

# ¿Qué es la Psicología Social?

Elena Gaviria Stewart  
J. Francisco Morales Domínguez

## OBJETIVOS

### INTRODUCCIÓN

#### QUÉ ES Y QUÉ NO ES LA PSICOLOGÍA SOCIAL

#### PRINCIPIOS BÁSICOS

- Múltiples determinantes de los procesos psicológicos
- La influencia de los demás
- Realidad objetiva frente a realidad construida
- La importancia del pensamiento no racional

#### LOS PROCESOS PSICOSOCIALES Y SU INTERCONEXIÓN

- Procesos individuales
- Procesos interpersonales
- Procesos grupales
- Procesos societales
- Interconexión entre procesos

#### SITUACIÓN SOCIAL Y SOCIABILIDAD

- Sociabilidad a través del grupo

#### LOS MOTIVOS SOCIALES

- El modelo de Fiske
- El modelo de Kip Williams
- El modelo de Levine y Kerr

#### LOS MOTIVOS SOCIALES SEGÚN EL MODELO DE RICHMAN Y LEARY

- La reacción al rechazo
- Conductas reparadoras

#### LAS METAS GRUPALES

#### LA INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA SOCIAL

- Los métodos más utilizados en la investigación psicosocial

#### RESUMEN

#### LECTURAS RECOMENDADAS Y REFERENCIAS EN INTERNET

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## TÉRMINOS CLAVE

Motivos sociales • Procesos psicosociales • Psicología Social • Realidad construida • Sociabilidad

### OBJETIVOS

- Aprender qué se entiende por Psicología Social y distinguirla de otros tipos de conocimiento con los que suele confundirse.
- Comprender en qué consiste el enfoque o perspectiva psicosocial.
- Conocer los principios básicos en los que se basa la disciplina al abordar su objeto de estudio.
- Identificar los tipos de procesos que estudia la Psicología Social, asimilar su distinta naturaleza y comprender su necesaria interconexión.
- Entender el concepto de sociabilidad y los motivos sociales que la promueven como base del comportamiento social.
- Asimilar las metas que las personas buscan conseguir mediante su pertenencia a grupos, así como los costes que esa pertenencia exige al individuo.
- Descubrir cómo logra la Psicología Social analizar los procesos psicosociales, es decir, las relaciones entre persona y contexto social.

## INTRODUCCIÓN

Teoría, investigación y aplicación a las realidades de la vida cotidiana son los tres pilares que sustentan la Psicología Social. En los distintos capítulos que componen este volumen se presentan modelos teóricos y resultados empíricos relevantes de áreas o campos concretos de la disciplina (por ejemplo, cognición social, relaciones interpersonales, influencia o actitudes, entre otros). Es importante señalar que, aunque en cada capítulo se trata un tema claramente diferente de los demás, todas las cuestiones abordadas son psicosociales, porque se estudian y analizan desde un mismo enfoque.

En este capítulo introductorio se explica en qué consiste ese enfoque peculiar denominado «psicosocial». En primer lugar se ofrece una definición de la disciplina, que servirá como referencia para orientarse acerca de qué es la Psicología Social, y también se establece la diferencia entre ésta y otras formas de conocimiento, tanto científicas como no científicas, con las que suele confundirse. A continuación se exponen una serie de principios en los que los psicólogos sociales se basan a la hora de abordar su objeto de estudio, algunos de los cuales son distintivos de esta área de conocimiento. Estos principios irán apareciendo, ya sea explícita o implícitamente, en los diversos temas tratados en este texto, por lo que es importante tener una idea previa acerca de ellos. Con la misma finalidad, se exponen los distintos tipos de procesos que estudia la Psicología Social, haciendo especial hincapié en la interconexión entre ellos, ya que en la realidad cotidiana no suelen encontrarse en estado puro. La segunda parte del capítulo se dedica a tres cuestiones de gran calado, porque se refieren a fenómenos que están en la raíz de todos nuestros pensamientos, emociones y comportamientos sociales: la sociabilidad, los motivos sociales y las metas grupales. Los tres están íntimamente ligados. Por una parte, la sociabilidad es una cualidad innata y característica del ser humano que nos facilita la convivencia con los demás, sin la cual no habríamos podido hacer frente a las demandas del medio. Por otra, los motivos sociales, más concretamente, la necesidad de pertenencia, como motivo básico que nos impulsa a buscar la compañía de otros, es tan fundamental que en él se basa nuestra sociabilidad y, en definitiva, nuestra supervivencia como especie. Esa supervivencia ha sido posible gracias a que los individuos se asociaban formando grupos, y en esos grupos conseguían una serie de ventajas que la vida en solitario no les brindaba. A repasar algunas de esas ventajas, sin dejar de mencionar los inconvenientes, tanto para el individuo como para el grupo, dedicamos el apartado referente

a las metas grupales. Para cerrar el capítulo, se hace una breve presentación de las características de la investigación que los psicólogos sociales realizan para estudiar los procesos que les interesan. Se trata de otro aspecto fundamental del enfoque psicosocial, que no podía omitirse en este tema introductorio.

## QUÉ ES Y QUÉ NO ES LA PSICOLOGÍA SOCIAL

La Psicología Social es la disciplina científica que estudia las relaciones entre procesos psicológicos y contexto social. Dicho con otras palabras, es el estudio científico de cómo las personas pensamos y sentimos acerca de los demás, de cómo nos comportamos al relacionarnos unas con otras, y de cómo en esos pensamientos, emociones y conductas influye el contexto social, es decir, otras personas.

Por ejemplo, cómo nos las arreglamos para entender lo que hacen los demás y por qué, qué actitudes mantenemos hacia otras personas y hacia el mundo social en general, de qué dependen los juicios que nos formamos sobre el comportamiento de los demás; por qué sentimos atracción hacia determinadas personas y rechazo hacia otras, por qué unas veces ayudamos a quien lo necesita y otras veces ignoramos esa necesidad e, incluso, llegamos a mostrarnos agresivos; por qué tenemos prejuicios hacia personas que pertenecen a determinados grupos y por qué tratamos de que no se nos note; cómo nos influyen las personas que nos rodean y los grupos a los que pertenecemos; qué papel desempeñan en todos estos procesos nuestra naturaleza humana y nuestra cultura. De todas estas cuestiones, y de muchas más, se ocupa la Psicología Social.

Se trata, como puede verse, de fenómenos cotidianos, que nos resultan muy familiares. Por eso, muchos de los resultados obtenidos en los estudios psicosociales parecen obvios, de sentido común. En cierto modo, todos somos psicólogos sociales aficionados, puesto que en nuestra vida diaria estamos continuamente observando a las personas relacionarse entre sí e influirse unas a otras, y nuestra propia adaptación a la vida en grupo y en sociedad requiere que seamos hábiles en esa observación. Ahora bien, existen tres diferencias fundamentales entre la Psicología Social y el sentido común, que el futuro psicólogo no debe ignorar (véase el Cuadro 1.1).

Por último, queremos resaltar la diferencia entre nuestra disciplina y la *Sociología*, otra ciencia afín con la que frecuentemente se la confunde. La Psicología Social es una rama de la Psicología que se encuentra en la frontera con la Sociología, por lo que compar-

**Cuadro 1.1 La Psicología Social y el sentido común**

No es infrecuente que a los psicólogos sociales se les acuse de intentar demostrar lo obvio, y de que las conclusiones de sus estudios son de Perogrullo, algo que, por cierto, no les ocurre a colegas de otras disciplinas menos cercanas a lo cotidiano. Por eso, creemos importante salir al paso de estas críticas en este primer capítulo, estableciendo claramente las diferencias entre ambas formas de conocimiento.

Por una parte, el sentido común muchas veces se limita a describir cómo son las cosas, mientras la Psicología Social intenta explicarlas. Pero incluso cuando se trata de explicar y no de describir, los dos siguen rutas distintas. La Psicología Social busca las causas de los fenómenos para poder predecirlos antes de que ocurran; en cambio, el sentido común opera al revés, explicando y, por paradójico que parezca, «previendo» los resultados cuando ya se han producido, es decir, considerándolos lógicos y esperables, sean cuales sean. Es lo que los psicólogos sociales llaman «sesgo retrospectivo», o también *fenómeno «ya lo sabía»*.

Se ha demostrado en diversos experimentos que las personas suelen considerar obvios los resultados de los estudios cuando se los describen, incluso aunque sean falsos, pero no son capaces de predecirlos correctamente cuando no los conocen (Slovic y Fischhoff, 1977).

La tercera diferencia se refiere al método seguido para llegar a las correspondientes conclusiones sobre la conducta social. Cuando nos guiamos por el sentido común, solemos basarnos en nuestra propia experiencia, o en la de nuestros conocidos. De ahí que muchas veces las conclusiones de personas distintas sean contradictorias. Precisamente, una de las labores de la Psicología Social consiste en distinguir cuál de las muchas y a menudo contradictorias opciones que admite el sentido común es la que más se acerca a la realidad. Para ello, dispone de un variado conjunto de métodos que le permiten emprender un estudio científico y sistemático de esa realidad, no sólo para describirla sino, sobre todo, para explicarla y poder predecirla.

te intereses con ésta, si bien el foco de investigación es diferente. Los sociólogos se centran en el contexto social, y estudian el funcionamiento de los grupos, las sociedades y las instituciones en sí mismos, como algo externo al individuo. Los psicólogos sociales, en cambio, se ocupan de las relaciones entre el contexto social y los procesos psicológicos. Les interesan también los grupos, las sociedades y las instituciones, pero como producto de la interacción entre los individuos, como algo interiorizado en la mente de las personas y que influye en lo que piensan, sienten y hacen. Con un ejemplo se entenderá mejor la diferencia entre ambos enfoques. Para estudiar un fenómeno como la delincuencia, un sociólogo analizaría factores macrosociales como las diferencias sociales en cuanto al nivel socioeconómico y educativo, la tasa de inmigración o la tasa de desempleo existentes en una sociedad, por citar algunos. Un psicólogo social, sin embargo, se centraría en cómo el hecho de vivir en un ambiente propicio a la delincuencia desde que nacen, como consecuencia de cualquiera de los factores macrosociales mencionados o de otros, afecta a las personas desde el punto de vista cognitivo (cómo ven la realidad, qué esperan de la vida), afectivo (qué sienten hacia los demás y hacia sí mismos) y conductual (qué comportamientos aprenden y manifiestan).

Como conclusión de todo este apartado sobre lo que es y lo que no es la Psicología Social podemos decir que esta disciplina gira en torno al eje de lo que se ha dado en llamar la «sociabilidad» del ser humano, es decir, su capacidad y necesidad de relacionarse con sus congéneres. Este aspecto tan característico de nuestra especie (y que compartimos con otras mu-

chas) no es, sin embargo, un fenómeno simple y que se pueda dar por sentado, sino algo que se elabora y se construye en la interacción cotidiana, como tendremos ocasión de mostrar en este manual.

---

## PRINCIPIOS BÁSICOS

Existen una serie de principios básicos en esta disciplina que es necesario entender, porque son los que guían a los psicólogos sociales cuando investigan y elaboran modelos explicativos de los procesos que estudian. En todos los capítulos que siguen se hará mención, de una u otra forma, a estos principios.

### Múltiples determinantes de los procesos psicológicos

Los procesos psicológicos (la forma en que pensamos y sentimos, las metas que nos fijamos y la conducta social) son el producto conjunto de tres factores:

- la influencia de los demás,
- nuestras características personales (rasgos de personalidad, género, edad, entre otras), y
- nuestra naturaleza biológica heredada a lo largo de nuestra historia evolutiva.

Los psicólogos sociales se ocupan fundamentalmente del primero de estos factores, pero a la hora de interpretar los resultados de sus estudios suelen tener

en cuenta los otros dos. Por otra parte, dado que somos, y siempre hemos sido, seres sociales desde que nacemos, es bastante probable que tanto nuestros rasgos de personalidad como las tendencias y capacidades que hemos heredado de nuestros ancestros se hayan desarrollado bajo la influencia de otras personas.

