

Presentación

El propósito de este libro es mostrar la estética del descubrimiento que hay detrás de cada formulación en las ciencias del comportamiento social. Uno de los mejores modos de hacerlo es presentando esquemas bien elaborados de algunos experimentos que creemos constituyen una prueba de la madurez y rigor de la investigación psicosocial. Y también una prueba de la fascinante capacidad imaginativa y creadora de los psicólogos sociales.

La Psicología Social posee hoy un extenso cuerpo de conocimientos teóricos y modelos fundamentados en datos empíricos procedentes de experimentos de laboratorio. Desde aquellos primeros esfuerzos por desentrañar los procesos de influencia social hasta los más modernos experimentos con imágenes cerebrales, el caudal de recursos metodológicos y técnicos acumulado es absolutamente impresionante. Cualquiera que contemplara el mundo social sin las herramientas que hoy poseemos daría por imposible una aproximación experimental. ¿Cómo estudiar el comportamiento de ayuda, la obediencia a la autoridad, las decisiones en los grupos, la relación del nacionalismo con el prejuicio o el efecto de los pensamientos en la conducta? ¿Resulta tan complejo y confuso para el novicio! Y, sin embargo, cada uno de esos problemas es parte del territorio explorado por la Psicología Social.

El fin de este libro es mostrar de una forma distinta y entretenida 50 experimentos que han ayudado a entender y explicar el comportamiento social. Para seleccionarlos, hemos buscado aquellos experimentos que destacan por haberse planteado preguntas interesantes y haber construido escenarios vero-

símiles en los que registrar las observaciones. Pero también hemos buscado que fueran experimentos atractivos y con una fuerte dimensión estética. Del mismo modo que reconocemos la belleza, originalidad y funcionalidad en experimentos como el que sirvió a Newton para descomponer la luz, a Millikan para «ver» los electrones, a Skinner para comprender el valor del refuerzo o a Watson para demostrar el condicionamiento, también en Psicología Social hay experimentos de envidiable calidad estética.

Al valorar esta dimensión estética, los autores de todos los capítulos han intentado ajustar su resumen a los requisitos de un relato. Por ello, el propósito de este libro coral es garantizar que estos experimentos sean fáciles de transmitir a quienes están interesados en el comportamiento social, que los cautive y que los estimule a hablar sobre ellos. En síntesis, este libro quiere ser algo así como un compendio de relatos, los relatos que han servido para hacer de la Psicología Social una disciplina respetable en el riguroso escenario de la ciencia.

1. La estructura del libro

El libro está organizado en seis capítulos en los que se ha intentado reflejar mediante experimentos seis ámbitos de estudio en el nivel intrapersonal del comportamiento social. Concretamente, se atiende a investigaciones focalizadas en el Yo, la cognición social, la motivación y la emoción, la percepción personal, la percepción de grupos y las actitudes y el cambio de actitudes. Además, cada capítulo incluye:

A. Una presentación que sirve para introducir el tema y establecer el perímetro de las líneas de investigación relacionadas. En este desarrollo se contextualizan los experimentos y se hace mención explícita a cada uno de los aquí relatados.

La organización del autoconcepto

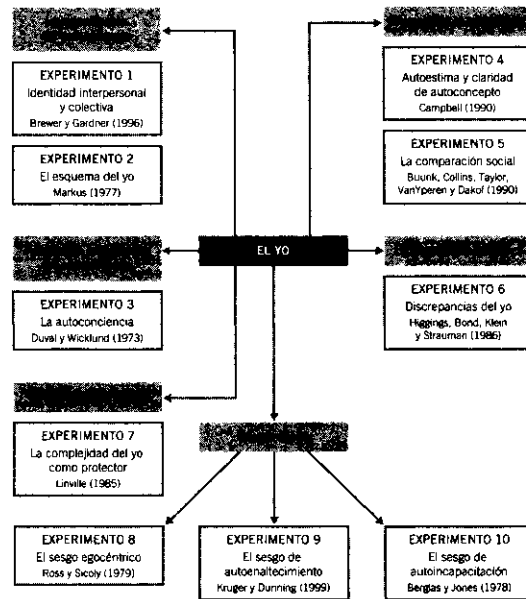
El yo es un conjunto de creencias que las personas sienten como propias y que conforman una teoría implícita sobre el sí mismo. Se trata de creencias sobre distintas facetas que incluyen rasgos y descripciones que sirven a la persona para explicar su comportamiento y anticipar decisiones en distintos contextos y en el desempeño de distintos roles. Sin embargo, no todas estas facetas están activadas permanentemente. Dado que deben garantizar la funcionalidad de las respuestas de las personas en todo tipo de situaciones, la emergencia de un tipo de creencias autorreferentes debe ser contingente con el contexto. Esto es lo que se proponen confirmar Brewer y Gardner (1996) con el test de las veinte preguntas, activando en sus participantes experimentales un contexto interpersonal o colectivo (EXPERIMENTO 1).

