

BLOQUE IV: LA INFLUENCIA DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA

INTRODUCCIÓN

La **psicología social** es una ciencia que busca entender y explicar la influencia real o imaginada de los otros seres humanos en las ideas, sentimientos y conductas de los individuos. Se trata de una ciencia surgida en EEUU en el siglo XX que luego se ha expandido a Europa.

El **primer experimento de psicología social** se realizó en 1897 cuando Norman Triplett examinó los registros oficiales de las carreras de bicicletas y observó que la velocidad máxima de los ciclistas era aproximadamente un 20 por ciento mayor cuando competían con otros que cuando corrían solos. Triplett concibió un estudio de laboratorio para demostrar el efecto: hizo que unos niños enrollasen el hilo de un carrete de caña de pescar solos o en presencia de otros niños ejecutando la misma tarea. Los niños desarrollaron la tarea de forma más rápida cuando competían con otros que cuando estaban solos.

Ψ Actividad 1: Propón un estudio o pequeño experimento que sirva para comprobar el efecto estudiado por Triplett (a ser posible que pueda ser llevado a cabo en el aula).

Los acontecimientos sociales han ejercido una gran influencia en los temas y asuntos estudiados por la Psicología social. Durante la Segunda Guerra Mundial se llevaron a cabo investigaciones sobre influencia social, liderazgo y dinámica de grupos, mientras que en el periodo de posguerra entre 1950 y 1960 se investigaron la conformidad, la obediencia y los conflictos. A partir de 1980 aumentó el interés por los procesos de cognición social, es decir, por el modo en que los individuos guardan y procesan la información sobre el mundo y el efecto que esto tiene en sus interpretaciones de los hechos y en su conducta.

Ψ Actividad 2: Tras conocer la reacción social provocada por la transmisión en 1938 del programa radiofónico “la invasión de Marte” imagina que formas parte de un grupo cuyo proyecto es describir y explicar los efectos de este programa que han oído seis millones de personas. ¿Qué estrategias diseñarías para realizar el trabajo? Consulta la tabla que se adjunta con información sobre las ventajas y desventajas de los distintos tipos de investigación.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN: VENTAJAS (+) Y DESVENTAJAS (-)

1. ESTUDIO DE CASO: consiste en estudiar a fondo un solo caso proponiendo hipótesis
+ resulta muy realista al implicar un hecho ocurrido
- no controla variables independientes ni selecciona muestra, depende del recuerdo que puede ser impreciso

2. BÚSQUEDA DOCUMENTAL: implica hechos reales abarcando muchos incidentes
+ permite generalizar y resulta fácil y barato
- no controla variables independientes ni selecciona muestra, posibles sesgos en informes, depende de informes de segunda mano

3. ENCUESTA: recoge información de gran variedad de individuos
+ es fácil recoger datos de una gran variedad de sujetos
- no determina causa y efecto ni controla variables independientes. Depende de la memoria de la gente

4. EXPERIMENTO: diseñado a partir de una hipótesis controla variables y selecciona sujetos en un contexto construido artificialmente
+ elevado control de variables
- poco realismo, difícil de generalizar, requiere tiempo

5. EXPERIMENTO DE CAMPO: diseñado a partir de una hipótesis controla variables y selecciona sujetos en un contexto mundano
+ mayor realismo y posibilidad de generalización
- dificultad de controlar variables extrañas

1. LA PRESENTACIÓN DEL YO Y LA COMPRESIÓN DE LA GENTE: LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

Ψ Actividad 3: ¿Qué importancia tienen en tus relaciones con los demás las primeras impresiones que recibes de ellos? ¿En qué medida son decisivas? ¿Qué tipo de primera impresión sueles producir en los otros? ¿Te beneficia o te perjudica tu imagen?

La mayor parte de la comunicación es transmitida mediante la conducta no verbal: postura, gestos, contacto visual, voz, seguridad... Por eso cada día tenemos que interpretar el lenguaje corporal de otras personas al mismo tiempo que controlamos el nuestro para crear la impresión adecuada.