## La influencia de los demás

La Psicología Social parte del supuesto de que nuestros pensamientos, emociones y conductas son, en gran medida, producto de la influencia de los demás. Esa influencia es a veces consciente, como cuando adopta la forma de presión social y nos dejamos persuadir por los argumentos de un vendedor, de un político, o de un amigo, o nos sometemos a las órdenes de una autoridad. Pero en la mayoría de las ocasiones no nos percatamos de hasta qué punto somos objeto de la influencia de otros. Esto se debe a que no siempre es tan explícita (véase el Cuadro 1.2).

Por citar otro ejemplo, nuestras creencias, valores y puntos de vista, que nos llevan a «construir» la realidad de una determinada manera (véase el siguiente apartado), son, en una parte muy importante, producto de la influencia de los demás, pero no porque nos hayan sido impuestos o alguien nos haya convencido de que son adecuados, sino porque nos han sido transmitidos como consecuencia de vivir en una sociedad y una cultura concretas, o porque son las creencias, valores y puntos de vista de los grupos a los que pertenecemos y con los cuales nos identificamos.

Por tanto, no es necesario que los demás estén interactuando con nosotros, ni siquiera que tengan intención de influirnos, para que esa influencia tenga lugar. Nos afecta incluso cuando estamos solos. Por ejemplo, si, antes de llevar a cabo una acción determinada, tenemos en cuenta lo que va a pensar de nosotros una persona a la que apreciamos o respetamos, y después obramos en consecuencia, esa persona nos está influyendo aun sin estar con nosotros ni ser consciente de

ello. Y lo mismo puede decirse de las normas sociales, las costumbres, las modas, las corrientes de opinión y otros fenómenos que no pueden atribuirse a personas concretas pero que son producto del pensamiento humano y nos indican si nuestras ideas o nuestra conducta en una situación concreta son apropiadas o no y lo que se espera de nosotros y, por tanto, constituyen también formas de influencia de los demás.

Llegados a este punto, es importante entender que las personas no somos meros blancos de la influencia de los demás. Nosotros somos también parte del contexto social para otros y, por tanto, les influimos, es decir, la influencia social es bidireccional.

## Realidad objetiva frente a realidad construida

Otra premisa muy importante de la que parten los psicólogos sociales a la hora de abordar su objeto de estudio es que la realidad social afecta a nuestra forma de pensar, de sentir y de comportarnos, pero no lo hace directamente, sino tal como nosotros la vemos y la interpretamos. Y esa percepción e interpretación de la realidad depende, a su vez, de procesos psicológicos básicos y universales, como la cognición, la motivación o la emoción, y de la influencia de los demás. En este sentido, los psicólogos sociales hablan de «construcción de la realidad».

Nos pasamos la vida percibiendo e interpretando lo que ocurre a nuestro alrededor. No somos máquinas fabricadas en serie que responden con pautas fijas ante los estímulos del medio. Nuestros pensamientos, emociones y conductas, por rápidos y automáticos que puedan ser la mayoría de las veces, siempre son el resultado de un proceso de «elaboración» de los estímulos objetivos.

Veamos un ejemplo extraído de una de las áreas de investigación de los psicólogos sociales, el comportamiento de ayuda, que será abordado en el Capítulo 9. La forma en la que reaccionemos cuando un descono-

### Cuadro 1.2 El efecto de la mera presencia

En uno de los experimentos más citados en Psicología Social por su carácter pionero (Triplet, 1897), se comprobó que los ciclistas que pedaleaban juntos (cada uno de ellos sobre su bicicleta estática) mostraban una mayor intensidad de pedaleo que los que lo hacían solos. Y esto sucedía sin que mediara interacción alguna entre ellos. Por eso, a este fenómeno se le ha llamado «efecto de mera presencia»: la simple presencia de otras personas influye aumentando la motivación de cada una de ellas para realizar la tarea.

Muchos años más tarde, Zajonc (1965) matizó y completó la explicación de este efecto. Según este autor, efectivamente, la presencia física de otros incrementa la motivación de la persona, es decir, la intensidad con que realiza el esfuerzo. Ahora bien, si la tarea es fácil, o la persona es muy diestra en ella, la motivación incrementa el rendimiento; pero si la tarea es difícil, o la persona es inexperta o poco diestra, la motivación, en la medida en que potencia la intensidad del esfuerzo, tiende a multiplicar los errores que comete y, de esta manera, perjudica su rendimiento.

cido nos pide ayuda dependerá, entre otras cosas, de procesos cognitivos: qué inferencias hagamos a partir de su aspecto físico, su forma de hablar, etc., a qué causa atribuyamos su necesidad, en qué categoría de personas lo clasifiquemos y qué creencias mantengamos sobre ese tipo de personas; y también de procesos emocionales, como nuestro estado de ánimo, y motivacionales, por ejemplo, si en ese momento tenemos prisa porque algún objetivo concreto ocupa nuestra mente. Es decir, no es sólo la presencia de la otra persona y su conducta lo que determina nuestro comportamiento, sino también todos esos procesos psicológicos intermedios que tienen lugar cuando interactuamos con ella.

Precisamente debido a la existencia de esos procesos psicológicos, no es infrecuente que, ante una misma situación, dos personas diferentes reaccionen de forma distinta. Eso se debe a que no han «construido» esa situación en su mente de la misma manera y/o a que sus motivaciones y emociones ante dicha situación difieren. No obstante, gracias a la influencia mutua entre los miembros de un grupo o sociedad, que, como decíamos antes, afecta directa e indirectamente a nuestros procesos psicológicos, es posible llegar a una visión básicamente compartida de la realidad que permite la vida en comunidad. Esta idea se entenderá mejor tras la lectura del Capítulo 2.

## La importancia del pensamiento no racional

Los psicólogos sociales han tenido muy claro, desde hace casi medio siglo, que nuestra mente no siempre funciona de forma racional y lógica, como defendían los modelos clásicos de toma de decisiones. En realidad, el pensamiento, la memoria, las actitudes, todos ellos operan a lo largo de un continuo entre dos formas diferentes de procesamiento: una consciente o deliberada y otra inconsciente y automática. No se trata del subconsciente que postulaba Freud al hablar de los impulsos que subyacen tras nuestros actos, sino de un procesamiento mental intuitivo al que recurrimos sin darnos cuenta en la gran mayoría de las situaciones cotidianas en las que nos movemos. Y, por sorprendente que parezca, suele funcionar muy bien. Como si de un piloto automático se tratara, realiza la mayor parte de nuestras tareas mentales rutinarias, ahorrándonos tiempo y esfuerzo cognitivo. Desde luego, tiene también sus inconvenientes, que se ponen de manifiesto en los numerosos sesgos y errores que cometemos cuando confiamos demasiado en la intuición. Por eso, a la hora de tomar alguna decisión importante, suele ser el procesamiento deliberado el que toma las riendas. En caso contrario, las consecuencias pueden ser

bastante negativas. En el Capítulo 3, dedicado a la cognición social, se aborda esta cuestión con más detalle.

## LOS PROCESOS PSICOSOCIALES Y SU INTERCONEXIÓN

La relación entre procesos psicológicos (pensamiento, emoción y conducta) y contexto social da lugar a procesos psicosociales de distinta naturaleza. Los psicólogos sociales suelen distinguir entre cuatro tipos de procesos psicosociales: individuales, interpersonales, grupales y societales.

### Procesos individuales

Decimos que son individuales, no porque no sean sociales, sino porque tienen lugar dentro del individuo, pero siempre con un referente social. Cuando pensamos en lo que hacen otras personas, o sus acciones nos provocan determinadas emociones, o intentamos buscar una explicación a su conducta, o cambiamos de actitud porque otro nos ha persuadido, todo eso ocurre en nuestro interior, y por tanto son procesos individuales, pero en todos ellos intervienen otras personas, bien sea como objetos de nuestro pensamiento (de nuestros procesos cognitivos) o bien como agentes de influencia sobre ese pensamiento o sobre nuestras emociones o comportamientos. Y como decíamos en un apartado anterior, incluso cuando creemos estar solos y actuar de forma autónoma e independiente de los demás, probablemente nos estamos ajustando a ciertas normas de lo que es apropiado en esa situación, o a lo que creemos que otra persona o personas esperan de nosotros, y eso también es social, puesto que nos estamos dejando influir por la presencia imaginada o implícita de los demás. Esa influencia afecta incluso a la forma en que nos vemos a nosotros mismos. En ese sentido, los procesos individuales son también sociales, porque el referente son otras personas.

A lo largo de este texto tendremos ocasión de abordar más extensamente este tipo de procesos, especialmente en los capítulos dedicados a cognición social (Capítulo 3), percepción y atribución (Capítulo 4), autoconcepto (Capítulo 5) y actitudes (Capítulo 6).

### Procesos interpersonales

Son los que se producen por la influencia mutua entre dos o más personas. Es importante aclarar aquí que, para que un proceso se considere interpersonal,



Cuando una pareja discute, normalmente están actuando como individuos y tratando al otro de la misma forma. En este tipo de relación, lo relevante son las características personales de los implicados, no su pertenencia grupal. Por tanto, dicha relación se enmarcaría en los denominados procesos interpersonales.

los individuos implicados deben estar relacionándose entre sí como personas individuales, no como miembros de un grupo. Por ejemplo, una discusión acalorada entre marido y mujer sería un fenómeno interpersonal, pero una discusión igualmente virulenta entre un representante sindical y uno de la patronal sería un fenómeno grupal (más concretamente intergrupal), puesto que esos individuos no están actuando a título personal sino en representación de sus respectivos grupos.

Este tipo de procesos, junto con los grupales, ocuparon durante muchos años buena parte del contenido de los manuales de Psicología Social, considerándose el objeto de estudio primordial de la disciplina. Hoy la situación ha cambiado notablemente, y en los manuales actuales se dedica también un amplio espacio a los procesos de naturaleza individual y societal.

A lo largo de este volumen se abordarán los procesos interpersonales especialmente en los capítulos sobre influencia y persuasión (Capítulo 7), relaciones interpersonales (Capítulo 8), conducta de ayuda (Capítulo 9) y agresión (Capítulo 10). Asimismo, en un apartado posterior de este capítulo trataremos un aspecto muy importante de las relaciones interpersonales: la motivación que nos impulsa a vincularnos a otras personas y las reacciones que nos provoca sentirnos rechazados por ellas (cuestión que será retomada más extensamente en el Capítulo 8).

## Procesos grupales

Son procesos que tienen lugar dentro de los grupos, como el liderazgo, la cohesión, la holgazanería social o el pensamiento de grupo, y también cuando unos grupos se relacionan con otros, relaciones que muchas veces provocan conflicto.

A lo largo de la evolución humana, la inserción de las personas en grupos ha sido una constante. De hecho, la adaptación fundamental que ha permitido la supervivencia de la especie ha sido social: nuestra especie ha sobrevivido porque las personas se han organizado en grupos, y ha sido este tipo concreto de organización el que explica el éxito en la adaptación a un medio físico generalmente hostil (véase el Capítulo 2).

Con todo, las relaciones entre la persona y el grupo son muchas veces ambivalentes (véase el Cuadro 1.3).