B. Un mayor tema de m pueda seleco perimentos un proceso to. Para ello ro del exper a la que se r el año de pu

2. La pr

Toda la inf las de texto nan el cont presenta a o

B. Un mapa conceptual del tema de modo que el lector pueda seleccionar aquellos experimentos que mejor ilustren un proceso psicológico concreto. Para ello, se indica el número del experimento, la temática a la que se refiere, los autores y el año de publicación.



2. La presentación de los experimentos

Toda la información relativa a un experimento se presenta mediante cajas de texto, figuras y viñetas que representan cómo los autores se imaginan el contexto experimental. Una ilustración de estos experimentos se presenta a continuación:

50 experimentos imprescindibles para entender la Psicología Social

Autor, año, título de la publicación, revista en la que se publicó, volumen y páginas. Además, si en el mismo artículo hay más de un experimento, se indica qué experimento se relata.

Objetivos. En esta caja se exponen una o varias preguntas sencillas que son el motivo principal de la realización del experimento.

El problema. En este apartado se formula el problema pero en el marco de los modelos, teorías o hipótesis ya trabajadas, relacionándolas con otros cursos de investigación relevantes.

Antecedentes. Aquí se incluyen los estudios y conclusiones precedentes, e incluso, cuando fuera necesario, la técnica concreta empleada para alcanzar los resultados conocidos.

La hipótesis. En esta celda se narra, de forma coloquial, la hipótesis concreta que se pretende probar.

Los participantes. Aquí se indica el número de sujetos y sus características relevantes, así como los criterios de selección.

EXPERIMENTO 1 Identidad interpersonal y autoimagen	
Brener, M. B. y Gardner, W. (1996) Who is this one? Levels of collective identity and self-representations. <i>Journal of Personality and Social Psychology</i> , 71(1), 81-93. (Experimento 3).	
OBJETIVOS Cuando se enfatiza el pronombre personal «nosotros» en una situación de grupo pequeño, ¿se tiende posteriormente a generar definiciones de uno mismo de carácter interpersonal e interdependiente? Y cuando se enfatiza el pronombre personal «yo mismo» en una situación de grupo grande, ¿se tiende posteriormente a generar definiciones de uno mismo de carácter social y colectivo?	
EL PROBLEMA Determinar si nuestra identidad es una o está formada por distintos componentes, y si es así, por cuáles, sigue siendo motivo de estudio. Distintas investigaciones muestran que la identidad puede analizarse como una estructura de distintos niveles. La forma en que respondemos a la pregunta «¿quién soy yo?» se clasifica en tres niveles de auto-concepto: el personal (enfocado en los rasgos que nos son propios y que nos hacen diferentes al resto), el interpersonal o relacional (definido por nuestras relaciones e interdependencias con los demás significativos) y el colectivo (caracterizado por nuestra pertenencia a determinados grupos o categorías sociales). Ahora bien, ¿guardan estos distintos niveles de inclusión del auto-concepto ser activados independientemente? Y ¿pueden, una vez activados, influir de forma diferencial sobre nuestras actitudes y conductas?	
ANTECEDENTES Las personas en culturas más individualistas suelen tener un «yo» individualista e independiente. En cambio, las personas en culturas más colectivistas suelen tener un «yo» colectivista e interdependiente. En culturas individualistas, las auto-definiciones ofrecidas frente a la pregunta «¿quién soy yo?» suelen centrarse mayormente en atributos o rasgos personales y no tanto en categorías y relaciones sociales (Cousins, 1989). Sin embargo, falta por investigar si la activación del «self» social (diferenciado en auto-concepto «interpersonal» y «colectivo») conduce a una auto-representación más incluyente en donde las relaciones y semejanzas con los demás resultan centrales.	
HIPÓTESIS Pensar en «nosotros» como miembros de un grupo pequeño generará una auto-definición de uno mismo en la que destacarán los aspectos relacionales e interpersonales. Pensar en «nosotros» como miembros de un grupo grande generará una auto-definición de uno mismo en la que destacarán los aspectos colectivos y categorías sociales más amplias.	
PARTICIPANTES Participaron en este estudio 146 estudiantes de ambos sexos del curso introductorio de Psicología, distribuidos aleatoriamente en cinco condiciones experimentales.	
MATERIAL Para la tarea de activación de representaciones mentales del «self» se utilizaron dos textos breves. Para inducir el contexto de grupo pequeño se empleó el relato «¿Has nacido de mujer a la ciudad?» y para inducir el contexto de grupo grande el relato «¿Has nacido en un partido de fútbol en un estadio». El priming se consiguió pidiendo a los participantes que identificaran los pronombres utilizados en los textos («nosotros» vs. «ellos» vs. «ellos» vs. «ellos» en su sentido neutro). Para obtener la medida dependiente (auto-descripciones interpersonales vs. Colectivas) se empleó el Twenty Statement Test (TST) que sirve como método de generación espontánea de descripciones de uno mismo (Duckitt, Horn y Kasser, 1990). En el TST se debe responder libremente 20 veces a la pregunta «¿quién soy yo?»	
PROCEDIMIENTO Este experimento utilizó un diseño factorial incompleto de 2 (Tipo de contexto: grupo pequeño vs. grupo grande) x 1 (Tipo de priming: «yo» vs. «ellos» vs. «ellos» vs. «ellos») x 1 (Medida dependiente: porcentaje de descripciones interpersonales y colectivas ofrecidas por cada participante). Los participantes fueron distribuidos al azar en las cinco condiciones experimentales: (1) Grupo pequeño y «nosotros»; (2) Grupo pequeño y «ellos»; (3) Grupo pequeño y «ellos»; (4) Grupo grande y «nosotros»; y (5) Grupo grande y «ellos». Después respondieron al TST («¿quién soy yo?»), y finalmente, como medida de control de la manipulación, juzgaron cuánto gente creían que incluía el grupo al cual hacía referencia el texto leído (para verificar si se cumplía la condición de «grupo pequeño» o «grupo grande»).	

