

# LOS PROCESOS DE INFLUENCIA SOCIAL

---

David G. Burgos

*Seduquere. Asesoramiento & Formación en Relaciones de Pareja*

Presumimos con frecuencia de ser personas que nos comportamos socialmente con gran autonomía e independencia, pero la verdad es que un día u otro todos llegamos a sorprendernos complaciendo a otras personas incluso en contra de nuestras preferencias o valores personales.

Un resultado contrastado es que las personas utilizamos conductas, opiniones o juicios de los otros como estímulos para producir un comportamiento similar. Pero, ¿por qué nuestra conducta puede cambiar por el mero hecho de relacionarse con otras personas?

## La función reforzante de imitar a los demás

Inicialmente, la imitación de otras personas (p.ej. las figuras de autoridad) nos permite adquirir juicios, actitudes o conductas no existentes previamente, facilitando la integración en grupos y comunidades sociales, pues incrementa la atracción interpersonal del imitador.

Los resultados obtenidos de experimentos sobre cómo los individuos adaptan sus juicios o comportamientos a los de otra persona destacan que tendemos a expresar públicamente ideas similares a las que tienen otras personas a pesar de que vayan en contra de nuestras opiniones personales (Crutchfield, 1955).

Por consiguiente, también podemos imitar conductas que inicialmente son opuestas a nuestros valores individuales (p.ej. ante la persona que nos atrae físicamente). Cuando esto ocurre, lo que encontramos es un fenómeno denominado **conformismo**. La peculiaridad de este fenómeno reside en que sucede en situaciones para las que ya tenemos un patrón de respuesta definido que cambiamos deliberadamente para adaptarlo a los juicios o conductas de algún otro.

Pero, ¿por qué mostrarnos como no somos? ¿Tan importante es la integración social?

## El conformismo y la influencia social

Existen esencialmente dos tipos de conformismo:

- a) *La complacencia*, que se trata exclusivamente de un cambio que aparece en el plano público pero no en el privado.
- b) *La interiorización*, donde el cambio se produce tanto a nivel público como privado.

En cualquiera de sus formas, el conformismo aparece como una estrategia de influencia social que las personas usamos a fin de ganar la aprobación de quienes nos rodean, especialmente cuando poseen algún

atributo relevante o influencia sobre alguna recompensa que deseamos.

## Los efectos del conformismo

Hasta ahora, sólo hemos destacado los efectos positivos del conformismo sobre las relaciones interpersonales. Más concretamente, se ha puesto énfasis en sus resultados sobre la aprobación social y el incremento de la influencia social, ya que disminuye el conflicto y las discrepancias percibidas con la persona o el grupo de interés.

No obstante, cuando nos comportamos como no somos, se genera un estado de disonancia entre nuestros pensamientos y nuestra conducta.

A veces, esta disonancia nos produce malestar, sobre todo cuando realizamos acciones socialmente reprobables. A corto plazo podemos soportar dichos sentimientos subjetivos de desagrado, pero a medio y largo plazo se pueden generar procesos de interiorización y cambio de actitudes para reducirlo o eliminarlo (p.ej. tolerando el comportamiento ofensivo de personas que poseen un gran atractivo físico).

Es preciso remarcar también que no todo intento de conformismo obtiene el resultado esperado. De hecho, cuando los otros entienden que un comportamiento conformista es intencional y va dirigido a una recompensa concreta puede ser desatendido por parte de los otros. Por esta razón, quienes aplican de modo efectivo esta estrategia suelen entremezclar conductas u opiniones de inconformismo dentro de un contexto general de conformidad, lo que aumenta la probabilidad de obtener influencia social.

## Facilitando la aparición de conformismo

A pesar de la complejidad del fenómeno, en principio sólo bastaría con variar algunos elementos para conseguir que cualquier persona nos “obligue” a mostrar conductas conformistas.

Los dos elementos más potentes en este sentido son: la atracción y la credibilidad.

En relación a la atracción, ante personas muy atractivas lo que se observa es que surge de forma inconsciente una actitud de conformismo, debido en parte a nuestras creencias de que si modificamos nuestro comportamiento podremos obtener de ellas un reforzador (su compañía, p.ej.). Un ejemplo que representa bien esta situación es el caso de personas que nos atraen sexualmente, donde el factor esencial es nuestra creencia de que ellas tienen la capacidad de proporcionarnos reforzadores sexuales o amorosos. Este ejemplo permite resaltar que a mayor atracción, más influencia social sobre nosotros.

## Un ejemplo en un contexto de seducción

Los hombres generalmente adoptamos conductas conformistas ante las mujeres que nos gustan con la idea de ganar su atención y aprobación.

Esta estrategia muchas veces nos permite acercarnos a las personas que nos atraen. Sin embargo, muchas veces solemos caer en dos errores comunes:

- 1- Mostrar que lo hacemos de manera intencional para conseguir una relación sentimental o sexual. Lo que

reduce la efectividad de la estrategia.

- 2- Interiorizar esta situación y generalizarla a otras situaciones similares con mujeres. De hecho, la repetición continuada de conductas de complacencia acaba afectando a nuestras actitudes, asumiendo que es nuestro deber complacer en todo a la persona que nos atrae.

Ambos errores, asimismo, pueden dar lugar a un proceso de devaluación de la persona tanto a nivel social como individual, ya que se obtiene una imagen negativa de quien siempre quiere complacer a los demás (p.ej. persona sin carácter, sin personalidad).

Por ello, frente a estos dos errores no podemos olvidar lo que se han denominado los *derechos asertivos*, fundamentalmente el derecho a ser tratado con respeto, el derecho a no necesitar la aprobación de los demás y el derecho a tomar nuestras propias decisiones.

En conclusión, resaltaremos que durante los encuentros sociales entre dos o más personas pueden aparecer los procesos de influencia social bajo las formas de conformismo y complacencia. Si somos nosotros quienes queremos acercarnos a alguien o a su grupo social, es probable que surjan estas estrategias. Ahora bien, esto conlleva sus riesgos, especialmente sobre nuestra autoestima y sobre nuestra imagen pública. Por ello, no olvides tus derechos asertivos; garantizan tu integridad como individuo.

## BIBLIOGRAFÍA

Crutchfield, R. S. (1955). Conformity and character. *American Psychologist*, *10*, 191-198.

Pérez, J. A. (1997). Procesos de Influencia. En J. F. Morales, M. Moya, E. Reboloso, J. M. Fernández Dols, C. Huici, J. Marques, y otros, *Psicología Social* (págs. 625-654). Madrid: McGraw-Hill.

Thelen, M. H., Frautschi, N. M., Roberts, M., & Kirkland, K. D. (1981). Being imitated, conformity, and social influence: an integrative review. *Journal of research in personality*, *15*, 403-426.