TEMA 12.

PSICOLOGÍA SOCIAL.

1.- LA PSICOLOGÍA SOCIAL COMO DISCIPLINA CIENTÍFICA.

1.1.- ORÍGENES Y DESARROLLO HISTÓRICO.

La psicología social es una rama de la psicología que se ocupa básicamente de estudiar las manifestaciones de la conducta que son fruto de las relaciones de un individuo con su entorno social, es decir, las que proceden de la interacción de una persona con otra o con un grupo social determinado.

Se trata de una de las disciplinas menos conocidas de la psicología, por cuanto su objeto de estudio se halla próximo al de otras ciencias que poseen mayor relevancia social, como la sociología o la antropología social. Si embargo, su origen se remonta al siglo XIX, aunque su auge como rama del saber se produjo en EE.UU. durante los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial.

Hay que buscar sus antecedentes científicos en disciplinas como la filosofía o la historia antropológicas. En la segunda mitad del siglo XIX, el filósofo francés Auguste Comte, afirmó que él había sentado las bases teóricas para a constitución de una nueva ciencia: la sociología. En enorme éxito que tuvieron las ideas y las obras de Comte animo a muchos pensadores a volcarse en los estudios sociales, y así fueron apareciendo un conjunto de publicaciones que añadían el adjetivo “social” a diversas disciplinas del saber humano: historia social economía social, filosofía social, etc.

El primer pensador que utilizó el nombre de psicología social como título de una de sus obras fue Gabriel Tarde, en 1898. Antes de él, el sociólogo Emile Durkheim estableció una distinción entre psicología y sociología, afirmando que los acontecimientos sociales no podían ser analizados en términos psicológicos, por lo que era necesaria la fundación de una disciplina científica –la sociología- con herramientas conceptuales y métodos de análisis específicos, que fuera capaz de explicar satisfactoriamente tales fenómenos

Se considera al psicólogo británico W. McDougall y al sociólogo norteamericano E. A. Ross los precursores de la fundamentación teórica de eta nueva disciplina. Ambos publicaron en el año de 1908 sendas obras con el título de psicología social. Sin embargo, los historiadores de la psicología consideran la obra *Social psicología*, de F. H. Allport, publicada en la segunda década del siglo XX, como el texto fundacional de una nueva rama de la psicología , ya que allí sentó las bases epistemológicas y metodológicas modernas de esta disciplina.

1.2.- EL OBJETO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.

De manera genérica, podemos definir a la psicología social como el saber que se ocupa de estudiar la forma en que los comportamientos, sentimientos o normas de los "otros" –ya sean grupos sociales, ya sea la cultura en su conjunto- influyen en la conducta personal de un individuo.

El hecho de que los seres humanos vivamos necesariamente -Aristóteles ya había afirmado que el hombre es un animal social por naturaleza- en un proceso de interacción con las personas, grupos o colectivos que nos rodean, nos convierte en seres sociales en esencia. Este hecho tiene una especial trascendencia para nuestra conducta: ésta es influida por los procesos de socialización (familia, escuela, cultura…) a los que estamos sometidos desde la infancia, por las ideas sociales dominantes y por la forma de comportarse de las personas que nos rodean. De esa manera recibimos una educación que nos permite vivir y entender la sociedad donde habitamos. Simultáneamente nosotros también nos convertimos en transmisores de esa cultura al influir en nuestros círculos sociales con nuestras ideas y nuestros comportamientos.

Así pues, la psicología social no se centra en el estudio de las características individuales de un sujeto, aún reconociendo que éstas influyen en la manera en que un sujeto interactúa con su entorno social. Por el contrario, su campo de estudio queda exclusivamente delimitado a la conducta desarrollada como consecuencia de estímulos sociales y los estados psíquicos que la caracterizan.

Entre otras cuestiones la psicología social se encarga de estudiar básicamente las actitudes sociales, los roles, el estatus, la cohesión grupal, la influencia de la cultura en la conducta, los grupos de referencia o las normas sociales que un individuo acepta o rechaza en razón de su pertenencia a un colectivo determinado.