El material. En este apartado se hace una exposición breve de los instrumentos o materiales empleados.

El procedimiento. En este apartado se presenta un relato de la forma en que se llevó a cabo la manipulación experimental.

Los evaluadores del auto-concepto personal «¿yo soy una mujer o los tres niveles de pertenencia al tamaño de descripciones interpersonales» ($F(2, 146) = 2.51, p < 0.05$) a la diferencia entre el lugar, se calculó en / las dos formas de activación entre ambos grupos del grupo grande.

Tras activado el «self» especialmente, el efecto de activación entre el auto-concepto

La presencia de esta identidad (ej. «¿quién soy yo?») durante a su vez control



Viñetas. Aquí el autor del resumen ha ideado algunas imágenes que simulan el procedimiento experimental.

RESULTADOS

Dos evaluadores independientes que desconocían el diseño experimental clasificaron las respuestas al TST en tres categorías: auto-concepto personal (p. ej. «yo soy alto»), auto-concepto interpersonal (p. ej. «yo estoy casado») y auto-concepto colectivo (p. ej. «yo soy una mujer afroamericana») aunque sólo estas dos eran relevantes para la hipótesis. En primer lugar, se analizó el efecto de los tres niveles de priming (Nosotros vs. Ellos vs. Ello) en el tipo de autodescripción, comparando en un solo grupo las condiciones relativas al tamaño del grupo inducido. Los resultados (ver Figura 1.1) muestran un efecto marginalmente significativo en las autodescripciones interpersonales ($F_{(2,10)} = 2.37, p = .08$), debido a la diferencia entre la condición experimental «nosotros» y la condición «ellos» ($t_{(10)} = 2.51, p = .01$). También hubo diferencias significativas en las autodescripciones colectivas ($F_{(2,10)} = 6.25, p < .001$) debido a la diferencia entre la condición «nosotros» y las condiciones «ellos» ($t_{(10)} = 3.13, p < .01$) y «ello» ($t_{(10)} = 2.68, p < .01$). En segundo lugar, se calculó un ANOVA de 2 (tamaño del grupo inducido: Grande vs. Pequeño) x 2 (tipo de priming: Nosotros vs. Ellos) sobre las dos formas de autodescripción. No hay efectos principales ni las interacciones fueron significativas. Sin embargo, el análisis de las interacciones simples mostró que las autodescripciones colectivas fueron significativamente más empleadas en la condición «nosotros» del grupo grande ($M = .24$) que del grupo pequeño ($M = .12, t_{(10)} = 3.98, p < .01$).

Los resultados. Aquí se presentan los resultados principales, es decir, aquellos que tienen que ver con el objetivo principal expuesto en el apartado *Objetivos e hipótesis*.

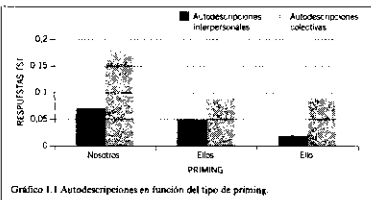


Gráfico. El resumen del experimento incluye en un gráfico el resultado más relevante obtenido.

CONCLUSIONES

Tratar activado el sentido de «nosotros» antes de auto-definirse aumenta las descripciones del auto-concepto social (el interpersonal y, especialmente, el colectivo) comparado con las condiciones «ellos» o «ello». Estos resultados proporcionan apoyo empírico a la separación entre el auto-concepto interpersonal-relacional y el colectivo en la situación de grupos grandes, pero no así en grupos pequeños.

Las conclusiones. En esta caja se presenta con un estilo coloquial el resultado en conexión con aspectos prácticos o con aspectos teóricos relativamente comunes o bien conocidos.

APLICACIÓN

La presencia de estímulos específicos (e. j., los pronombres «nosotros» o «ellos») podría hacer más accesible un determinado nivel de identidad (e. j., interpersonal o social), que resultaría más sobresaliente y condicionaria la definición que uno hace de sí mismo, pudiendo a su vez condicionar el comportamiento.

Autor/a del resumen y afiliación universitaria.

RESUMEN: Dr. Álvaro Rodríguez-Carballeda, Universidad de Barcelona (UB)