Este volumen no dedica mucho espacio a los procesos grupales, no porque nos parezcan menos importantes, sino porque son objeto de una asignatura completa en otro curso del Grado: «Psicología de grupos». No obstante, hemos incluido un capítulo (el 13), que servirá como presentación de los procesos que se abordarán en dicha asignatura, procesos plenamente psico-

### Cuadro 1.3 La relación entre el individuo y el grupo

Además de las ventajas que supone para los individuos pertenecer a grupos, a menudo en la interacción surgen desacuerdos y conflictos. A veces el grupo exigirá a las personas que lo integran, o a alguna de ellas, más de lo que les da a cambio: sería una especie de explotación de las personas por parte del grupo. También puede ocurrir lo contrario: algún miembro del grupo puede aprovecharse de los esfuerzos de los demás integrantes y rentabilizarlos en beneficio propio (dando lugar, por ejemplo, a lo que se conoce como «holgazanería social»). Esta dinámica de relaciones entre individuo y grupo ha sido estudiada en Psicología Social mediante experimentos que plantean dilemas sociales, es decir, situaciones en las que los intereses individuales y grupales entran en conflicto (puede verse una descripción de varios de estos estudios en el capítulo

de Gaviria, 2019, citado en la bibliografía recomendada al final de este tema).

La investigación sobre decisiones en dilemas sociales ha servido también para poner de manifiesto que la conducta de las personas se modifica cuando pasan a formar parte de un grupo, actúan en nombre de él o lo representan ante otras personas. Por ejemplo, se ha encontrado que cuando los participantes toman su decisión a título personal tienden a cooperar mucho más que cuando deciden como representantes de un grupo. En este último caso suelen optar por buscar a toda costa el beneficio para su propio grupo (Insko, Schopler, Hoyle, Dardis y Graetz, 1990). A este fenómeno se lo conoce en Psicología Social como «efecto de discontinuidad individuo-grupo».

sociales. Además, en este mismo capítulo dedicamos un espacio significativo a abordar de forma expresa la importancia que la pertenencia grupal tiene para las personas (véase más adelante).

### Procesos sociales

Son procesos sociales que trascienden a los individuos y a los grupos pero que influyen en ellos, como los que se originan como consecuencia de las estructuras de estatus y poder, de las normas, costumbres y valores culturales compartidos o de los medios de comunicación, entre otros.

Por ejemplo, las normas culturales marcan nuestro comportamiento y nuestra forma de pensar tanto cuando actuamos como individuos independientes, como cuando interactuamos con otra persona o cuando lo hacemos como miembros de un grupo. En muchos países musulmanes existen normas que establecen unas condiciones de vida y comportamiento para las mujeres que a nosotros, que pertenecemos a una cultura occidental, nos parecen denigrantes. Esas normas, de naturaleza societal, lo impregnan todo: las relaciones entre el grupo o categoría de hombres y el de mujeres, la interacción entre cónyuges y, también, los pensamientos, emociones y conducta de cada miembro de esas sociedades.

La influencia de los procesos sociales en la forma de pensar, sentir y actuar de las personas quedará patente a lo largo de todo el texto, pero dedicaremos

el Capítulo 2 a abordarla de forma específica, centrándonos en el efecto de la cultura en los procesos psicosociales.

### Interconexión entre procesos

Esta distinción entre procesos según su naturaleza tiene sólo un fin analítico, porque en la realidad se combinan entre sí y rara vez aparecen aislados (Figura 1.1).

Para entender cómo afectan estos procesos de distinta naturaleza a la influencia que los demás ejercen en nosotros, retomaremos el ejemplo que utilizamos en un apartado anterior: una situación en la que alguien nos pide ayuda. Esa petición es un estímulo social (puesto que proviene de otra persona) que va a influir de alguna manera en nuestro pensamiento, que nos provocará una determinada reacción emocional y que nos llevará a dar una respuesta concreta. Pues bien, cómo pensemos, sintamos y actuemos en esa situación concreta va a depender de factores tales como nuestro estado de ánimo en ese momento (proceso individual: si estamos contentos es más probable que ayudemos que si estamos enfadados), el tipo de relación que nos una a esa persona (proceso interpersonal: solemos ser más generosos con los familiares y los amigos que con los desconocidos), si el otro es de nuestro mismo grupo o no (proceso grupal o intergrupal: ayudamos preferentemente a los de nuestro propio grupo más que a los que pertenecen a otros gru-

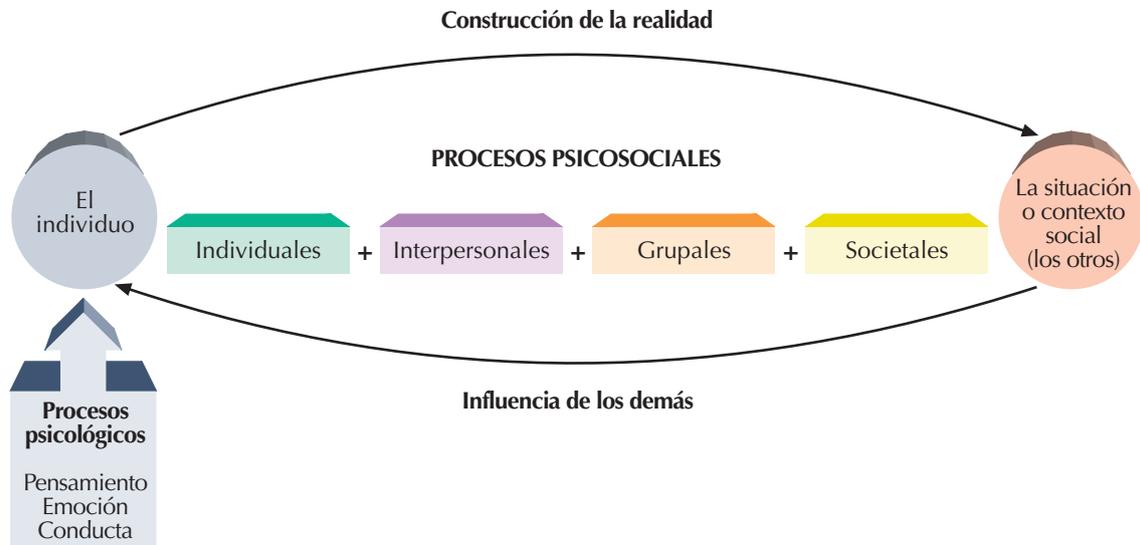


Figura 1.1

Representación de los procesos que estudia la Psicología Social.

pos), o las normas que rijan en nuestra cultura ese tipo de situaciones (proceso societal: hay culturas donde lo normativo es ayudar a los demás, aunque sean extraños, y otras en las que lo que se valora socialmente es que cada uno se valga por sí mismo).

En los capítulos que componen este texto se podrán encontrar otros muchos ejemplos. Aunque el orden de los temas se ha establecido siguiendo esta clasificación (primero aparecen los procesos individuales, después los interpersonales y finalmente los grupales e intergrupales, mientras que los procesos sociales se abordan transversalmente en todos los capítulos), en cada uno de ellos se entrelazan procesos de distinta naturaleza. Esto resulta especialmente evidente en los capítulos dedicados al autoconcepto y la identidad (Capítulo 5), los estereotipos (Capítulo 11) y el prejuicio (Capítulo 12). En cierto modo se trata de procesos híbridos. Los dos últimos se relacionan directamente con las actitudes –los estereotipos como creencias compartidas sobre las características de los miembros de un grupo, y el prejuicio como evaluación de una persona por su pertenencia a un determinado grupo– y en este sentido podrían considerarse procesos de naturaleza individual, puesto que tienen lugar en la mente de cada individuo. Pero su carácter socialmente compartido y el hecho de que su objeto sea otros grupos y sus miembros les dan un marchamo claramente grupal.

Por su parte, la identidad social, íntimamente ligada al autoconcepto como parte de él, se construye a partir de la pertenencia de la persona a uno o varios grupos. La definición de Henry Tajfel (1981, p. 255) no deja lugar a dudas: la identidad social es «la parte del autoconcepto individual que deriva del conocimiento de la pertenencia a un grupo social (o grupos sociales) junto con el significado emocional y valorativo que conlleva dicha pertenencia».

## SITUACIÓN SOCIAL Y SOCIABILIDAD

La importancia atribuida por la Psicología Social a las situaciones sociales se manifiesta en la conocida ecuación de Lewin (1952), uno de los fundadores de la disciplina, según la cual la conducta es función de la persona y del ambiente. Dicho con otras palabras, lo que hacemos, y también lo que pensamos y sentimos, depende de nuestras características individuales y de la situación en la que nos encontramos. Frente a la tendencia de la persona media a explicar la conducta de otras personas a partir de su personalidad y a pasar por alto la situación en la que se produce esa conducta (de esta tendencia se hablará en el Capítulo 4), el sello dis-

tintivo de la Psicología Social consiste, precisamente, en poner el foco en la situación y en su impacto sobre la conducta (véase Fiske, 2010). Y, en una especie tan sociable como la nuestra, la situación suele implicar a otras personas.

Para «sobrevivir y prosperar» las personas necesitan a los demás, tienen que conseguir su aceptación y es esto lo que hace de las situaciones sociales algo determinante. La sociabilidad (esa tendencia innata a relacionarnos con los demás, tan característica del ser humano) sería impensable al margen de la situación social, ya que es en esta donde se produce el encuentro con los «otros» (Fiske, 2010), algo en lo que hace hincapié también Leyens (2012). Este autor defiende que la sociabilidad del ser humano se constituye gradualmente por medio de la interacción con personas clave en situaciones que cabría calificar de «primordiales». En este sentido, la investigación muestra que el recién nacido, sin un contacto permanente con los demás, no pasaría de ser un mero organismo biológico, como han puesto de relieve los estudios de casos extremos, como el de los llamados «niños lobo» o el de los que se han encontrado encerrados en graneros o establos. Ninguno de estos niños, a pesar de haber conseguido sobrevivir aislados de todo contacto humano hasta su descubrimiento y posterior integración a la sociedad, llegó a alcanzar el nivel afectivo, intelectual y lingüístico necesario para una inclusión social plena y fluida. Despojados de un ambiente social durante los años iniciales de su vida, su supervivencia no abrió el camino hacia la plenitud a la que aspira todo ser humano.

La trascendencia del contacto social no se restringe sólo a esas etapas iniciales de la vida. Los escasos cuidados afectivos que se presta habitualmente a los niños criados en orfanatos parecen explicar sus elevadas tasas de mortalidad y de enfermedades, muy superiores a la media, así como su retraso intelectual y psicomotor y sus problemas afectivos. Dado que varios estudios han eliminado la posibilidad de que estos resultados se deban a una falta de alimentación adecuada o de cuidados materiales, esta es una prueba más de la necesidad que tiene la persona individual de contacto con el grupo. Parece, por tanto, que la clave de la sociabilidad es la capacidad de las personas para sobrevivir como miembros de grupo.

Los seres humanos se adaptan a su ambiente por medio de la integración en grupos de interacción directa. El grupo significa apoyo social y vínculos sociales. La investigación ha demostrado que las personas socialmente integradas sobreviven mejor. Fiske (2010) aporta los siguientes datos: las personas viven más años cuando tienen más vínculos sociales, es decir, están casadas, mantienen contactos con la fami-

lia extensa y con amigos, pertenecen a una iglesia y tienen otras afiliaciones formales o informales. Añade que esta relación (entre longevidad y vínculos sociales) es más fuerte que la que existe entre longevidad y otras variables potencialmente explicativas, como la influencia de la salud física, el consumo de tabaco y bebidas alcohólicas, la actividad, la obesidad, la clase social, la raza, la edad, la satisfacción con la vida y el uso de servicios preventivos de salud. Concluye esta autora que del aislamiento social surgen emociones negativas que dañan el sistema inmunitario y afectan a la supervivencia.

Por tanto, los vínculos sociales no pierden su importancia en la edad adulta. En su resumen de una serie de investigaciones, Leyens (2012) señala que la armonía conyugal (extensible tanto a matrimonios como a parejas de hecho) tiene una estrecha relación positiva con la salud mental y física, y negativa con crímenes y suicidios. Sin necesidad de negar que el divorcio es, en muchas ocasiones, una solución al conflicto de la pareja, la investigación demuestra que se relaciona con el malestar psicológico, como se deduce del hecho de que el ingreso de personas divorciadas (y no vueltas a casar) en instituciones psiquiátricas supera, en los Estados Unidos de Norteamérica, en proporción de 22 a 3, a las personas que manifiestan ser felices en su matrimonio.