A veces, suele confundirse la psicología social con la sociología. Es cierto que ambos saberes poseen idéntico objeto de estudio –la interacción entre el individuo y la sociedad- aunque abordan sus análisis desde diferentes untos de vista. L sociología se ocupa básicamente de indagar sobre las instituciones sociales, su clases y sus métodos de ejercer el poder o la transmisión de normas a las masas. En cambio, la psicología se plantea esas cuestiones desde el punto de vista del individuo, es decir, estudia cómo actúan sobre él esas instituciones sociales y la cultura en general, y cómo afectan a su conducta y personalidad.

1.3.- RAMAS DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.

Se suelen distinguir, de modo genérico, dos grandes ramas dentro de esta disciplina: las llamadas psicología social básica y psicología social aplicada. Como es

lógico, la primera se encarga esencialmente de delimitar los conceptos teóricos que sustentan este saber, mientras que la segunda se caracteriza por la realización de trabajos de campo y por la puesta en práctica –en la vida real y en situaciones de problemática social- de las conclusiones a las que ha llegado la reflexión teórica.

Por su parte, la psicología social básica incluye una doble vertiente en sus estudios. Por un lado, una puramente epistemológica y formal, cuyo objeto es delimitar con precisión su campo de estudio, los métodos científicos adecuados para alcanzar conocimientos objetivos y las críticas formales y filosóficas al conjunto de sus teorías. Por otro, su finalidad consiste en el análisis sobre las investigaciones teorías de las grandes escuelas psicológicas acerca de los hechos sociales y su influencia en la conducta individual.

A su vez, la psicología social aplicada se dedica a asuntos mas prácticos, sobre todo a la resolución o al análisis personalizado de problemas sociales concretos. Básicamente éstos se caracterizan por la aparición de conflictos entre la conducta de algunos individuos y las normas y comportamientos que defienden los grupos sociales. Para ello, esta disciplina utiliza las investigaciones teóricas desarrolladas por la psicología social básica, intentando aplicarlas con el fin de comprobar experimentalmente su validez o eficacia.

Algunos historiadores de la psicología también apuntan otras divisiones de la psicología social según sea el enfoque parcial con el que se contempla el objeto de estudio genérico. As´, se distingue entre psicología de la cultura dedicada a investigar los principios generales y las normas de conducta emanadas de una cultura concreta, en relación con los individuos que pertenecen a esa cultura concreta y a sus formas personales de comportamiento), psicología de la comunicación (las influencias de los medios de comunicación y la publicidad en los hábitos cotidianos y en las ideas sociales) etc.

2.- IDENTIDAD PSICOLÓGICA Y SOCIALIZACIÓN

2.1.- LA IDENTIDAD PERSONAL.

El concepto de identidad personal o psicológica consiste en la percepción que tenemos de nosotros mismos como un todo organizado y homogéneo que nos hace distintos de todos los demás. También los demás nos perciben como un ser único, caracterizado por una personalidad concreta, por unos hábitos determinados, por unas conductas previsibles y por un conjunto de sentimientos y normas morales que configuran esa identidad. Sin embargo, todo ese conjunto de rasgos está interiorizado por nosotros de una manera tan personal que, a pesar de parecernos en esto o en

aquello a otras personas, hace de nosotros unos seres diferenciados del resto.

Algunos psicólogos distinguen entre diversos tipos de identidad:

Identidad genética: determinada por nuestros propios genes y, por lo tanto, ajena a nuestra voluntad.

Identidad social: nos sentimos cercanos a los miembros de nuestra sociedad, puesto que nuestros aprendizajes han incluido una lengua, unas costumbres sociales, unas tradiciones y una manera de ver el mundo similar a la de otros miembros de la sociedad donde nacimos y nos educamos.