Se puede estudiar el lenguaje corporal para mejorar la interpretación del lenguaje de los otros y ser más conscientes del propio, pero no es fácil falsearlo. El cuerpo humano está compuesto de muchos músculos y es imposible ser consciente de la actividad de todos ellos al mismo tiempo. Por eso es importante que haya congruencia entre ellos. A veces estamos desplegando gestos no intencionados que se prestan a ser malinterpretados: apretar los labios de forma intermitente, sujetarse la cabeza con las manos, cubrirse la boca con los dedos, suspirar en momentos inoportunos o cambiar de posición constantemente en la silla mientras se habla o se escucha...

Ψ Actividad 4: Escribe el diálogo de una escena de una película tras haberla visto sin sonido. (Se proporciona información adicional en el anexo correspondiente)

2. LAS ACTITUDES: FORMACIÓN Y MODIFICACIÓN

Llamamos **ACTITUD** (^{1*}) al juicio evaluativo sobre una acción o un objeto que representa un sentimiento favorable o desfavorable del observador hacia ellos.

¹ No confundir con **APTITUD**: cualquier característica psicológica que permite pronosticar diferencias interindividuales en situaciones futuras de aprendizaje. Al hablar de tipos de inteligencia hemos hablado de **APTITUD ESPACIAL** O **NUMÉRICA** en este sentido.

Las actitudes cumplen **funciones** de gran utilidad en la medida en que nos facilitan la identificación de objetos (función de conocimiento), nos permiten expresar nuestra identidad y valores (función expresiva) y, a veces, nos protegen de admitir verdades desagradables acerca de nosotros mismos (función defensiva).

Las actitudes se basan tanto en la **información cognitiva**, es decir, nuestras creencias acerca del objeto, la **información afectiva** o lo que sentimos acerca de ese mismo objeto y la **información conductual** que obtenemos porque deducimos que preferimos o rechazamos un objeto según el comportamiento que en el pasado hayamos tenido hacia él.

Nuestras actitudes condicionan la forma en que percibimos la información sobre la realidad. A este fenómeno se le llama **PERCEPCIÓN SELECTIVA DE LA INFORMACIÓN**. En general tendemos a pensar que la información apoya más nuestras actitudes de lo que sería justificable. Pero ¿Qué ocurre cuando una información apoya una opinión y otra la contraria? En principio parecería que si hay información que respalda opiniones encontradas, deberíamos estar menos seguros de que nuestra opinión es la correcta.

Actividad 5: Lee la descripción del siguiente experimento y explica cuáles son las conclusiones que podemos obtener de él:

“En un estudio muy conocido, Lord, Ross y Lepper (1979) reclutaron participantes que tenían actitudes favorables o desfavorables hacia la pena de muerte. A todos los participantes se les entregaron descripciones de dos estudios (ficticios) sobre el carácter disuasorio de esta forma de castigo que daban pruebas “contradictorias”: uno concluía que la pena de muerte disuade a los delincuentes de asesinar y el otro deducía que no lo hace.

¿Cómo reaccionaron los participantes a esta maraña de pruebas? Después de leer las descripciones, los participantes a favor de la pena de muerte acentuaron de forma significativa su postura, y lo mismo hicieron los opositores. En pocas palabras, ocurrió una polarización de las actitudes después de la exposición a la información contradictoria.

También se les pidió que evaluaran la calidad de los dos estudios; los datos resultantes mostraron que evaluaron el estudio que apoyaba su situación más favorablemente que el que se oponía. Así, la objetividad de las pruebas contradictorias no pareció generar contradicción en los participantes en el estudio. En vez de ello, estos creyeron que había un estudio de calidad cuando apoyaba sus puntos de vista y uno de baja calidad cuando se oponía.”

Worchel, Cooper, Goethals, Olson, Psicología social, Ed. Thomson, Madrid 2003, p.156

El anterior estudio pone de manifiesto lo difícil que resulta modificar actitudes a través de la mera transmisión de información. Reflexiona sobre esta cuestión desarrollando la siguiente actividad:

Actividad 6: ADN, jueves, 28 de enero de 2010, La mitad de los jóvenes se emborracha cada semana (Se proporciona la información en un Anexo)

Sin embargo todos conocemos hechos en los que nos sorprende la capacidad de algunos grupos o individuos para persuadir o convencer a otros modificando sus actitudes más básicas. El ejemplo más evidente es el de las **SECTAS**.