De lo anterior se deduce la importancia de la interdependencia en los vínculos sociales, no sólo entre individuos sino también entre miembros de un grupo.

## Sociabilidad a través del grupo

La interdependencia es, según Brewer (1997), la característica central del grupo psicológico y responde al hecho, ya apuntado, de que la persona individual no puede sobrevivir contando sólo con sus propias «capacidades, habilidades y esfuerzos», sino que necesita «los esfuerzos y conductas» de las otras personas del grupo y depende de ellas. La interdependencia, que implica organización y coordinación interna de las personas dentro del grupo, descansa sobre complejos mecanismos cognitivos que facilitan la sintonización de la propia conducta con la de los otros miembros del grupo.

Su complemento es la identificación social, proceso por el que la persona incluye en su autoconcepto a los miembros de su grupo cuando percibe, y acepta, su pertenencia a una categoría común, que se conoce como «endogrupo» (de esto hablaremos con más detalle en el Capítulo 5). Este representa una comunidad de cooperación y confianza recíproca. Dentro del endogrupo, las personas esperan respeto, consideración positiva y una certeza acerca de las normas y reglas

grupales. Paralelamente, le atribuyen mayor valor y moralidad que a los otros grupos de no pertenencia, o «exogrupos», es decir, consideran que su grupo es superior y moralmente mejor que los grupos a los que no pertenecen. No obstante, como se ha expuesto en el Cuadro 1.3, las relaciones entre la persona y el grupo no siempre son positivas.

## LOS MOTIVOS SOCIALES

De la exposición del apartado anterior se deduce que las personas, cuando se relacionan con otras, buscan la aceptación social. Lo consiguen gracias a los motivos sociales, definidos como aquellos procesos psicológicos que mueven a las personas, o las impulsan, a pensar, sentir y actuar en una dirección determinada en situaciones que implican a otras personas. Se puede decir que los motivos sociales son el recurso fundamental del que disponen las personas para manejar las situaciones sociales a las que se enfrentan a lo largo de sus vidas. Dentro de la disciplina de la Psicología Social se han formulado distintas tipologías o modelos. A continuación se presentan las más importantes.

### El modelo de Fiske

Introduce cinco motivos sociales centrales que incrementan la integración de las personas en los grupos y, de esta forma, favorecen su supervivencia física y psicológica. Considera fundamental el de pertenencia, porque en torno a él se organizan los otros cuatro, que son la comprensión, el control, la potenciación personal y la confianza (véase Fiske, 2010).

Define el motivo de pertenencia como la necesidad de relaciones fuertes y estables con otros. Señala que, además de incrementar la supervivencia individual, el motivo de pertenencia también beneficia al grupo al aumentar la probabilidad de que los miembros cooperen y se involucren en una acción coordinada. En el próximo capítulo, dedicado a la influencia de la evolución, nos referiremos a este modelo y explicaremos en qué consisten los otros cuatro motivos que contempla.

### El modelo de Kip Williams

La aportación más conocida de este autor es el estudio del ostracismo, también denominado tratamiento silencioso, y definido como la «exclusión consen-

suada (de una persona) de los privilegios comunes o de la aceptación social». En su modelo de motivos sociales, Williams (2007), para explicar el modo en que las personas se enfrentan a la amenaza de la exclusión social, del rechazo y, por supuesto, también del ostracismo, postula, en la línea iniciada por Leary, Tambor, Terdal y Downs (1995), que la persona intensifica su atención a pistas e indicios de la situación social para calibrar su «valor relacional», es decir, el grado en que los demás valoran relacionarse con ella. En el Capítulo 8 se retomará esta cuestión.

El modelo de Williams gira en torno a la forma en que las personas se enfrentan a una valoración negativa. Las amenazas que provienen de conductas interpersonales aversivas de otras personas producen una especie de «batalla intrapsíquica» entre las necesidades fundamentales. Cuando las necesidades amenazadas son la pertenencia y la autoestima (las dos primeras), la respuesta más probable es «prosocial» (es decir, afiliativa, tendente a reforzar los vínculos con los demás) y la persona intentará reorientar su conducta para conseguir aceptación; intentará, en términos de Williams, «incrementar su estatus inclusionario», es decir, mejorar su relación con los otros. Las otras dos necesidades fundamentales, según Williams, son el control sobre el propio ambiente social y la «existencia significativa», que se refiere al hecho de que las personas necesitan que los demás reconozcan su existencia y las tengan en cuenta. La amenaza a estas dos últimas necesidades, al suponer para el individuo una pérdida de control sobre las interacciones con otros y una sensación de «invisibilidad» o insignificancia, tenderá a generar más reacciones antisociales, dado que este tipo de actos consigue el control y la atención de los demás.

## El modelo de Levine y Kerr

Estos autores, que siguen el análisis de Baumeister y Leary (1995), hacen hincapié en que la satisfacción del motivo de pertenencia no exige sólo un vínculo positivo con otras personas sino, además, que dicho vínculo sea de «elevada cantidad y calidad». Señalan igualmente que son muchos los contextos en los que se pueden dar esos vínculos; en la familia y las relaciones íntimas, por supuesto, pero a la gente también le preocupa su inclusión en grupos y relaciones interpersonales ocasionales, y aquí entrarían otros motivos aparte del de pertenencia, que estarían más relacionados con «esfuerzos racionales para obtener metas individuales».

En relación con el motivo de pertenencia, hay que tener en cuenta tres aspectos: 1) el motivo se orienta tanto a evitar la exclusión como a buscar la inclusión

en las relaciones interpersonales, 2) su satisfacción o frustración van acompañadas de fuertes respuestas emocionales y cognitivas, y 3) proporciona energía y dirección a la conducta, lo que se traduce en que la persona planifica su actuación para satisfacerlo (Levine y Kerr, 2007). La fuerza del motivo de pertenencia ha llevado al desarrollo de un sistema interno, denominado «sociómetro», de gran sensibilidad, que reacciona más ante la pérdida de aceptación que ante su consecución, y que opera de manera automática e inconsciente afectando a la autoestima (véase Leary y Baumeister, 2000; en los Capítulos 5 y 8 se explica con algo más de detalle cómo funciona este sistema).

Desde una perspectiva estrictamente psicosocial, Levine y Kerr (2007) relacionan el motivo de pertenencia con la búsqueda racional de metas individuales, en concreto, la autoestima positiva y la evitación de la incertidumbre. Con respecto a la autoestima, la investigación ha puesto de relieve que la inclusión en grupos y en relaciones interpersonales sirve como indicador de que la persona disfruta de la estima de otras personas. Y, como señalan Leary y Baumeister (2000), el nivel de autoestima de una persona es una medida subjetiva de cuánto se la valora socialmente. Desde esta perspectiva, cuanto más útiles sean las pertenencias grupales para obtener evaluaciones sociales positivas, tanto desde dentro del grupo como desde fuera, más importante será la inclusión/exclusión para la autoestima.

Otra forma de conseguir o mantener una autoestima positiva es el autoensalzamiento, que consiste en promover la evaluación positiva de uno mismo y que, en el plano individual, depende de la comparación con otras personas (como se verá en el Capítulo 5). En el plano estrictamente grupal, esas comparaciones se establecen entre el propio grupo y los otros grupos. Este tipo de ensalzamiento grupal depende de que las personas pertenezcan a grupos claramente superiores a otros o, si esto no es posible, de que recurran a buscar comparación en las dimensiones favorables para el propio grupo o a tratar de superar a los otros grupos en los ámbitos en los que hasta entonces eran inferiores a ellos. En el Capítulo 13 se explican estas estrategias.

La comparación social cumple también una importante función de reducción de la incertidumbre. En ausencia de estándares objetivos, las personas necesitan una evaluación de sus capacidades y opiniones, y una validación de su visión de la realidad, y esto sólo se puede obtener por medio de la comparación social. El objetivo de reducir la incertidumbre, equivalente al motivo de comprensión de Fiske (2010; véase el Capítulo 2), es por tanto un motivo social poderoso que, en la mayoría de los casos, se puede satisfacer sólo por medio de la pertenencia grupal.

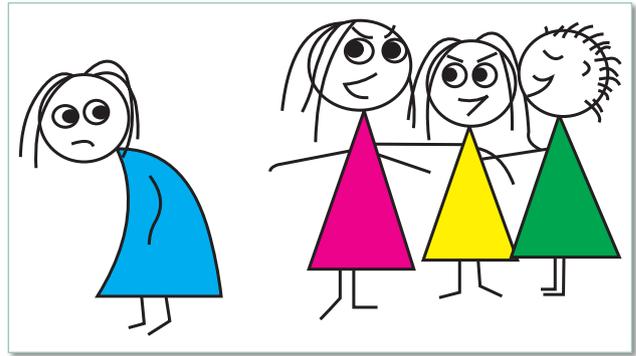
## LOS MOTIVOS SOCIALES SEGÚN EL MODELO DE RICHMAN Y LEARY

Este modelo coincide con el de Kip Williams por la atención prestada a las consecuencias aversivas que tienen para el pensamiento, la emoción, la motivación y la conducta las reacciones negativas de otras personas, entre las que cita las siguientes: «desinterés, crítica, prejuicio, evitación, rechazo, traición, estigmatización, ostracismo, desdén, abandono, abuso, acoso y una amplia gama de burlas y desaires de menor importancia». Al igual que Williams, Richman y Leary (2009) postulan que estos denominados «eventos interpersonales negativos» poseen la capacidad para devaluar el valor relacional percibido de las personas.

Se separan, sin embargo, de Williams al centrarse de manera exclusiva en el motivo de pertenencia y al considerar que los otros motivos y, muy específicamente, los aducidos por Williams, es decir, la autoestima, el control y la existencia significativa, son subsidiarios de aquél en este tipo de situaciones que implican una amenaza al valor relacional. Se alinean, por tanto, con Baumeister y Leary (1995), que hacen hincapié en la importancia que tienen la aceptación y la pertenencia para el bienestar psicológico y físico de la persona. Pero quizá la aportación más importante de Richman y Leary es su análisis de los «sentimientos heridos» como la consecuencia nuclear de las amenazas al motivo de pertenencia.

Se trata, en efecto, de algo innovador. Porque, como señalan estos autores, en la literatura sobre el motivo de pertenencia se presupone que las reacciones al rechazo o a las amenazas al motivo de pertenencia cubren un espectro amplio de diferentes emociones negativas que oscilan entre la tristeza y los celos, pasando por la soledad y la cólera, entre otras. Richman y Leary no creen que sea así y defienden que hay una sola emoción predominante: los «sentimientos heridos». Y sostienen, además, que esta emoción no es una mezcla de otras emociones, porque sus investigaciones han demostrado que tiene una «varianza unitaria», es decir, que tiene unidad interna y no se mezcla con otras emociones. En consecuencia, los autores concluyen que se puede hablar de una emoción negativa distintiva, asociada a «sentirse devaluado, no querido y rechazado» (2009, p. 367).

Los sentimientos heridos, que suelen ir acompañados por un descenso en la autoestima, ocurren inmediatamente tras el rechazo pero pueden desencadenar a continuación tres tipos de reacción muy diferentes entre sí (Richman y Leary, 2009). El primer tipo guarda relación con los motivos «sociópetos», que responden a un deseo acrecentado de contactos sociales, tanto con el causante



Los sentimientos heridos constituyen una emoción característica de las situaciones en que percibimos una amenaza a la pertenencia, cuando nos sentimos rechazados y pensamos que los demás consideran poco valioso relacionarse con nosotros.

del rechazo como con otras personas en las que se espera encontrar aceptación y apoyo. Se trata de las conductas denominadas «reparadoras» o restauradoras.