Identidad cultural: identificación con algunos ideales, normas éticas o visiones artísticas mayoritarios en nuestra cultura, a la vez que rechazamos o nos mostramos indiferentes ante otras ideas o ciertos proyectos culturales que no coinciden con nuestra forma de ser y de vivir. Dentro de esta categoría se pueden incluir las identidades religiosa, ideológica, política o estética.

Identidad personal: la que nos confiere nuestra propia personalidad, que es única e irrepetible.

Ciertos trastornos psíquicos de conducta pueden llevarnos a perder nuestra identidad personal. Así sucede en la llamada “despersonalización”, trastorno que se caracteriza por una pérdida de nuestro reconocimiento del Yo: no nos reconocemos en nosotros mismos, nos sentimos extraños y rechazamos nuestra manera de ser; todo ello vivido con grandes dosis de angustia y ansiedad. A veces, este proceso culmina en una nueva personificación.

2.2.- LOS PROCESOS DE SOCIALIZACIÓN.

Con el nombre de socialización se designa el amplio proceso de transmisión de valores morales, normas de conducta, ideas, hábitos y aprendizajes que llevan a cabo los padres y la sociedad en general con respecto a los niños. La socialización comienza desde el momento mismo del nacimiento. El niño recién nacido viene provisto de unos mecanismos innatos de respuesta para adaptarse a la nueva situación. Ahora bien, pronto necesita adquirir nuevos hábitos de conducta que hagan viable la satisfacción de sus necesidades primarias.

Gracias al proceso de socialización el niño va adaptándose a la vida social e interiorizando un conjunto de normas y valores que forjarán su futura personalidad. Esto es, el carácter de cada persona viene determinado, en gran parte, por la manera en que ha ido socializándose a lo largo de toda su vida, puesto que este proceso no culmina nunca. A través de estos mecanismos socializadores las sociedades y las culturas transmiten sus ideas y normas, manteniendo así una continuidad, no exenta

de evolución, a lo lago del tiempo.

Dentro del proceso de socialización pueden distinguirse tres fases, que no están necesariamente aisladas entre sí.

Fase de aprendizaje: mediante la cual las instancias socializadoras transmiten sus normas al individuo, con el fin de que éste vaya adaptándose paulatinamente a la vida social. Su mayor intensidad se produce en la infancia, aunque también es característica de los momentos en que se producen grandes cambios sociales e ideológicos, los cuales exigen nuevos aprendizajes socializadores en los ciudadanos.

Fase de interiozación: el individuo va adatano sus respuestas a as exigencia socializadoras que le son transmitidas, hasta tal punto que normalmente acaba por aceptar esas normas como algo suyo, como algo íntimamente personal. En los casos donde este proceso de interiorización no se lleva a cabo convenientemente, pueden aparecer trastornos de conducta social.

Fase de transmisión: las personas no solo reciben influencias socializadoras, sino que también ellas mismas contribuyen a difundir la socialización en los otros, a través de su acción social.

Varias son las instancias socializadoras: la familia, la escuela, la religión, los amigos, las élites culturales, los medios de comunicación, las instituciones políticas, etc. De entre ellas, las dos que en mayor medida marcarán la socialización del individuo son la familia y la escuela. Gracias a este proceso el individuo adquiere unos patrones de conducta y un aprendizaje sociocultural que le permite alcanzar su identidad personal y también social. No hay que olvidar, sin embargo, las predisposiciones genéticas del carácter, sobre las cuales se producen la acciones socializadoras. Así, un individuo es fruto de la interacción entre sus predisposiciones hereditarias y la educación socializadora que ha recibido.

La socialización trata de cubrir las necesidades del individuo: según una clasificación tradicional, las podemos dividir en tres:

1.-Básicas: satisfacción de las funciones bilógicas esenciales.

2.- Instrumentales: aprendizajes que le permitan adaptarse a la vida social.

3.- Culturales: necesidad de adquirir conocimientos para realizarse como persona.