Se denomina “secta destructiva” a un grupo estructurado de manera rígida jerárquica y gobernado por un líder carismático y autoritario. Este tipo de grupos se separan de las tradiciones, normas y valores sociales ; incorporan miembros mediante engaños y sin consentimiento informado y los retienen por medio del reforzamiento continuo directo e indirecto con técnicas de manipulación que modifican la personalidad y la conducta, niegan la libertad de elección, e interrumpen y obstruyen el desarrollo óptimo de la personalidad.

Ψ Actividad 7: Busca información sobre la secta de los Moonies y la presencia de las sectas en España en las páginas que se te indican. Después lee el caso del Anexo que se te proporciona.

¿Qué técnicas de persuasión utilizan las sectas para conseguir resultados tan espectaculares? Se trata de técnicas que no son inusuales ni en extremo influyentes por separado, pero que utilizadas de manera simultánea y enérgica son muy eficaces. Muchas de estas técnicas se aplican rutinariamente por otros grupos religiosos, vendedores, reclutadores y publicistas.

Ψ Actividad 8: Busca ejemplos del uso de estas técnicas en un ámbito distinto al de las sectas y valora su eficacia:

BOMBARDEO DE AMOR: Los miembros potenciales son tratados con amor, adulación y afecto: “Te amamos por ser tú”, lo que resulta un refuerzo positivo para jóvenes inseguros de su popularidad y atractivo.

UN PIE EN LA PUERTA: Al principio las peticiones son pequeñas: asistir a reuniones, escuchar charlas; después son más participativas: cantar en reuniones, hablar de sus esperanzas y deseos y poco a poco aumenta su grado de exigencia: donar dinero al grupo, difundir los ideales del grupo. Al final se vuelven extremas: abandonar el trabajo y la familia, mudarse a la comuna y dedicar su vida a la secta.

REPETICIÓN: Los nuevos miembros están expuestos a charlas repetitivas que exponen la doctrina de la secta hasta que se hace familiar y se genera una actitud positiva hacia ella.

ESTADOS ALTERADOS DE CONCIENCIA: En los retiros de fin de semana se utilizan técnicas destinadas a producir confusión mental: privación del sueño, provisiones mínimas de comida, cantos y recitaciones. El objetivo es reducir el pensamiento lógico y crítico y provocar una impresión alterada del tiempo donde sólo importa el presente y no existen el pasado (familia, amigos) ni el futuro (proyectos personales).

NEGACIÓN DE LA PRIVACIDAD: Se organiza el tiempo de modo que los nuevos miembros estén siempre acompañados y ocupados con actividades, de manera que no tengan la oportunidad de pensar con calma.

ACTIVIDADES ESTRUCTURADAS: Una programación repleta de actividades (charlas, debates en grupos, cantos) intenta impedir la reflexión tranquila acerca de lo que pasa.

RECIPROCIDAD: “Devolver favores a los que nos ayudan” es una norma asumida en nuestra sociedad que las sectas utilizan para presionar a los nuevos miembros que si no se comportan como se espera de ellos resultarán ser unos desagradecidos.

SOLUCIONES SIMPLES: Las sectas ofrecen respuestas simplistas a problemas complejos: la pobreza es causada por la falta de bondad, las drogas son responsabilidad del capitalismo, etc.

TRAFICAR CON EL TEMOR: Se sitúan en el horizonte catástrofes como la guerra nuclear, un colapso financiero o la anarquía social, el gobierno es perseguidor de la secta y sus líderes y la sociedad es maligna y controlada por el espíritu del mal.

3. PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS

Los **prejuicios** son para los psicólogos sociales **actitudes** hacia las personas que expresan valoraciones positivas o negativas en función exclusivamente de su pertenencia a un grupo o por su raza, sexo o religión. Siempre incorporan una carga emocional, mientras que los **estereotipos** se consideran creencias compartidas sobre los miembros de una categoría social a los que se atribuyen características particulares y son fundamentalmente cognitivos.

Los estereotipos junto a los prejuicios pueden conducir a la discriminación o conducta dirigida a alguien por pertenecer a un determinado grupo. Las formas de discriminación más conocidas son el **racismo** y el **sexismo**.

Ψ Actividad 9 : Pocos días después de la emisión radiofónica de Welles en EEUU simulando una invasión extraterrestre, la violencia y el terror real recorrió las calles alemanas en la conocida como Kristallnacht o Noche de los cristales rotos en la que estalló un antisemitismo que acabó con el holocausto de seis millones y medio de judíos. Desde entonces no han faltado los conflictos motivados por prejuicios raciales y religiosos, por lo que parece importante contestar a la pregunta ¿cómo se forman los prejuicios? Busca algunas claves en la fotocopia que se adjunta.