El segundo tipo, por el contrario, está guiado por impulsos de cólera, y suele manifestarse mediante conductas que los demás pueden vivir como antisociales, y que surgen bien como defensa, bien como ataque a la fuente del rechazo. En principio, puede resultar sorprendente que una persona rechazada dé rienda suelta a sus impulsos agresivos cuando lo que en realidad está echando de menos es la aceptación de los demás. Sin embargo, según Leary, Twenge y Quinlivan (2006), hay una serie de factores que lo pueden explicar: a) el dolor causado por el rechazo, que puede generar agresión espontánea; b) el hecho de que obstaculice la consecución de metas, con la frustración consiguiente (la frustración es un factor instigador de agresión); c) la creencia bastante generalizada de que agredir mejora el estado de ánimo; d) agredir a otros es una forma de obligarlos a que tengan en cuenta al agresor; e) la agresión es una forma de ejercer control en interacciones conflictivas; f) es, también, una forma de castigar a otros que han causado daño; y g) la ruptura de vínculos sociales trae consigo el debilitamiento del control de los impulsos antisociales. Como puede verse, las explicaciones d y e coinciden con las que proponía Kipp Williams para dar cuenta de las reacciones agresivas a la exclusión; la primera, relacionada con la amenaza a la necesidad de una existencia significativa, y la segunda, relacionada con la amenaza a la necesidad de control sobre las interacciones.

El tercer tipo de reacción propuesto por Richman y Leary consiste en la huida del contacto social, y, de forma parecida a lo que sucedía en el primer tipo, no sólo se evita a la fuente del rechazo, sino que esa evitación se extiende a otras personas, en este caso a aquéllas de las que se sospecha un rechazo probable.

Se trataría de evitar ulteriores rechazos a base de erigir barreras a más sentimientos heridos.

El predominio de un tipo de reacción sobre los otros dos depende de cómo «construya» la persona el episodio de rechazo y su reacción a él, como veremos a continuación (la Figura 1.2. representa un esquema del modelo).

## La reacción al rechazo

Richman y Leary (2009) analizan una serie de aspectos de la forma en que se produce el rechazo, aspectos que la persona tiene en cuenta en su evaluación y que van a condicionar su tipo de reacción. Son los siguientes: a) la percepción de inequidad o injusticia, b) las expectativas de reparación de la relación, c) el valor de la relación, d) la posibilidad de alternativas, e) la cronicidad o generalidad, y f) los costes percibidos del rechazo.

### Percepción de inequidad o injusticia

El rechazo que la persona considera merecido y justo no llevará probablemente a una reacción de cólera contra el causante del rechazo, pero sí el que se considera injustificado. Son varios los autores que han sugerido que la cólera es una compañera habitual de la percepción de injusticia. En este sentido, los rechazos que se perciben causados por la etnia, la nacionalidad, la religión o el sexo pueden aparecer como particularmente injustos.

### Expectativas de reparación de la relación

Las respuestas «prosociales», es decir, aquellas destinadas a recuperar la relación, serán más probables cuando la persona rechazada considera que es elevada su probabilidad de recuperar el «valor relacional», es decir, el valor que las demás personas asignan a relacionarse con ella. Lo contrario sucederá cuando esté convencida de que el rechazo conduce inexorablemente a una ruptura del vínculo que la une a la fuente del rechazo. En este caso lo más probable es una reacción antisocial o evitadora.

### Valor de la relación

El rechazo que se produce en el contexto de una relación muy valorada tenderá a llevar a una reacción orientada a la reparación de dicha relación. Hay que

esperar lo contrario cuando la relación se considera poco valiosa. En estos casos, sentirse rechazado puede provocar tanto una respuesta antisocial como una de evitación.

### Posibilidad de alternativas

La percepción de que existen relaciones alternativas valiosas suaviza en gran medida la dureza del rechazo. Estas alternativas constituyen una especie de tentación a retirarse de la relación original en la que surgió el rechazo y, a la vez, proporcionan fundamentadas razones para no ceder a reacciones de cólera. Aquí encaja la idea de sustitución avanzada por Baumeister y Leary (1995). Según estos autores, es posible que nuevas relaciones y pertenencias sustituyan a las ya finalizadas, de manera que, a partir de este momento, estas pierden importancia y capacidad para herir sentimientos.

Sin embargo, la retirada de la relación original será poco probable cuando no haya disponibilidad de alternativas valoradas, y lo que sucederá en una situación así será más bien que la persona se implicará en conductas prosociales con mayor intensidad.

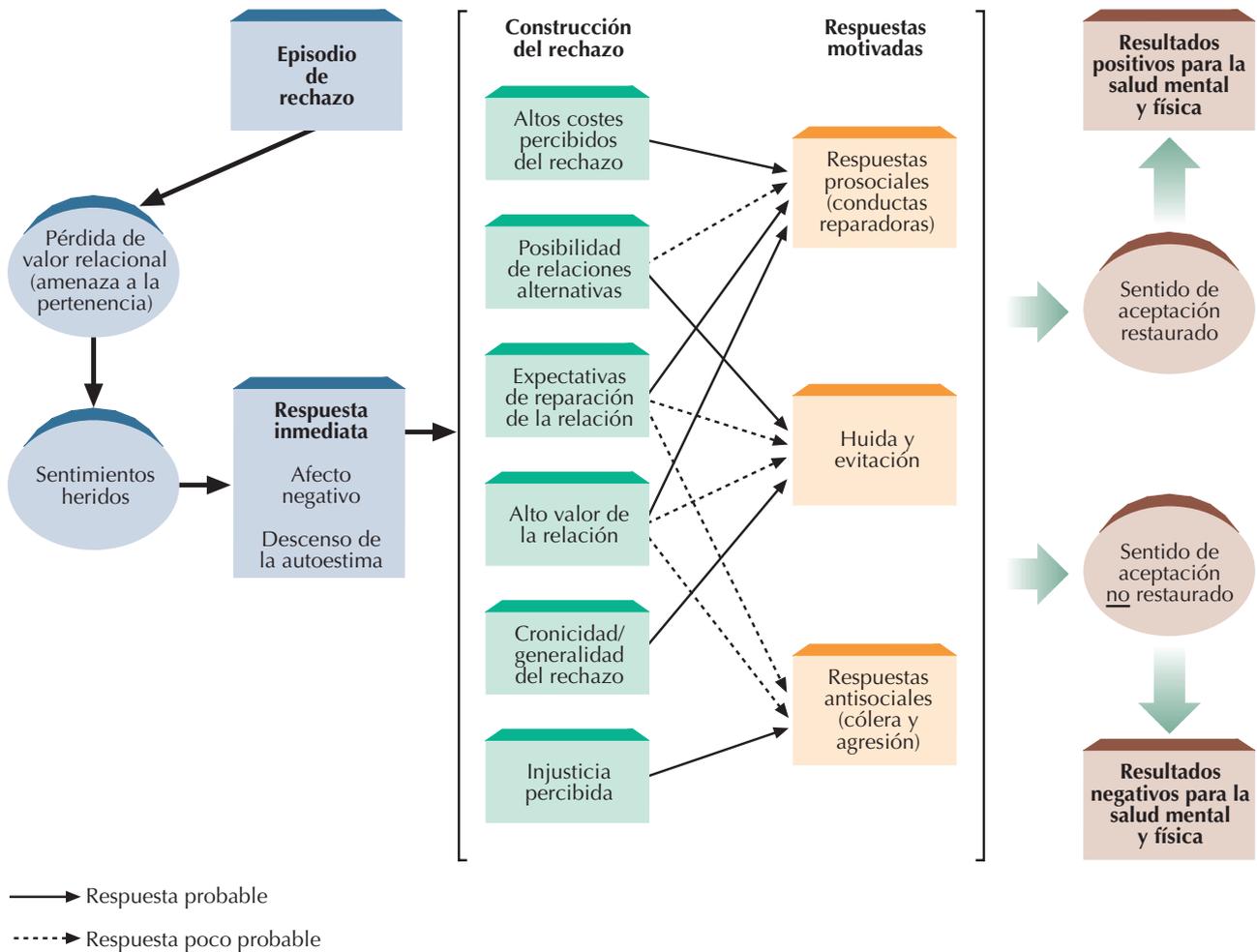
### Cronicidad y generalidad

El rechazo continuado y prolongado en el tiempo tiende a traducirse en reacciones de retirada y evitación, lo que podría explicar el que las personas que lo sufren incurran en consumo excesivo de bebidas alcohólicas o de drogas. En Estados Unidos, por ejemplo, se ha sugerido que las tasas más elevadas de conductas perjudiciales para la salud de los afroamericanos podrían deberse a su continua exposición a la discriminación racial, que contribuye a una creencia en su (supuesta) inferioridad.

Con todo, existe un debate en relación con la correcta interpretación de este y otros resultados similares, ya que cabría atribuirlos a un intento de conseguir aceptación en grupos consumidores de alcohol y drogas, pero también a la incapacidad de autorregulación, es decir, de control de uno mismo y de los propios sentimientos e impulsos, producida por un rechazo continuado o, incluso, a medidas de automedicación destinadas a paliar el malestar que se experimenta como consecuencia de la pérdida de interacción social.

### Costes percibidos del rechazo

Cuando las personas perciben que el rechazo trae consigo muchos costes, cabe esperar de ellas una ele-



**Figura 1.2**

Modelo multimotivacional sobre las reacciones ante experiencias de rechazo interpersonal (basado en Richman y Leary, 2009).

vada motivación para comportarse prosocialmente e implicarse en conductas reparadoras. Así, cuanto más hayan invertido en una relación, bien sea en tiempo, esfuerzo, dinero o experiencias compartidas, más costoso será el rechazo y mayor la motivación para intentar restaurar esa relación. Otros costes asociados con un episodio de rechazo tienen que ver con la pérdida de contactos, amistades y conocidos, es decir, con la perspectiva de tener que renunciar a todo un círculo social. En estos casos, las personas deberían estar motivadas para implicarse en estrategias prosociales para reducir las oportunidades de que ocurran estos resultados negativos.

### Conductas reparadoras

Richman y Leary (2009) resumen la evidencia empírica relativa a los procesos que favorecen la apari-

ción de conductas reparadoras o restauradoras de la relación y del sentimiento de pertenencia e inclusión. Están, en primer lugar, los procesos que tienen que ver con conocer y pensar (procesamiento cognitivo). Se ha comprobado que la persona, tras una experiencia de rechazo, es más sensible a todo lo que pueda dar información sobre su valor relacional. Por ello, las personas que han sufrido un rechazo prestan más atención al tono emocional de las voces de otras personas, son más certeras a la hora de interpretar sus expresiones faciales y recuerdan mejor la información social, todo lo cual es probablemente muy útil para encontrar pistas que les ayuden a reparar la relación y a evitar más rechazo en el futuro.

Se ha visto igualmente que la necesidad de pertenencia varía de unas personas a otras. Como era de esperar, las personas en las que esta necesidad es más fuerte se muestran más dispuestas a cooperar

con otras personas y grupos tras sufrir rechazo, con el fin de aumentar su valor relacional. Otra estrategia a la que pueden recurrir las personas rechazadas, sobre todo cuando fracasan sus intentos de reparar una relación concreta, es buscar apoyo social en otros, dado que este sirve para confirmar a la persona que todavía dispone de relaciones que la ayudarán a compensar el daño que ha sufrido su sentimiento de pertenencia.

Finalmente, se ha encontrado que identificarse con el propio grupo contribuye a mejorar el bienestar en las personas que pertenecen a grupos minoritarios estigmatizados. Así, Sellers y Shelton (2003) encontraron, en el caso de los afroamericanos en los Estados Unidos, que los que se identificaban más con su grupo étnico mostraban menor malestar psicológico en situaciones de discriminación racial percibida. Resultados similares obtuvieron Schmitt y Branscombe (2002) con otros grupos desfavorecidos. La explicación que proponen es que, cuando una persona se identifica mucho con un grupo, su sentimiento de pertenencia se fortalece y, además, tiene un mayor acceso a personas con las que se siente vinculada y que le proporcionan apoyo social, todo lo cual contribuye a mitigar las consecuencias del rechazo que estos grupos padecen.

