

INFLUENCIA SOCIAL

AUTOR: DANIEL BONILLA



San Marcos

ÍNDICE

Influencia social	3
Persuasión	6
Conducta prosocial	9
Bibliografía.....	12

Influencia social



Cuando buscamos cómo identificar la incidencia que tienen factores externos al sujeto respecto al comportamiento social, recurrimos a la influencia social, que surge de las interacciones que tenemos con diferentes fuentes de información que impactan directa e indirectamente en la toma de decisiones o en nuestro comportamiento.

Este tema abre las puertas a la psicología social debido al interés que se tiene en saber cómo la interacción de las personas, situaciones y contextos tiene efecto sobre el sujeto. A esto se le conoce como influencia social, tema fundacional de la psicología, que ha acompañado a la historia de este campo por diferentes momentos de transformación disciplinar; por ejemplo, después de la Segunda Guerra Mundial, donde gran parte de las ciencias sociales buscaban comprender efectos de influencia en las conductas de los soldados que cometieron vejámenes frente a miembros de la especie humana.

Para Allport, psicólogo que trabajó en Harvard y es cercano a la tradición de la psicología social psicológica, toma en consideración a la influencia social como parte nuclear del quehacer de la psicología social, para Allport (1985), citado por Morales y Moya (2011), la psicología social era *“el intento por comprender y explicar cómo los pensamientos, sentimientos y las conductas individuales son influidos por la presencia real o imaginaria de los otros”* (p,3). Esto nos permite ubicar a la influencia como un tema necesario de abordaje dentro del ejercicio del profesional en psicología social.

Asimismo, podríamos afirmar que en el campo social se busca estudiar diferentes formas de influencia dentro de los comportamientos y experiencias sociales tanto del individuo como del grupo, dando un margen de posibilidad amplio para acercarnos a la complejidad de lo social en los seres humanos.

Pero para hablar de influencia social es necesario comentar ciertas características que este fenómeno refiere, debido a su nivel de complejidad, la influencia social tiende a depender de varios aspectos para notarse en una interacción social, además que es tan cotidiana que en todo momento tratamos de influir en las personas y las personas tratan de influir en nosotros, en algunos casos hay éxito en otros no. Trataremos de hablar de algunas características presentes en esta categoría que ayudan a explicar por qué nos dejamos influir, convencer o seguimos instrucciones en momentos particulares de nuestra experiencia social.

Sin embargo, encontramos algunas aproximaciones desde la psicología que nos ayudarán a comprender el tema de la influencia social con mayor precisión.



¡Recordemos que!

Podemos encontrar aproximaciones que refieren el estudio de cómo una persona influye a otra, en esta encontramos por ejemplo la atracción y las relaciones interpersonales. Aquí la psicología social se preguntaría sobre los mecanismos que influyen a un sujeto desde otro. De acuerdo con lo anterior, podríamos tratar de identificar qué estrategias desarrolla un sujeto para enamorar a otro.

También podríamos referir aquel proceso donde un sujeto influye a un grupo o una colectividad y cómo su comportamiento logra modificar conductas en el grupo, en este caso se podrían mencionar categorías como el liderazgo social y político que hacen eco en el trabajo de la influencia social en grupos. Ejemplos más cotidianos podrían ser, un líder político, cuando hace campañas o un profesor que trata que sus estudiantes sean más participativos en clase o aprendan sobre un tema.

Otra manera de orientar la influencia es a partir de cómo un grupo influye sobre una persona, este referente recibe el nombre de conformidad y es, básicamente, la manera en que una persona cede frente a las demandas de un grupo social particular. Con lo anterior, se podría comentar el comportamiento de los adolescentes cuando ejecutan conductas de riesgo por la presión social de sus pares.

Además de lo anterior, se puede identificar estos procesos entre grupos sociales cuando se logra que un grupo interactúe con otro incidiendo su comportamiento, ya sea buscando objetivos comunes (Ej. **Cooperación**) o enfrentándose para obtener un beneficio (Ej. **Competencia**); encontramos que la influencia social logra impactar el comportamiento grupal y colectivo. Ejemplos de esto pueden ser los deportes de competencia o el trabajo comunitario de un barrio por conseguir mejorar su calidad de vida.