Los procesos y mecanismos mediante los que se produce la acción socializadora son múltiples y cobran mayor o menor importancia dependiendo de la edad del individuo. Así, os niños interiorizan sus primeras normas sociales a través de la imitación, reproduciendo conductas y comportamientos que ven realizar a sus padres o a personas de su entorno. La adquisición del lenguaje también es un factor

determinante en este proceso inicial.

Más tarde, el juego representa un método excelente para aprender ciertas normas y conductas. La pandillas y la amistad ejercen la función de enseñarnos a convivir con los demás y a ir desarrollando nuestras capacidades afectivas y emotivas, capacidades que encuentran su culminación en el descubrimiento de la sexualidad. En la adolescencia aparecen ya las primeras inquietudes ideológicas, políticas, estéticas, etc. y así hasta la etapa adulta, donde los individuos continúan interiorizando pautas de comportamiento social.

2.3.- IDENTIDAD E INFLUENCIAS SOCIALES.

El ser humano no puede vivir aislado de la sociedad. Incluso en los casos extremos de algunos individuos que se apartan del mundo voluntariamente para recluirse en la mas estricta soledad, las influencias sociales siguen ejerciendo su acción en las ideas, sentimientos y emociones de esos individuos, porque todos ellos han sido condicionados en mayor o menor medida por los procesos de socialización que vivieron en su infancia.

Por tanto, es imposible escapar a las influencias sociales sobre nuestros comportamientos. Y mucho más en el mundo contemporáneo, donde el papel social de los medios de comunicación aumenta cada día más, imponiéndonos una forma de ver e interpretar el mundo.

En una sociedad como la actual, en ocasiones resulta muy difícil continuar siendo nosotros mismos, es decir, seguir manteniendo nuestros criterios y nuestra forma de ser. No es fácil evitar la influencia de las sucesivas modas o de las ideas que nos trasmiten machaconamente los medios de comunicación, muchas de as cuales son incompatibles con nuestra forma de pensar.

Si un individuo posee una personalidad fuerte y madura, esas influencias ejercerán un menor efecto sobre él que sobre otros sujetos con personalidades débiles, inseguras y poco estructuradas. El efecto de estas influencias es mayor en la personalidad infantil y adolescente, la cual se encuentra todavía en fase de formación.

Ello no quiere decir necesariamente que las influencia sociales sobre el comportamiento individual sean negativas en sí mismas, puesto que en michas ocasiones resultan necesarias para moldear nuestra conducta social, facilitándonos así nuestras relaciones con los demás. Ahora bien, cuando esas influencias ocultan –y en algunas ocasiones ni siquiera tratan de ocultarlo- fines manipuladores de las conciencias hablamos de influencia alienadoras de la personalidad, cuyo objetivo radica en cambiar nuestra conducta y hábitos para servir a los intereses particulares de los que propagan esas técnicas de persuasión.

Entendemos por “técnicas de persuasión” los procedimientos destinados al alterar nuestros gustos y nuestras ideas con el fin de controlar y dirigir nuestra conducta hacia los objetivos que previamente han sido programados por los manipuladores. Entre todas ella destacan especialmente dos: la propaganda y la publicidad.

La finalidad de la propaganda consiste inicialmente en propagar ideas y actitudes con una clara vocación de apostolado, esto es, de convencer y ganar para su causa al mayor número de personas posibles. La propaganda suele ser de distinto tipo según el mensaje a transmitir: ideológica, política, religiosa, etc. Lo que se trata de conseguir con ella es el convencimiento de que esas ideas son buenas en sí mismas o, al menos, mejores que las ideas rivales o contrarias. Se usa con fines de poder, y utiliza técnicas inspiradas en los estudios psicológicos sobre la percepción, el aprendizaje, la emocione, la personalidad, etc.