Todos los resultados anteriores tienen un elemento en común: ponen de manifiesto que mantener relaciones con otras personas y formar parte de grupos es fundamental para el ser humano, en gran parte debido a su fuerte necesidad de pertenencia, pero también porque dentro de un grupo se pueden conseguir objetivos que en solitario serían inalcanzables. En este sentido, constituyen una especie de pórtico al estudio de las metas grupales.

## LAS METAS GRUPALES

Como decíamos antes, al referirnos al modelo de Levine y Kerr, además de la necesidad de pertenencia, que sería el motivo básico, existen otros imperativos que llevan a las personas a unirse a determinados grupos en concreto. Aunque estos autores hablan de metas u objetivos individuales, aquí vamos a llamarlos grupales para referirnos a todo aquello que buscan las personas dentro de un grupo, pero también a lo que intentan conseguir los grupos cuando compiten entre sí. El calificativo «grupales» hace referencia a que estas metas u objetivos sólo se pueden conseguir por medio de la interacción en el grupo o entre grupos.

Las personas buscan pertenecer a grupos en los que perciben la posibilidad de alcanzar las metas u

objetivos a los que aspiran. Este deseo de pertenencia o inclusión grupal es el motivo fundamental para la formación inicial del grupo. Las metas u objetivos son de diverso tipo: utilitarias, de conocimiento, de identidad. Según la definición de Mackie y Goethals (1987), se habla de metas grupales cuando se han consensuado dentro del grupo o las han impuesto algunos miembros para el grupo en su conjunto. Y, como ya se ha señalado en el párrafo anterior, estas metas sólo se pueden conseguir cuando se forma parte de un grupo.

Las *metas utilitarias* se refieren a la necesidad de resultados tangibles. En la literatura psicosocial se usa la expresión «dependencia de efecto» para aludir al gran número de necesidades que sólo se pueden satisfacer a través de la interacción social entre individuos interdependientes. Como ya se ha señalado en un apartado anterior, las personas se unen a grupos y permanecen en ellos porque perciben que pertenecer al grupo va a satisfacer sus necesidades de resultados tangibles.

En cambio, hablar de *metas de conocimiento* es reconocer que las personas dependen de otras para obtener información o conocimiento sobre el mundo: es la dependencia de información. Hay dos vías fundamentales para conocer la realidad a través del grupo. La primera consiste en que los miembros individuales del grupo satisfacen esta necesidad de conocer por medio del acceso al conocimiento disponible en el grupo. La segunda es que el grupo en su conjunto establece una definición de la realidad social. Estas metas de conocimiento corresponden a lo que Levine y Kerr denominaban «reducción de la incertidumbre».

Otro escalón en las metas de grupo lo representan las *metas de identidad*, que se refieren al conocimiento del propio yo, o autoconocimiento, de la persona. Este es necesario para poder actuar de manera eficaz y se basa en la evaluación de las propias opiniones y capacidades, para lo cual es imprescindible compararse con los demás, como decíamos en un apartado anterior y se verá con más detalle en el Capítulo 5. Existe, además, el deseo de alcanzar una visión positiva del yo (la meta de autoestima positiva señalada por Levine y Kerr). Las personas, y el grupo en su conjunto, desean compararse favorablemente con grupos relevantes en rasgos socialmente deseables para obtener una identidad social positiva. De esto hablaremos en el Capítulo 13.

Según Mackie y Goethals (1987), aunque la interdependencia entre el grupo y los componentes individuales es fundamental, lleva aparejados costes importantes. Estos son evidentes en el caso de los miembros del grupo y tienen que ver con las limitaciones impuestas por el grupo a la libertad individual y con la difícil-



*La Ola*, de Dennis Gansel. En esta conocida película se pone de manifiesto cómo el grupo permite a sus miembros alcanzar metas de identidad y, al mismo tiempo, limita la libertad individual. Se trata de un caso extremo de isomorfismo de metas, en un principio impuesto por la autoridad del líder y paulatinamente mantenido por la influencia mutua entre los propios miembros del grupo.

tad, en muchos casos, de conseguir de forma rápida los objetivos estrictamente individuales. Para el grupo los costes se refieren a la inversión en tiempo y esfuerzo para coordinar las actividades de sus componentes.

Otros costes se refieren a los conflictos entre metas. Si el conflicto se da entre los integrantes del grupo, se denomina «intragrupo». Es lo que ocurre cuando unos miembros intentan obtener metas que entran en conflicto con las de otros miembros. Por ejemplo, si se compite para hacerse con recursos limitados, el conflicto afecta a las metas utilitarias. Si se compite por establecer qué visión de la realidad debe adoptar el grupo, el conflicto afecta a las metas de conocimiento. Si se compite por el estatus, el conflicto se circunscribiría a las metas identitarias, ya que lo que estaría en juego sería el reconocimiento dentro del grupo. Dada la existencia de tres tipos de metas, y la complejidad interna de cada una de ellas, es fácil imaginar las múltiples posibilidades de conflicto intragrupa. Por esta razón, Mackie y Goethals (1987) introducen el concepto de «isomorfismo de meta». Este se refiere a aquella situación en la que las metas de las personas dentro del grupo y las metas del grupo en su conjunto son compatibles. El isomorfismo se consigue por medio de la utilización de procesos de influencia social que generan consenso dentro del grupo, por medio de la expulsión de los miembros conflictivos y, también, por los intentos de mantener dentro del grupo a aquellas personas que hacen especiales aportaciones gracias a su talento, su esfuerzo o sus recursos. El conflicto también puede darse entre diferentes grupos, y en ese caso se denomina conflicto intergrupala. Estas cuestiones se abordan con cierto detalle en el Capítulo 13.

## LA INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA SOCIAL

A lo largo de este capítulo, y de todo el volumen, se hace a menudo referencia a estudios realizados por psicólogos sociales. Esto es inevitable, porque cualquier disciplina científica, como la nuestra, se compone de teorías que permiten explicar y predecir hechos, y para ello necesitan datos reales como materia prima que las refuerce, las modifique o las rebata; esos datos sólo pueden conseguirse mediante la investigación. Como afirmábamos al comienzo del capítulo, este es uno de los rasgos que diferencia la Psicología Social del sentido común.

Ahora bien, los métodos de investigación no son más que instrumentos al servicio del desarrollo teórico y, como tales, deben adaptarse a las características y al objeto de estudio de cada disciplina. En el caso de la Psicología Social, ya hemos visto que su objeto es en realidad una interacción: la que se produce entre factores psicológicos y contexto social. Esto implica que el análisis de los procesos es especialmente complejo, ya que debe tener en cuenta una serie de premisas que hemos ido presentando a lo largo del capítulo:

- La conducta de las personas, y sus pensamientos y emociones, son producto de la interacción entre múltiples determinantes psicológicos y situacionales.
- Las personas son seres activos, y no sólo reactivos. Esto quiere decir, por una parte, que su conocimiento del mundo no es un mero reflejo de la realidad objetiva, sino una versión subjetiva de ella, construida a partir de la combinación de factores psicológicos y contextuales. Por otra parte, las personas no sólo reciben la influencia de los demás, sino que son, a su vez, agentes de influencia para otros.
- De la interacción entre personas, es decir, de su influencia mutua, surgen fenómenos nuevos, que no estaban presentes en la situación ni formaban parte de la psicología individual de los participantes. Esto lo demostró Muzafer Sherif (1936) en uno de los primeros experimentos de la Psicología Social, que es todo un clásico en la disciplina. Sometiendo a sus participantes a una situación totalmente desestructurada (una habitación oscura con un único punto de luz cuyo desplazamiento debían estimar) observó que, a partir de la interacción entre las personas que componían el grupo, poco a poco se iba creando un marco de referencia compartido, una norma referente al desplazamiento de la luz

(que en realidad estaba fija), y que esa norma se conservaba en la mente de los miembros del grupo y seguía guiando sus respuestas cuando tenían que realizar la estimación en solitario.

- Los estímulos sociales que influyen en los pensamientos, emociones y acciones de las personas pueden estar físicamente presentes o no. Por ejemplo, las respuestas que alguien da a un cuestionario o a una situación experimental pueden estar condicionadas por las instrucciones del investigador, por lo que esa persona cree que harían otros que son importantes para ella (su pareja, un amigo, alguien a quien admira), o por lo que considera que es la respuesta más deseable socialmente. En todos estos casos sus respuestas están influidas por otros, aunque el individuo muchas veces no sea consciente de esa influencia.
- La influencia que ejercen los demás se produce a través de procesos de distinta naturaleza (individual, interpersonal, grupal, societal) que suelen combinarse entre sí, lo que implica tener en cuenta diferentes dominios de análisis al mismo tiempo.
- Son esos procesos, y no sólo la conducta manifiesta, lo que estudian los psicólogos sociales. El análisis de los procesos psicosociales subyacentes permite alcanzar un mayor poder de explicación, predicción y generalización a contextos diferentes. Ahora bien, dado que esos procesos no son directamente observables, deben ser inferidos a partir de la conducta.

Con este panorama, puede parecer casi imposible hacer investigación psicosocial. Sin embargo, la literatura nos demuestra que no lo es en absoluto (en un artículo publicado en 2003, donde describían el desarrollo de la disciplina desde sus comienzos, Richard, Bond y Stokes-Zoota contabilizaron 25000 estudios y 8 millones de participantes). Los psicólogos sociales se las han ingeniado para estudiar los procesos que les interesan recurriendo a métodos tomados de otras disciplinas y adaptándolos a sus propias necesidades. Como a lo largo del texto se hará a menudo referencia a estudios que ilustran los diversos procesos que se explican, daremos aquí unas breves nociones de las estrategias metodológicas empleadas más habitualmente por los psicólogos sociales, con objeto de facilitar al lector la comprensión de algunos conceptos que encontrará en capítulos posteriores de este volumen. Para una exposición más detallada de estas cuestiones remitimos al lector a la bibliografía que se recomienda al final de este capítulo.

## Los métodos más utilizados en la investigación psicosocial

La elección del método depende del problema que se quiere estudiar y de su viabilidad en función del contexto del estudio y de los participantes. Una vez el investigador tiene claro el problema, salvo que su objetivo sea tan sólo describir un fenómeno, deberá formular una o varias *hipótesis* sobre lo que espera encontrar, para poder contrastarlas después con los resultados que obtenga. Las hipótesis establecen relaciones entre fenómenos. Estas relaciones pueden ser de causa-efecto (la aparición de determinado efecto se debe a determinada causa), como en los *estudios experimentales*, o de simple co-ocurrencia (cuando uno de los fenómenos ocurre, tiene lugar también el otro, pero no es posible especificar cuál es la causa y cuál el efecto), como en los *estudios correlacionales*. Para poder medir las relaciones entre fenómenos teóricos es necesario traducirlos a *variables* observables o manipulables mediante definiciones operativas.

**Los experimentos** son el método que más prestigio tiene entre los psicólogos sociales, debido a que permite un mayor control sobre los múltiples factores que influyen en la conducta y es el único que ofrece la posibilidad de demostrar la existencia de causalidad. Para ello, el investigador recurre a dos estrategias: 1) *manipular* una o varias variables mientras mantiene controladas las demás, y 2) asignar a los participantes *aleatoriamente* a condiciones distintas. Como estos conceptos aparecerán repetidas veces en los capítulos que siguen, merece la pena que nos detengamos a explicarlos.