Cooperación

Tema de interés para el campo, refiere las estrategias y luchas que se pueden identificar en la relación e interacción de grupos sociales particulares para llegar a un bien común o cumplir objetivos.

Competencia

Tema de interés para el campo: refiere a tensiones y estrategias que realizan dos o más grupos al momento de enfrentarse por un mismo objetivo, por ejemplo. equipos de fútbol, estados, etc.

Este tema está fuertemente relacionado con el tema de las actitudes y el tema de la persuasión, pues gracias a ellos podemos identificar en cierta medida que en alguna situación social hemos transformado algo en nuestro interlocutor (ya sea otro sujeto, una comunidad o una audiencia). Lo que nos lleva a justificar y/o reconocer varias experiencias sociales a las que nos hemos enfrentado, por lo que es interesante apuntar a este proceso de influencia social debido a que es por esto que podríamos acercarnos a eventos como cambiar de ser religioso a ateo, o de un partido político a otro, o dejar de comer carne y ser vegetariano. Este tipo de cosas no suceden en el vacío. Hay unos principios psicosociales que entran en juego y que están relacionados especialmente con la influencia social.

Existen diversas características que van a definir la posibilidad de influir en otra persona o grupo. Esto será comentado en el siguiente apartado; sin embargo, es necesario apuntar que la influencia social se realiza desde diferentes puntos y por diferentes personas, ya sea en una sesión de terapia clínica o un vendedor de servicios de telecomunicación, la influencia ejerce directamente en nuestro comportamiento cotidiano.

Kaplan y Miller (citados por Zornoza, Ripoll, Orengo, González-Navarro y Peiró, 2008, p. 215), refieren dos estilos para reconocer la influencia social al referirse a grupos: "uno normativo (que se produce cuando los miembros del grupo expresan preferencias concretas o reflejan valores y normas) e informativo (si los miembros del grupo se refieren a hechos o realizan inferencias a partir de la información disponible en la tarea que tienen que realizar).

La información expuesta anteriormente nos ubica específicamente en la relación que existe en el comportamiento social y las interacciones sociales, y de qué manera (una entre muchas) podemos clasificar la influencia en relación a un grupo social. Podríamos poner ejemplos acá, como grupo de discusión, sesiones de clase, cultos religiosos, relaciones familiares, en todas partes está la influencia y somos expuestos constantemente a esta.

Existen algunas teorías que nos permiten explicar los procesos por los cuales somos influenciados, como la teoría de la disonancia cognitiva, la teoría del campo y la teoría del rol, que cumplen una función especial al ser trabajadas desde una mirada psicológica para dar respuesta a los procesos de influencia presentes tanto en las interacciones interindividuales como en las tensiones grupales. Además, se relacionan con aspectos relevantes a la psicología humana tales como la cognición, la atención, la motivación entre otros. Lo que hace importante la identificación de estos factores.

Persuasión

Desde el campo de la psicología social podemos reconocer a la persuasión como uno de los elementos más interesantes para explorar la conducta social humana. Este efecto está enlazado con los temas vistos anteriormente, y nos permite realizar un puente de

comunicación entre la cognición social, las actitudes y la influencia. Inicialmente, se puede decir que la persuasión se vale de modificar algo en las personas o grupos referente a experiencias, conocimientos, valores o información respecto a cualquier categoría social. Esto recurriendo al lenguaje y a estímulos externos que van a incidir en la toma de decisiones de una persona o un grupo particular.

¿Qué quiere decir esto? Pues, que es gracias a la persuasión que en este momento, yo estoy redactando este documento y usted está leyéndolo. Pues, no fue casualidad que en algún momento alguien nos persuadió para iniciar con el estudio de la psicología o para trabajar en educación virtual. Todas las decisiones que se han tomado en la vida y las venideras son producto de procesos de persuasión específicos que logran modificar las actitudes de las personas e influir en la información social que tienen. No es raro entonces que alguien nos convenza para iniciar una relación afectiva o iniciar una formación profesional, querámoslo o no, somos producto de la persuasión.