En cambio, la publicidad aspira a hacer públicas as cualidades de un producto, de una actitudes e incluso de unas ideas y formas de entender la vida. Sin embargo, eso no es el todo cierto: la publicidad no consiste tan solo en transmitir a una masa de espectadores o público en general las cualidades objetivas de los productos que trata de vender, sino que su finalidad última –al igual que la propaganda- es la de convencer de que la posesión de dichos productos provoca felicidad, autoestima, mayor consideración social o, simplemente gozo. Para ello no duda en distorsionar la realidad de acuerdo con sus interese comerciales y en promover técnicas de persuasión subliminal sobre las conciencias individuales.

La mejor forma de evitar los efectos negativos tanto de la publicidad como de la propaganda consiste en desarrollar una personalidad critica: ser capaces de mantener nuestras propias ideas frente a los ataques publicitarios y propagandísticos, sabiendo distinguir entre lo que está acorde con la realidad y lo que puede considerase como una manipulación de la misma para alcanzar los fines previstos por los emisores de esos mensajes. De ahí que resulte indispensable conocer las técnicas y procedimientos manipuladores e los que se valen estas actividades.

3.- LOS GRUPOS SOCIALES.

3.1.- DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE GRUPO SOCIAL.

El sociólogo Salvador Giner define de la siguiente manera el concepto de “grupo social”: un grupo de individuos que se hallan e una situación de integración mutua, relativamente duradera. El elemento numérico varía ampliamente, yendo desde dos individuos hasta una vasta comunidad social. Esas colectividades son grupos en

tanto en cuanto sus miembros pertenecen a ellas con un cierto grado de conciencia de las mismas y actúan de un modo que revela la existencia grupal.

Analizando detenidamente esta definición, podemos destacar los siguientes elementos constitutivos de los grupos sociales:

1.- El concepto de interacción: esto es, los pertenecientes a los grupos sociales se sienten integrados dentro del mismo, unidos a los demás miembros del grupo por lazos de afinidad o por otras razones de tipo laboral, ideológico, religioso, etc.

2.- Existen grupos pequeños y grandes, es decir, el número de sus componentes no es lo que define esencialmente al grupo.

3.- El sentimiento de pertenencia: los miembros del grupo actúan con conciencia de pertenecer a esa colectividad. En la mayoría d los casos esa pertenencia es voluntaria, es decir, libremente aceptada. En ocasiones, sin embargo, uno puede pertenecer grupos sociales por presiones externas.

4.- Comportamientos homogéneos: es frecuente que pueda distinguirse a los componentes de un determinado grupo social por sus actitudes externas: forma de vestir, de actuar o de expresar públicamente sus ideas.

Numeroso estudios de psicología social han analizado las características generales de los grupos. Algunos de sus rasgos más significativos son:

Jerarquía: Los grupos sociales poseen una estructura interna, por lo habitual bastante definida. Su estructura queda delimitada por los roles que cada miembro desarrolla dentro del grupo y también por su posición jerárquica dentro de él. Generalmente, los grupos sociales poseen un líder o líderes situados en el vértice de la pirámide jerárquica.

Cohesión grupal: según Shaw ésta se manifiesta en: a) atracción por pertenecer a un grupo determinado; b) resistencia a dejar la pertenencia al grupo; c) mantenimiento de las motivaciones que llevaron a fundar o a ingresar en el grupo; d) coordinación entre sus miembros para alcanzar unos objetivos comunes.

Normas y reglas: los grupos establecen las reglas de pertenencia y adhesión a los mismos, así como las normas por las que se rige su funcionamiento. Si algún miembro incumple esas normas por lo general es sancionado o expulsado del grupo.

Unidad: se expresa generalmente por la convergencia de intereses o por la aceptación de los objetivos finales que pretende el grupo por parte de cada uno de sus miembros. En ocasiones esa unidad es percibida externamente y en otras ocasiones no.

3.2.- CLASES DE GRUPOS SOCIALES.

Se han elaborado numerosísimas clasificaciones de grupos sociales, atendiendo a diversos criterios de selección: número de componentes, tipo de estructura, naturaleza de sus objetivos, etc.