La variable (o variables) que el experimentador manipula es la que hace que la persona que participa en el experimento piense, sienta o actúe de una determinada manera. Por ejemplo, en el estudio de Triplett ya citado sobre el pedaleo en la bicicleta estática, lo que se manipulaba era la presencia (o ausencia) de otras personas haciendo lo mismo. Se llama *variable independiente*, precisamente porque no depende de nada de lo que pase en el experimento, sino que es el investigador el que establece sus valores. Estos valores, también llamados niveles, pueden ser varios, pero como mínimo deben ser dos para poder comparar entre ellos. En el caso del ejemplo, los niveles eran «pedalear solo» y «pedalear con otros». Todos los participantes son tratados de la misma forma excepto por el nivel de la variable independiente al que son sometidos. Esto quiere decir que el investigador debe asegurarse de controlar cualquier otra variable extraña que pudiera estar influyendo (por ejemplo, la música ambiental, las características de la bicicleta, la experiencia con su uso, etc.), para poder estar seguro de

que las diferencias observadas en la *variable dependiente* (es decir, en la conducta de los participantes; en el ejemplo, la intensidad del pedaleo) son causadas por la variable independiente y no por otros factores. El término «variable dependiente» hace referencia precisamente al supuesto de que sus valores dependen de los valores de la variable independiente.

Cada valor o nivel de la variable independiente se corresponde con una *condición experimental* a la que se asigna a un grupo de participantes. La *asignación aleatoria* significa que todos los participantes en un experimento tienen las mismas probabilidades de estar en cualquiera de los grupos o condiciones experimentales. Mediante esta estrategia, el investigador trata de asegurarse de que no existen, de partida, discrepancias entre los grupos que pudieran explicar las diferencias encontradas en los valores de la variable dependiente (p.e., distinta capacidad física o nivel de entrenamiento con la bicicleta entre los participantes).

Los diseños experimentales pueden ser de varios tipos. El más sencillo es aquél en que hay una única variable independiente con sólo dos valores y, por tanto, dos condiciones experimentales, como en el ejemplo que venimos siguiendo. En un experimento de este tipo, después de tomar una medida «pre-test» de la variable dependiente a todos los participantes (la intensidad del pedaleo), el grupo aleatoriamente asignado a una de las condiciones, denominado «grupo experimental» recibe un *tratamiento* (es decir, se le somete a una situación en que la variable que se hipotetiza como «causa» está activa; en el ejemplo, el tratamiento consistiría en pedalear con otros), mientras que el otro grupo, denominado «grupo control», no lo recibe (pedalean solos). Por último, se toma una segunda medida («post-test») de la variable dependiente a los participantes de ambas condiciones. Las diferencias encontradas entre los dos grupos en la medida post-test con referencia a la medida pre-test son atribuidas al único factor que los distingue, es decir, la variable independiente, manipulada mediante el tratamiento o la ausencia de él. Lo habitual en Psicología Social es que los experimentos tengan diseños más complejos, con más de una variable independiente e incluso con más de dos valores cada una. En este tipo de diseños, llamados «factoriales», cada nivel de cada variable se empareja con cada nivel de todas las demás.

Los tratamientos experimentales se pueden aplicar de varias formas, y los psicólogos sociales han hecho gala de una gran creatividad en este sentido. Ello es debido a la tremenda importancia que conceden a la influencia de la situación. En realidad, podríamos decir que en esto reside la peculiaridad de la experimentación en Psicología Social, en diseñar situaciones que pongan en marcha los procesos individuales, interper-

sonales, grupales o sociales que se quieren estudiar. Para ello es necesario lograr que los participantes se crean la historia que encubre la manipulación experimental, es decir, que su interpretación subjetiva de la situación sea la que el investigador pretende, y que se impliquen en la situación. Crano y Brewer (2002) distinguen tres categorías de tratamientos:

- Las *manipulaciones sociales*, en las que se compara el efecto que causa en el participante la presencia o ausencia de otras personas en la situación, así como la conducta que esas personas realizan. Lo más frecuente es que el experimentador recurra a la colaboración de un aliado, normalmente llamado «cómplice», que desempeña el papel de un participante más, pero cuyas acciones están preparadas de antemano. El clásico experimento de Asch (1951) sobre conformidad a la presión del grupo, descrito en el Capítulo 13, es un ejemplo paradigmático de este tipo de manipulación, pero en los capítulos que siguen aparecerán otros.
- Las *manipulaciones ambientales*, en las que se controla o se manipula algún aspecto físico de la situación experimental. Entre los ejemplos que se encontrarán a lo largo del texto podemos citar los experimentos de Latané y Darley sobre el «efecto espectador» (Capítulo 9), en los que recreaban una situación de emergencia haciendo que la habitación se empezara a llenar de humo para comprobar cómo influye el número de personas presentes en una situación anómala en la reacción de éstas. En realidad, este es un ejemplo en el que se combinan la manipulación ambiental y la manipulación social. También se consideran manipulaciones ambientales aquellas en las que se muestra a los participantes determinados estímulos y se les pide que emitan algún juicio o tomen alguna decisión a partir de ellos, variando el contenido del estímulo según la condición experimental. Sería el caso de los estudios sobre formación de impresiones que se describen en el Capítulo 4, en los que se presenta a los participantes una lista de rasgos de una persona y se les pide que la evalúen en relación con otras características diferentes. También pueden englobarse en esta categoría las investigaciones que emplean técnicas como el priming o el IAT para medir actitudes implícitas (Capítulo 6).
- Las *manipulaciones mediante instrucciones*, son las más usuales y más fáciles de aplicar. En este caso, el experimentador da unas instrucciones a los participantes que son distintas para cada grupo experimental. Las diferencias de respuesta

entre los grupos son así atribuidas a las diferencias de contenido en las instrucciones. Los experimentos sobre disonancia cognitiva y cambio de actitudes (Capítulo 6) son un ejemplo de los muchos que podríamos citar para este tipo de manipulación.

Además de los experimentos de laboratorio existen otras variantes, como los experimentos de campo, que se realizan en situaciones naturales, poseen un mayor *realismo mundano* (es decir, se parecen más a situaciones de la vida real) y en los que los participantes desconocen que están formando parte de un experimento. Dos ejemplos muy conocidos de este tipo de técnica son el experimento de la «Cueva de los Ladrones» de Sherif y sus colaboradores (Sherif, Harvey, White, Hood y Sherif, 1961) sobre conflicto y cooperación intergrupala, descrito en el Capítulo 13, para cuyo estudio organizaron un campamento de verano para niños, y el experimento sobre el efecto «Pigmalión» de Rosenthal y Jacobson (1968) acerca de la influencia de las expectativas del profesor en el rendimiento de los alumnos (que se describe en el Capítulo 3).

Otra posibilidad son los cuasi-experimentos, frecuentemente utilizados en contextos aplicados. En esta técnica el investigador puede manipular una variable independiente pero no puede asignar aleatoriamente a los participantes a las distintas condiciones. Por ejemplo, cuando se introduce (por parte de algún agente político o algún empresario, pongamos por caso) una innovación en cualquier ámbito diseñada por un investigador, éste puede estudiar el efecto que tiene comparando a personas que experimentan esa nueva situación con otras que no lo hacen, o a las mismas personas antes y después del cambio, aunque no pueda seleccionar a los participantes. Estas dos variantes, el experimento de campo y el cuasi-experimento, al permitir un menor grado de control por parte del investigador, no aportan tanta seguridad como el experimento de laboratorio a la hora de hacer afirmaciones causales.

Aunque se ha criticado el experimento de laboratorio por su artificialidad y su falta de parecido con la vida real, en definitiva, lo importante para que los resultados de un experimento puedan aplicarse a la vida cotidiana no es su realismo mundano, sino su *realismo experimental*, es decir, que los participantes se crean lo que el experimentador les dice y se metan tanto en la situación que se les olvide que están participando en un experimento. Para comprobar si esto ha sido así, tras el estudio se suele entrevistar a los participantes, preguntándoles por sus impresiones (cómo han interpretado la situación, qué creían que estaba pasando...), y explicándoles después el verdadero objetivo del estudio.

Los **métodos correlacionales** son también muy utilizados en la investigación psicosocial, sobre todo cuando no es posible llevar a cabo experimentos. Por ejemplo, a veces hay razones de tipo práctico o ético que no permiten controlar ni manipular algunas variables, como el género, la edad, el grupo étnico o el estado civil de los participantes, ni asignar aleatoriamente a estos a distintas condiciones experimentales. En estos casos, el investigador sustituye la manipulación y el control por la observación de cómo se asocian las variables, es decir, cómo correlacionan. Una correlación es positiva cuando a medida que aumenta el valor de una de las variables aumenta también el de la otra; negativa cuando el aumento de una va asociado al descenso de la otra; y nula cuando el aumento o disminución del valor de una variable no van asociados en ningún modo con el aumento o disminución del valor de la otra.

Las correlaciones se expresan matemáticamente en coeficientes de correlación. Existen varios coeficientes de este tipo, pero el más conocido es el de Pearson (representados por «*r*»). El coeficiente de correlación puede oscilar entre +1 (correlación positiva perfecta) y -1 (correlación negativa perfecta). Una correlación de valor 0 indica que no hay relación entre las variables. Cuanto más cerca se encuentre el valor de +1 ó de -1 más fuerte es la correlación en un sentido o en otro.

Existen diversos métodos y técnicas correlacionales, por ejemplo, la observación, los cuestionarios, las entrevistas. Los más utilizados por los psicólogos sociales son los cuestionarios, por su facilidad de aplicación a un mayor número de personas. Todos estos métodos, así como las pruebas estadísticas empleadas para analizar los datos obtenidos con ellos, serán descritos con detalle en otras asignaturas de la titulación.

El principal problema de los métodos correlacionales es que sólo permiten analizar cómo covarían las variables, pero no concluir cuál es causa de la otra. Cuando dos variables (X e Y) correlacionan entre sí, caben tres interpretaciones: X puede ser la causa de Y; Y puede ser la causa de X; alguna otra variable (Z) puede ser causa de las dos. Como ejemplo de este último caso imaginemos que nos indican que existe una correlación positiva entre el número de iglesias que hay en una ciudad y el número de delitos que se cometen en esa ciudad. La relación entre estas dos variables se explica recurriendo a una tercera relacionada con las anteriores: el número de habitantes. Así, cuanto mayor sea el número de habitantes de una ciudad, más delitos se cometen y más iglesias hay. Lo que sí permiten los métodos correlacionales es predecir los cambios en una variable a partir de otra con la que sabemos que correlaciona. Una de sus ventajas sobre el método experimental es que ofrece la posibilidad de estudiar la conducta en situaciones naturales y analizar

factores muy importantes en Psicología Social, como el género, el grupo étnico o el estatus social, que no es posible manipular en el laboratorio. Además, puede incluir muchas variables diferentes a la vez y estudiar procesos más complejos de lo que permite la metodología experimental, proporcionando gran cantidad de datos en poco tiempo.

Tanto si se utiliza el método experimental como si se opta por los métodos correlacionales, existen una serie de problemas añadidos que tienen que ver con el hecho de que el estudio en sí es ya un episodio de interacción entre el investigador y sus participantes. Como consecuencia, se ponen en marcha diversos procesos psicosociales que no tienen nada que ver con el objetivo de la investigación y que pueden amenazar la validez de los resultados. En el Cuadro 1.4 se recogen algunos de esos problemas.

