *The British Journal of Social Psychology / the British Psychological Society*, 29 (Pt 2), 97–119.

Baron, R. S., Vandello, J. A., & Brunsman, B. (1996). The forgotten variable in conformity research: Impact of task importance on social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(5), 915–927.
<http://doi.org/10.1037/0022-3514.71.5.915>

Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298.
<http://doi.org/10.1038/nature11421>

Dahlgaard, J. O., Hansen, J. H., Hansen, K. M., & Larsen, M. V. (2017). How Election Polls Shape Voting Behaviour. *Scandinavian Political Studies*, 40(3), 330–343. <http://doi.org/10.1111/1467-9477.12094>

Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. <http://doi.org/10.1037/h0046408>

Feliu, J. (2003). Influència, conformitat i obediència. Les paradoxes de l'individu social. In T. Ibáñez Gracia (Ed.), *Introducció a la psicologia social* (1a. ed. en llengua catalana., pp. 251–366). Barcelona: UOC.

Mori, K., & Arai, M. (2010). No need to fake it: Reproduction of the Asch experiment without confederates. *International Journal of Psychology*, 45(5), 390–397. <http://doi.org/10.1080/00207591003774485>

Mori, K., Ito-Koyama, A., Arai, M., & Hanayama, A. (2014). Boys, Be Independent! Conformity Development of Japanese Children in the Asch Experiment without Using Confederates. *Psychology*, 2014.
<http://doi.org/10.4236/psych.2014.57073>

 Pérez, A. (1999). La influencia mayoritaria. In J. F. Morales (Ed.), *Psicología social* (pp. 251–265). Madrid: McGraw-Hill.