En este punto podremos afirmar que existen algunos componentes básicos para que el proceso de persuasión sea efectivo. Inicialmente, debemos contar con un mensaje, con un receptor y con un emisor; teniendo estos componentes será más fácil explicar el proceso de persuasión.

Existen muchas aproximaciones a este tema, sin embargo, acá nombraremos el más utilizado en la psicología social. El cambio de actitudes de Yale es una de las aproximaciones más interesantes para el estudio de la persuasión.

Antes que nada, debemos recordar los componentes en los que dividimos las actitudes (afecto, pensamiento, conducta), pues es a partir del cambio de estos que logramos que la actitud de una persona cambie con respecto a algo o alguien. Para la teoría de Yale, es de suma importancia que se puedan identificar estos elementos para lograr impactar en ellos y persuadir a la persona.

Generalmente, esta teoría se vale en la comunicación persuasiva que contará con ciertos elementos para lograr influir en las actitudes. Por ejemplo, si hablamos de matrimonio igualitario, e introducimos afirmaciones que fortalezcan el hecho de que las consecuencias de esto no serían negativas para el desarrollo de la sociedad, es muy probable que las personas cambien su actitud sobre este tema y no se dejen guiar solamente por referencias morales particulares.



Instrucción

Es momento de consultar el podcast en la página principal del eje.

La teoría de Yale nos ubica en características que se deben tener en cuenta para lograr persuadir a un auditorio (o persona). Este enfoque reflexiona acerca de cuatro elementos importantes que veremos a continuación. El primer elemento es la **atención**, esto quiere decir que es necesario que la comunidad escuche el mensaje que se quiere transmitir, la idea que aparece acá es que el mensaje debe atraer y mantener la atención de la gente. El segundo elemento hace referencia a la **comprensión**, puede que la gente preste atención a la información pero que no entienda la información que se está dando, por esto es importante que los argumentos sean entendibles para las personas. El tercer elemento es la **aceptación**, cuando nos referimos a los argumentos; acá hay que evaluar el grado motivacional que tienen los receptores de la información, si hay interés por el tema es más probable que se logre persuadir a las personas. El último elemento es la **retención**, con este evaluaremos que los argumentos presentados logran ser retenidos por la audiencia, el ideal entonces es que el mensaje permanezca con la persona (Zimbardo, Ebbesen y Maslach, 1982).

Los procesos anteriores permiten organizar la información social y la interacción que se espera dentro de los procesos de influencia y persuasión. Además de estos, el enfoque de Yale cuenta con unas categorías iniciales que van a ser indispensables para verificar que la persuasión ha sido efectiva. Acá encontraremos también cuatro conceptos que son claves para este proceso. El primer concepto es la **fuentes**, pues de acuerdo a la teoría de Yale los emisores con mayor credibilidad logran ser más persuasivos que los que tiene baja credibilidad. El otro componente hace referencia a la **experiencia**, que en términos prácticos hace referencia a la experticia del que comunica con respecto al tema. Otro componente es la **confiabilidad**, dependiendo el mensaje habrá características del emisor que serán evaluadas respecto al mensaje y que hacen que los argumentos sean más creíbles para el receptor. Ejemplos de esto pueden ser la raza, la apariencia física, semejanzas con el auditorio, estatus social, sexo, entre otros. Finalmente encontramos el componente de la **comunicación** que hace referencia la necesidad de que el mensaje no sea aburrido, que el discurso logre impactar a los receptores depende de cosas como el orden del mensaje y el estilo de la comunicación, puede ser corto, abrumador, sutil (Zimbardo, Ebbesen y Maslach, 1982).