Los psicólogos sociales clasifican los factores que influyen en el origen de los prejuicios en:

1. FACTORES MOTIVACIONALES:

- La frustración busca “chivos expiatorios” débiles, con visibilidad, rasgos extraños y hacia los que ya se tiene una actitud negativa.
- Además intentamos mantener una evaluación positiva de nosotros mismo s defendiendo nuestra superioridad sobre otros grupos (exogrupos) que no son el nuestro.

2. FACTORES SOCIOCULTURALES: el aprendizaje familiar y en la escuela y los medios de comunicación son la fuente fundamental de nuestros prejuicios y estereotipos.

Ψ **Actividad 10:** Detecta prejuicios y estereotipos analizando la publicidad y alguna de las series televisiva que te resulte conocida.

3. FACTORES DE PERSONALIDAD: Algunos estudios apuntan a una relación entre actitudes racistas y etnocéntricas en personas educadas en hogares en los que la disciplina es muy rígida y amenazante.

4. FACTORES COGNITIVOS: Para pensar elaboramos conceptos que nos ayudan a clasificar la realidad mediante categorías. Entre estas categorías están los prejuicios y estereotipos que aprendemos en la sociedad y que tienen el objetivo de ayudarnos a interpretar la realidad. El problema surge cuando los estereotipos son extremos e incorrectos y se vuelven invulnerables al contraste con la realidad. El procesamiento selectivo de la información del que hemos hablado en el apartado anterior explica el mantenimiento de los estereotipos condicionando a la vez que nuestra percepción y nuestra memoria seleccionen también aquella información que es acorde con ellos.

Ψ **Actividad 11:** Se llama “**profecía autocumplida**” a una confirmación conductual real de nuestras expectativas. Esto sucede porque cuando tenemos estereotipos acerca de alguien, nuestras expectativas hacen que nos comportemos de otra manera con esa persona, de manera que al final se confirman nuestras expectativas. Lee el siguiente texto y explica cómo se produce este fenómeno:

“En un estudio se dijo a sus participantes hombres y mujeres que interactuarían por medio de un intercomunicador (llegaron a diferentes salas y no se vieron). Los hombres recibieron una fotografía que era supuestamente de su pareja; sin embargo, no era de su pareja del experimento, sino que presentaba a otra mujer que era físicamente atractiva o no (las mujeres participantes no sabían que les habían dado fotos a los hombres). Entonces cada hombre y mujer sostuvieron una conversación espontánea, que los investigadores grabaron en canales separados.

Parte del estereotipo de las mujeres atractivas es que son muy sociables (amistosas, cordiales, cálidas...) Pues bien, unos jueces neutrales escucharon las cintas de las mujeres y evaluaron su sociabilidad. De manera increíble, las mujeres que interactuaron con un hombre que creía que eran guapas se condujeron de manera más sociable que las que hablaron con alguien que pensaba lo contrario. De algún modo, las expectativas de los hombres acerca de su pareja sería sociable o no (de acuerdo con las fotografías) les indujeron a comportarse de manera que despertaron el tipo esperado de comportamiento.”

Worchel, Cooper, Goethals, Olson, Psicología social, Ed. Thomson, Madrid 2003, p.208.

La psicología social propone el control consciente de los estereotipos (como un mal hábito se pueden abandonar con un esfuerzo constante y deliberado), considera que las leyes contra la discriminación no cambian lo que la gente piensa pero tienen un papel de referencia y educativo que provoca la internalización de actitudes. Sin

embargo, la técnica más investigada es el contacto intergrupal que afirma que miembros de grupos diferentes lleva a actitudes más positivas de unos hacia otros.

Ψ Actividad 12: ¿Es posible cambiar nuestros prejuicios? ¿Y los de los demás? Razona tu respuesta y busca ejemplos que la ilustren.