Desde el punto de vista metodológico, es importante el reciente desarrollo de la *Neurociencia Social*, que se basa en la idea de que el cerebro humano ha evolucionado para resolver problemas de tipo social y

de que los mecanismos cognitivos resultantes de esa evolución tienen una base biológica. Su objetivo consiste en identificar la actividad cerebral que se produce cuando tienen lugar los distintos procesos mentales (cognitivos y afectivos). La técnica más frecuentemente empleada es la imagen por resonancia magnética funcional (fMRI son las siglas en inglés), mediante la cual puede visualizarse qué áreas del cerebro se activan cuando una persona está interactuando con otra, cuando nos encontramos por primera vez con alguien o cuando nos sentimos socialmente excluidos, por ejemplo. Se trata de una metodología aún poco generalizada, debido a su reciente aparición y también, en parte, a su elevado coste, y cuenta con numerosos detractores, que la tachan de reduccionista (por tratar de explicar procesos complejos a partir de respuestas simples). No obstante, ofrece una prometedora vía para profundizar en el conocimiento de los procesos que estudia la Psicología Social, y cada vez son más los investigadores que se ven atraídos por sus posibilidades.

Hay que señalar que lo ideal es emplear varios

**Cuadro 1.4 Amenazas a la validez de los resultados de la investigación**

Problema	Descripción	Solución
Efecto de las expectativas	El investigador provoca sin darse cuenta los resultados esperados al influir en los participantes para que se comporten de una determinada manera.	Procurar que la persona encargada de recoger los datos de los participantes desconozca a qué condición experimental ha sido asignado cada uno.
Construcción de la situación	Cada participante se crea su propia interpretación de la situación experimental, que puede no coincidir con la de otros participantes ni con la que el experimentador pretende. Esa construcción particular de la situación influirá en sus respuestas.	Crear un marco de interpretación (una historia) común para todos los participantes, que sea comprensible y creíble. Comprobar que la manipulación experimental ha funcionado, es decir, que los participantes han interpretado correctamente la historia y se la han creído (mediante un cuestionario post-experimental, por ejemplo).
Características de la demanda	Los participantes se comportan como creen que se espera de ellos, no como lo harían espontáneamente.	Ocultar a los participantes cualquier posible indicio de cuáles son las hipótesis y el objetivo del estudio hasta que éste haya finalizado.
Deseabilidad social	Los participantes tratan de crear una buena imagen de sí mismos ante el investigador, y evitan responder de forma que ponga en evidencia su lado menos favorable, que es el que suele interesar más a los psicólogos sociales.	Asegurar a los participantes que sus respuestas serán anónimas y confidenciales. Formular las preguntas de forma lo más neutra posible. Emplear medidas implícitas, de manera que los participantes no tengan control consciente sobre sus respuestas.

métodos en un mismo estudio, lo que da mucha más fuerza a los resultados y mucha más confianza en que no son producto de la técnica utilizada. Por ejemplo, los métodos correlacionales pueden ser muy apropiados en las primeras fases de la investigación, para recoger información sobre múltiples aspectos tal como

se dan en la vida real, que luego se pueden aislar y explorar de forma más controlada en el laboratorio. De este modo, se empezaría buscando el *cómo* para poder después averiguar el *porqué*. Esta es la idea que defiende Robert Cialdini (1989) en su modelo de «ciclo completo», que se expone en el Capítulo 14.

La Psicología Social se ocupa de estudiar los procesos que vinculan a la persona con el contexto social. Estos procesos son de distinta naturaleza (individuales, interpersonales, grupales y societales) y suelen interactuar entre ellos. La Psicología Social desarrolla teorías, investigaciones y aplicaciones que contribuyen a la comprensión de dichos procesos. Para ello, utiliza un enfoque particular, caracterizado por una serie de principios de los que parte y que determinan la manera de hacer investigación: la causación múltiple de los procesos psicológicos, el papel fundamental de la influencia de los demás en todo lo que pensamos, sentimos y hacemos, el interés por la realidad tal como la persona la construye, y la importancia del pensamiento no racional.

Pero quizá lo más distintivo de esta disciplina sea el centrarse en la situación y en su impacto so-

bre el pensamiento, las emociones y la conducta de los individuos. Y la situación, tal como la entienden los psicólogos sociales, la constituyen otras personas. Debido a que somos una especie social por necesidad, contamos con una serie de motivos básicos, especialmente el de pertenencia, que nos impulsan a vincularnos a otros seres humanos y a tratar de evitar el rechazo social. Además, mediante la pertenencia a grupos, y sólo de esa forma, logramos una serie de metas fundamentales para nuestra vida como personas.

Con estas breves nociones sobre lo que es y lo que estudia la Psicología Social pretendemos ofrecer un marco de referencia para la comprensión de los capítulos que componen este texto, en los cuales se irán ampliando muchos de los conceptos introducidos aquí.

## LECTURAS RECOMENDADAS Y REFERENCIAS EN INTERNET

Aronson, E. (2005). *El animal social* (8ª ed.). Madrid: Alianza.

Un texto clásico introductorio y de divulgación de la teoría y la investigación en Psicología Social.

Baumeister, R. y Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.

Se trata de un artículo clave para entender los modelos motivacionales expuestos en este capítulo, dado que todos ellos se basan en la necesidad humana básica de pertenencia. Esta necesidad es el pilar en el que se fundamenta nuestra sociabilidad y, por tanto, la supervivencia de nuestra especie.

Gaviria, E. (2019). El individuo frente al grupo: estrategias de decisión en dilemas sociales. En M. López-Sáez, E. Gaviria, A. Bustillos y S. Fernández Arregui, *Cuaderno de Investigación en Psicología Social* (3ª ed. pp. 197-218). Madrid: Sanz y Torres.

En este capítulo se presentan ejemplos de investigación empírica que ha tratado de desentrañar los factores que intervienen en nuestras decisiones sobre cooperar o competir con otros. En él se presta especial atención al conflicto de intereses que puede surgir entre el individuo y el grupo en situaciones que plantean un dilema social.

Gilbert, D. T. (2006). *Tropezar con la felicidad*. Barcelona: Destino.

Un libro muy ameno, donde Daniel Gilbert, psicólogo social y profesor de la Universidad de Harvard, analiza la ineptitud de la mente humana en su búsqueda de la felicidad. En esta obra se tratan diversos conceptos abordados en este capítulo y en el resto del volumen, todo ello ilustrado con abundantes ejemplos de la vida cotidiana.

Morales, J. F. (2007). Definición de Psicología Social. En J. F. Morales, M. C. Moya, E. Gaviria e I. Cuadrado (Coords.), *Psicología Social* (3ª ed., pp. 3-31). Madrid: McGraw-Hill.

Este trabajo profundiza en algunos de los aspectos abordados en este capítulo, especialmente en la naturaleza de los procesos que estudia la Psicología

Social y en su interconexión, aportando ejemplos tomados de importantes líneas de investigación en la disciplina.

Moya, M. C. (1998). «Esto ya lo sabía yo». La Psicología Social y el sentido común. En M. C. Moya (Coord.), *Prácticas de Psicología Social* (pp. 17-25). Madrid: UNED.

Este capítulo permite comprender, de forma práctica, las diferencias entre la Psicología Social y el sentido común. Al mismo tiempo, sirve para introducir diversos temas estudiados por esta disciplina.

Myers, D. G. (2008). *Exploraciones de la Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.

Exposición amena y sencilla de los principales conceptos y hallazgos de la Psicología Social por uno de los principales divulgadores de esta área de conocimiento.

López-Sáez, M. (2008). Los estudios de campo y correlacionales en Psicología Social. En J. F. Morales, C. Huici, E. Gaviria y A. Gómez (Coords.), *Método, teoría e investigación en Psicología Social* (pp. 47- 56). Madrid: Pearson-Prentice Hall.

Rodríguez-Bailón, R. (2008). La investigación experimental en Psicología Social. En J. F. Morales, C. Huici, E. Gaviria y A. Gómez (Coords.), *Método, teoría e investigación en Psicología Social* (pp. 33- 45). Madrid: Pearson-Prentice Hall.

En estos dos trabajos se expone de forma asequible las características, ventajas e inconvenientes de los principales métodos de investigación en Psicología Social, por lo que son un buen complemento a las breves nociones apuntadas en este capítulo.

<http://www.socialpsychology.org/>

Página web de la Social Psychology Network, la base de datos más amplia sobre Psicología Social en internet. Contiene gran cantidad de información sobre investigaciones en todas las áreas de la disciplina, perfiles de psicólogos sociales, programas de estudio en diferentes universidades, y más de 4000 enlaces a recursos relacionados con la Psicología Social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgement. En H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men* (pp. 177-190). Pittsburgh: Carnegie Press.
- Baumeister, R. y Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Brewer, M. (1997). On the social origin of human nature. En C. McGarty y S. A. Haslam (Eds.), *The message of Social Psychology* (pp. 54-62). Oxford: Blackwell.
- Cialdini, R. B. (1989). Psicología Social de Ciclo Completo. En J. F. Morales y C. Huici (Eds.), *Lecturas de Psicología Social* (pp. 299-331). Madrid: UNED (versión original: Full cycle Social Psychology. En L. Bickman (Ed.), *Applied Social Psychology Annual*, Vol. 1, pp. 21-47. Beverly Hills: Sage, 1989).
- Crano, W. D. y Brewer, M. B. (2002). *Principles and methods of social research* (2ª ed.). Nueva York: Psychology Press.
- Fiske, A. P. (1992). The four elementary forms of sociality: Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99, 689-723.
- Fiske, S. T. (2010). *Social beings: Core motives in Social Psychology* (2ª ed.). Hoboken: Wiley.
- Insko, C. A., Schopler, J., Hoyle, R. H., Dardis, G. J. y Graetz, K. A. (1990). Individual-group discontinuity as a function of fear and greed. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 68-79.
- Leary, M. R. y Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 32, pp. 1-62). San Diego: Academic Press.
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K. y Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 518-530.
- Leary, M. R., Twenge, J. M. y Quinlivan, E. (2006). Interpersonal rejection as a determinant of anger and aggression. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 111-132.
- Levine, J. M. y Kerr, N. L. (2007). Inclusion and exclusion: Implications for group processes. En A. W. Kruglanski y E. T. Higgins (Eds.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles* (2ª ed., pp. 759-784). Nueva York: Guilford Press.
- Levin, K. (1952). Group decision and social change. En G. E. Swanson, T. M. Newcomb y E. I. Hartley (Eds.), *Readings in Social Psychology* (pp. 459-473). Nueva York: Holt.
- Leyens, J. P. (2012). *Sommes-nous tous racistes? Psychologie des racismes ordinaires*. Bruselas: Mardaga.
- Mackie, D. y Goethals, G. R. (1987). Individual and group goals. En C. Hendrick (Ed.), *Group processes* (pp. 144-166). Newbury Park: Sage.
- Richard, F. D., Bond, C. F., Jr. y Stokes-Zoota, J. J. (2003). One hundred years of Social Psychology quantitatively described. *Review of General Psychology*, 7, 331-363.
- Richman, L. S. y Leary, M. R. (2009). Reactions to discrimination, stigmatization, ostracism, and other forms of interpersonal rejection: A multimotive model. *Psychological Review*, 116, 365-383.
- Rosenthal, R. y Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Schmitt, M. T. y Branscombe, N. L. (2002). The meaning and consequences of perceived discrimination in disadvantaged and privileged social groups. *European Review of Social Psychology*, 12, 167-199.
- Sellers, R. M. y Shelton, J. N. (2003). The role of racial identity in perceived racial discrimination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1079-1092.
- Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. Nueva York: Harper & Row.
- Sherif, M., Harvey, O. J., White, B. J., Hood, W. R. y Sherif, C. W. (1961). *Intergroup conflict and cooperation. The Robbers Cave Experiment*. Norman: University of Oklahoma Book Exchange.
- Slovic, P. y Fischhoff, B. (1977). On the psychology of experimental surprises. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 3, 455-551.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Londres: Cambridge University Press (versión castellana: *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder, 1984).
- Triplett, N. (1897). The dynamogenic factors in pacemaking and competition. *American Journal of Psychology*, 9, 507-533.
- Williams, K. D. (2007). Ostracism. *Annual Review of Psychology*, 58, 425-452.
- Zajonc, R. B. (1965). Social facilitation. *Science*, 149, 269-274.