Todos estos elementos juegan un papel importante en el momento de acercarnos a la comunidad en términos de intervención, pues es a partir de entender estos procesos de influencia y persuasión que logramos que ciertos mensajes queden recordados en la persona o grupo con la que se está trabajando. Ya sea en términos de trabajo clínico o trabajo de campo con comunidad, la persuasión juega un papel protagónico dentro de las intervenciones, pues es gracias a lograr persuadir que somos capaces de gene-

rar un impacto adecuado en las experiencias sociales que estemos desarrollando. Esto quiere decir que también es necesario identificar las características con las que cuenta el receptor, sea sujeto o comunidad, pues hay que ajustar los mensajes a las condiciones generales de la gente, pues no se podría realizar una comunicación persuasiva efectiva sobre química orgánica a personas que no están familiarizadas con el tema de alguna manera y además que no le interese. O por ejemplo un mensaje racional y filosófico a personas que no cuentan con la preparación académica para apropiarse de la información adecuadamente.

Finalmente, este elemento es importante porque nos permite identificar los mensajes y estudiar la manera en que la sociedad logra influir en nuestras decisiones, desde la elección de una gaseosa hasta la decisión de votar por un candidato a un cargo político. El poder de la psicología social está en lograr persuadir y transformar las realidades de las personas a partir de darse cuenta de sus necesidades y potencialidades.

Conducta prosocial

Finalmente, vamos a hablar de otro concepto utilizado en el campo social, que contribuye al desarrollo de capacidades dentro de una comunidad particular.

El término comportamiento prosocial fue introducido a principios de los años 70 a raíz de un asesinato cometido en Nueva York donde 38 vecinos ignoraron las súplicas y las llamadas de auxilio de una mujer que fue apuñalada y finalmente asesinada por su agresor (Redondo, Rueda y Amado, 2009, p. 236).

Esta situación volcó el trabajo en la psicología social hacia la necesidad de estudiar la relación de conductas de ayuda en los humanos. Aquí vemos que es necesario reconocer de qué manera funcionan los mecanismos de cooperación y ayuda. La conducta prosocial se encarga de estudiar personas que por su comportamiento altruista optan por colaborar a otros en diferentes situaciones sociales, incluso se hay riesgos o amenazas.



Instrucción

Le invitamos a la página principal del eje para responder la videopregunta.

Cuando reconocemos las **dinámicas grupales** y las interacciones sociales de diferentes comunidades, nos damos cuenta que hay comportamientos que tienden a tratar de contribuir al desarrollo de la gente. Estas conductas están enfocadas en mejorar la calidad de vida de las personas y desde la psicología social comunitaria también buscaremos que contribuyan a mejorar la salud mental de los sujetos en un contexto social particular.



Dinámicas grupales

Interacciones que surgen dentro del grupo y que contribuyen a entender su funcionamiento a niveles sociales, políticos, psicológicos, culturales, etc.

Este término recoge gran cantidad de conceptos que se han trabajado en otras materias durante nuestra formación, por nombrar algunos: motivación, empatía y trabajo en equipo; asimismo nos remite directamente al trabajo en términos colectivos y comunitarios. Además, es un comportamiento que está relacionado con ayudar a otros, una conducta colaborativa y/o altruista.

Este comportamiento en beneficio de otras personas ha sido estudiado por la Psicología y particularmente por la Psicología social, acuñado bajo el nombre de conductas pro sociales; entendiéndose bajo esta categoría aquellas acciones que realizan las personas en beneficio de otras, sin esperar recompensa e incluso, en ocasiones, suponiendo un riesgo para quienes la ejercen (Marín, 2009, p,61)

La conducta prosocial está fuertemente relacionada con el campo comunitario debido a las exigencias y retos que diferentes situaciones sociales tienen respecto al trabajo que se adelanta desde una comunidad. Ya sea desde el liderazgo en comunidad o desde los procesos de intervención psicosociales, la conducta prosocial debe ser un componente nuclear en los procesos y decisiones en las acciones que se adelantan al momento de realizar un trabajo psicosocial.