4. ALTRUISMO Y EGOISMO

Antes de aclarar lo que quieren decir estos términos reflexionemos sobre el siguiente caso contestando a las preguntas que se te hacen después:

El testigo indiferente: “En una noche cálida del verano de 1995 Deletha W. conducía acasa de regreso de una divertida velada en la popular Isle Belle en Detroit (Michigan). Sobre el puente que conecta esta isla con la zona urbana de Detroit, su coche viró con rapidez y, de forma accidental golpeo de costado al coche conducido por Martel W., lo que produjo daños menores a los dos vehículos. Deletha no pudo mover su coche, pues estaba bloqueada de pronto por el tráfico. De pronto, estallaron el parabrisas y la ventanilla de su lado por la fuerza de un golpe pues el conductor del otro coche la estaba atacando. En un arranque de ira el hombre de 1,88 metros y 118 kilos la sacó de su coche, la golpeó, intentó estrangularla y la estrelló contra el suelo varias veces. Deletha, de 1,40 metros y 52 kilos, se defendió con vigor y escapó dos veces de su atacante, pero la volvía a atrapar y la sometía a la brutalidad más despiadada. En un momento, Martel W. fue a su vehículo a pro una llave de hierro para llantas, ocasión que Deletha aprovechó para escapar y trepar por la barandilla de seguridad del puente. Cuando el hombre volvió blandiendo el arma, Deletha, ensangrentada, debilitada por los golpes y sin posibilidad de correr hacia otro lado, se desprendió de la barandilla y saltó al agua. Dos hombres que habían sido testigos de la paliza saltaron la barandilla en un intento por detenerla, pero era demasiado tarde: había desaparecido bajo la superficie. Su cuerpo fue hallado al día siguiente a kilómetro y medio de donde había saltado. Los familiares revelaron que no sabía nadar.

Martel W. se declaró inocente de la muerte de Deletha, pero el jurado estuvo en desacuerdo y fue sentenciado por asesinato en segundo grado.

La historia es trágica pero lo es más cuando sabemos que no estaba sola cuando fue atacada: cerca de 40 automovilistas observaron el ataque sobre el puente. Muchos bajaron de sus coches y formaron un círculo alrededor del altercado. A pesar e que muchos testigos contaban con teléfono móvil y de que había una estación de policía al final del puente, ninguno movió un dedo para impedir la muerte de la chica.”

Worchel, Cooper, Goethals, Olson, Psicología social, Ed. Thomson, Madrid 2003, p.268-9.

Ψ Actividad 13: ¿Qué motivos llevaron a los testigos a no actuar? ¿Son responsables de lo ocurrido?

¿Conoces algún caso semejante aunque no tenga un resultado tan trágico?

El caso anterior nos resulta sorprendente pues seguro que todos conocemos muchos ejemplos de casos de ayuda a los demás. La psicología social ha indagado sobre los motivos que nos llevan a ayudar a los otros y ha propuesto dos hipótesis

fundamentales: ¿Ayudamos a los demás por razones altruistas o por motivos egoístas?

El **altruismo** es un deseo desinteresado de ayudar cuyo objetivo es beneficiar a los demás. La empatía o capacidad de compartir los sentimientos de otra persona se considera una motivación para la conducta altruista. Por el contrario el **egoísmo** es la tendencia a concentrarnos en la gratificación personal. Por eso muchas veces cuando el objetivo es mitigar nuestra angustia y tristeza y no beneficiar a los otros ayudamos por motivos egoístas.

Ψ **Actividad 14:** Busca dos ejemplos de ayuda uno movido por el altruismo y otro por el egoísmo basados en tu experiencia personal y otros dos que hayas conocido por los medios de comunicación. Coméntalos contrastando con los que propongan tus compañeros.

5. AGRESIÓN

Definimos agresión como un acto destinado a dañar a alguien. Aunque la conducta agresiva tiene en parte orígenes instintivos o biológicos, desde la psicología social se han elaborado diferentes hipótesis para explicarla:

1. HIPÓTESIS DE LA FRUSTRACIÓN: defiende que realizar o presenciar un acto de violencia reduce la frustración del individuo mediante catarsis. El acto violento no siempre se dirige al agente causante de la frustración sino que muchas veces se desplaza. Por ejemplo, una persona que descarga su frustración con su jefe en su pareja sentimental o en un empleado a su cargo.

2. HIPÓTESIS DEL APRENDIZAJE SOCIAL: propone que las conductas agresivas se aprende mediante reforzamiento y, sobre todo, por imitación o modelado. Se ha demostrado que la conducta violenta disminuye en los niños si no se les ofrecen modelos agresivos ni se les recompensa por el comportamiento violento.