Una de las más conocidas es ala que diferencia entre grupos primeros y secundarios. Los primeros están constituidos por personas que mantienen entre sí un contacto directo, por regla general de larga duración, y cuyas relaciones están caracterizadas por vínculos hereditarios, afectivos, socio-culturales o étnico-políticos. La pertenencia a estos grupos puede ser involuntaria o voluntaria.

Los grupos secundarios son muchos más amplios, hasta tal punto que la mayoría de sus miembros se conoce entre sí. La pertenencia a dichos grupos suele estar motivada por intereses comunes, por compartir ideas o creencias, etc.

Otra clasificación distingue entre grupos de pertenencia y grupos de referencia: a los primeros se pertenece voluntariamente o, en el caso de no ser así, como en la familia, se establecen vínculos afectivos y de simpatía muy fuertes entre todos sus miembros mientras que, en los grupos de referencia, un individuo que pertenece a ellos por causas involuntarias, puede no sentirse identificado ni con os fines ni con las actitudes del mismo.

Según su funcionamiento político podemos distinguir entre grupos jerarquizados, o sometidos a una autoridad fuerte, impuesta sin la participación activa de todos sus miembros y grupos no jerarquizados o democráticos, donde los miembros participan directamente en la elección de sus representantes o líderes: también existen grupos formales caracterizados por tener una reglas rígidas que el individuo debe aceptar obligatoriamente ara ingresar en él y grupos informales que no poseen reglas estrictas ni papeles previamente asignados a cada uno de sus miembros, sino que sus estructuras van modificándose según las circunstancias de cada momento.

3.3.- EL LIDERAZGO.

Un líder es una persona que posee una gran capacidad de influencia en un grupo social, capacidad que se manifiesta especialmente en sus dotes de mando, en el hecho de ser considerado como un modelo ideológico o de conducta para los demás y en la necesidad que sienten los miembros del grupo de obedecerle, seguirle y quererle, gracia a conjunto de cualidades que muestra. Todos los líderes poseen carisma, esto es, una especie de don –percibido a veces únicamente por sus seguidores- que los hacen más perfectos y, por ello, dignos de alabanza. El carisma se expresa generalmente en la enorme capacidad de convencimiento que ejerce el líder sobre sus acólitos.

En todos los grupos existen lideres: puede ser que el liderazgo no sea consciente ara los miembros del grupo, pero no hay duda que unos miembros del grupo ejercen su influencia sobre los demás. En ocasiones existe un único líder; otros grupos, en cambio, se caracterizan por mantener un liderazgo compartido o rotatorio.

Un líder aporta al grupo seguriad, un modelo de conducta, una doctrina o un conjunto de opiniones estructuradas que se consideran siempre como verdaderas, etc. La existencia del líder está relacionada con las necesidades esenciales del grupo que son la siguientes:

Necesidades fisiológicas (el temor): el líder se convierte en el que asegura la subsistencia del grupo, el que colma los deseos colectivos o el que garantiza un futuro mejor para todos.

Necesidades de seguridad (el carisma): los miembros del grupo sienten admiración por el líder, el cual representa para ellos la encarnación de las ambiciones y deseos personales que no han sido satisfechos individualmente. De esa manera, el líder les inspira seguridad, porque él si ha sido capaz de alcanzar lo que ellos anhelan.

Necesidades psicológicas superiores (la aprobación): los adeptos del líder se sienten convencidos con la racionalidad y los argumentos que emanan e él.

3.4.- ROLES Y ESTATUS SOCIAL.

Entro de la psicología social, y también en la sociología, se utilizan con mucha asiduidad los conceptos de rol y estatus social.

Se entiende por “rol” cada una de las funciones que un individuo debe llevar a cabo para ejercer una determinada actividad. Entro de nuestra vida cotidiana, cada uno de nosotros representamos numerosos roles según nuestras características, gustos o tareas.

El estatus social se refiere directamente al prestigio o posición jerárquica que el ejercicio de determinadas profesiones, la posesión o no de riquezas, la capacidad de influencia sobre los demás, etc. confiere a un individuo en la sociedad.