Una definición adecuada de conducta prosocial es la de Olivar 1998 (citado en Auné, Blum, Abal, Lozzia, Attorresi, 2014):

Aquel comportamiento que favorece a otra persona, grupos o metas sociales y aumenta la probabilidad de generar una reciprocidad positiva, de calidad y solidaria en las relaciones interpersonales o sociales consecuentes, salvaguardando la identidad, creatividad e iniciativa de las personas o grupos implicados (p. 22).

Con lo anterior, se identifica la pertinencia de reconocer y potenciar las comunidades para desarrollar comportamientos específicos que van a favor de la comunidad y que están más allá de las posibles problemáticas que se identifican dentro de los procesos de intervención-acción desde la psicología social comunitaria.

El reto sería poder generar estrategias para modificar las actitudes o persuadir, para que los comportamientos en favor de un grupo social o comunidad estén a la orden del día y prime el bien común por encima del individual, pues en sociedades occidentales tendemos a generar un fuerte énfasis en aspectos individuales por encima de los colectivos, razón por la cual es necesario que desde la psicología social comunitaria nos tomemos muy en serio el ejercicio de intercambio y transformación de espacios psicosociales que tenemos con las comunidades.



Lectura recomendada

Para finalizar lo invitamos a la página principal del eje para realizar la lectura complementaria:

Estudio de las conductas prosociales en niños de San Juan de Pasto

Érika Alexandra Vásquez Arteaga



Instrucción

Recuerde realizar la actividad evaluativa dispuesta en la sección de tareas del módulo.

- Barra, E. (1998) Psicología social. Recuperado de http://www.sibudec.cl/ebook/UDEC_Psicologia_Social.pdf
- Auné, S. E., Blum, G. D., Abal, F. J. P., Lozzia, G. S., & Attorresi, H. F. (2014). La conducta prosocial: Estado actual de la investigación.
- Briñol, P., Falces, C., & Becerra, A. (2007). Actitudes. *Psicología social*, 3, 457-490.
- Marín, J. (2009). Conductas prosociales en el barrio Los Pinos de la ciudad de Barranquilla, Colombia. *Revista CES Psicología*, 2(2), 60-75.
- Morales, F., Moya, M (2011) Definición y objeto de la psicología social. En Moya, M., Rodríguez, R., (Eds) Fundamentos de psicología social. (pp 21-41) Madrid, España: Ediciones Pirámide
- Pacheco, J. R., Rueda, S. R., & Vega, C. A. (2013). Conducta prosocial: una alternativa a las conductas agresivas. *InvestigiumIRE*, 4(1), 234-247.
- Rodríguez, A., Betancor, V. (2007) La cognición social. En Morales, F., Gaviria, E., Moya, M., Cuadrado, I., (Eds.) *Psicología social*, pp. 125-166. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Laca Arocena, F. A. (2005). Actitudes y comportamientos en las situaciones de conflicto. *Enseñanza e investigación en psicología*, 10(1).
- Wills, G., Rodríguez., (2011) Cognición social. En Moya, M., Rodríguez, R., (Eds) Fundamentos de psicología social, pp 67-87. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Zimbardo, P.G., Ebbeg, Ebbesen (Coaut), Maslach, C., & Leon, J.D.P. (1982). *Influencia sobre las actitudes y modificación de conducta*. Fei.
- Zornoza, A., Ripoll, P., Orengo, V., González-Navarro, P., & Peiró, J. (2010). Los procesos de influencia social en entornos virtuales y su incidencia sobre la eficacia grupal. *Artículos en PDF disponibles desde 2007 hasta 2013*. A partir de 2014 visítenos en www.elsevier.es/rfp, 40(2), 213-227.
- Vásquez, E. (2017) Estudio de las conductas prosociales en niños de San Juan de Pasto. *Revista Psicogente*, 20(38), pp. 282-295 recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/psico/v20n38/0124-0137-psico-20-38-00282.pdf>
- León, D (2013) Introducción a la Cognición Social y la Neurociencia Cognitiva. Universidad Piloto de Colombia.



www.usanmarcos.ac.cr

San José, Costa Rica