Ψ **Actividad 15:** Aplica estas dos hipótesis para dar diferentes respuestas a la pregunta: ¿Hay una relación entre ver programas violentos y una mayor agresividad en la conducta?

Ψ **Actividad 16:** Lee el siguiente texto y busca argumentos para sostener una postura a favor o en contra de la reducción de las escenas violentas en los medios de comunicación, ocio, etc.

“Las investigaciones acerca de los efectos de presencia violencia televisiva han determinado que ver programas violentos se asocia con mayor agresividad, aunque en los últimos años se ha debatido la validez de estos resultados. El sexo y la edad del espectador parecen ser variables importantes de la relación entre ver programas violentos y actuar de forma agresiva. Algunas investigaciones muestran que ver actos de violencia en la televisión desensibiliza al espectador sobre la agresión y reduce su compasión por la víctima. Los videojuegos (como jugador o espectador) han revelado

tener vínculos semejantes entre la exposición a imágenes violentas y la conducta agresiva. En general el peso de las pruebas apunta a un vínculo causal entre la violencia de los medios y el comportamiento agresivo.”

Worchel, Cooper, Goethals, Olson, Psicología social, Ed. Thomson, Madrid 2003, p.333.

Podrás encontrar más argumentos en el **Programa Redes sobre la violencia nº28**

6. INFLUENCIA SOCIAL

La influencia social es el ejercicio del poder por una persona o grupo para influir en otros. El poder se considera el potencial de influir en los demás. Hay diferentes tipos de poder:

1. PODER COERCITIVO que se basa en el potencial para repartir amenazas o castigos que fuercen a otra persona a cambiar su conducta.

2. PODER LEGÍTIMO es lo que se denomina AUTORIDAD. En muchos casos se basa en las leyes de la sociedad o en los criterios que esta establece para asignárselo a determinadas personas (monarquías hereditarias, elecciones democráticas, etc.)

3. PODER DE RECOMPENSA se fundamenta en el acceso a unos bienes que otros valoran. Aunque en muchos casos es más eficaz que el coercitivo, a veces es muy costoso y no consigue la internalización o el cambio de actitud. Se hace algo para obtener una recompensa pero no porque se crea que se deba hacer o que es valioso.

4. PODER DE EXPERTO que se atribuye a personas con reconocida capacidad en ciertos terrenos (mecánica, medicina, etc.)

5. PODER DE REFERENTE es el que poseen las personas que tienen capacidad de influir en nosotros cuando las admiramos y nos agradan.

El **líder** es el individuo que ejerce la mayor influencia en el grupo. Hay una teoría acerca del liderazgo que defiende que los líderes tienen ciertos rasgos que los diferencian de los demás (estatura, vigor, inteligencia, elocuencia, motivación, carisma...) Frente a ella hay otra teoría que propone que es la situación histórica y el contexto quiénes determina quién se convertirá en líder de un grupo. La teoría más aceptada es una síntesis de ambas: tanto la situación como las características personales y el trato con los seguidores determina quién será el líder.

Se diferencia entre **líderes autocráticos** que determinan la política del grupo, dictan todas las estrategias y técnicas para conseguir los objetivos, asignan tareas y se mantienen separados del grupo y **líderes democráticos** que permiten que sea el grupo el que determine la política a seguir, ofrecen sugerencias acerca de los procedimientos y tareas, participan de las tareas del grupo y son objetivo de elogios y críticas.

Las investigaciones muestran que los primeros tienen grupos productivos y eficaces aunque los miembros del grupo son más felices con líderes democráticos.

Ψ **Actividad 17:** Debate defendiendo los pros y contras de cada tipo de liderazgo

El poder de ciertos líderes se basa en la obediencia y la conformidad de otros con sus decisiones. La **obediencia** es la conformidad con las órdenes directas de una persona en posición de autoridad. Los estudios de Milgram encontraron que las personas son mucho más obedientes de lo que se cree. Una razón es que piensan que el líder asumirá la responsabilidad de su conducta.

La **conformidad** consiste en rendirse a la presión real o percibida de un grupo. Los grupos se valen de la influencia social informativa y normativa para conseguir que los miembros se conformen. La conformidad está influida por factores situacionales y personales.

Ψ Actividad 18: Busca información sobre los experimentos de Asch y resume sus conclusiones.