

Experimento sobre la teoría de la opinión social

Explorable.com 8.8K visitas

El Experimento sobre la Teoría de la Opinión Social fue realizado por Henry Tajfel junto a sus colegas. Fue diseñado para analizar los procesos internos de la opinión de un individuo, lo poco que les cuesta a las personas formar grupos y el grado en el que las personas dentro de un grupo tienden a favorecer el grupo propio y a discriminar el grupo extraño.



The banner features the Explorable logo at the top center, with the text 'EXPLORABLE Quiz Time!' below it. Below the logo are three quiz cards: 'Quiz: Psychology 101 Part 2' with a pair of red roller skates, 'Quiz: Psychology 101 Part 2' with a fan of colored pencils, and 'Quiz: Flags in Europe' with a Ferris wheel. A 'See all quizzes =>' link is located at the bottom right of the banner.

Antecedentes del experimento

El hombre es un ser social. Este es uno de los conceptos básicos del campo de la Psicología Social [1]. Este concepto implica que el hombre tiene un deseo inherente de socializar y relacionarse con otros hombres. Una consecuencia de esta interacción entre las personas es la tendencia a formar grupos, ya sean totalmente inclusivos de todos los individuos o muy exclusivos y limitados a unos pocos.

Una vez que formamos parte de un grupo, tendemos a hacer cosas inesperadas, tales como copiar o adaptarnos a las actitudes e imágenes de los otros miembros, encontrar nuestro lugar en la jerarquía social y nuestro papel individual en el grupo, favorecer al grupo propio y buscar un líder adecuado dentro del grupo.

También podemos diferenciar los tipos de grupos de los que formamos parte según el grado y la profundidad de nuestra membresía.

Primero, tomemos como ejemplo un grupo de viejos profesionales que se conocen desde la

infancia u hombres dentro de una fraternidad o una unidad militar. Podemos esperar que estos grupos sean de larga duración y que las actitudes que compartan los miembros resistan el paso del tiempo.

Ahora comparemos esto con un grupo escolar de matemáticas, un grupo de pasajeros que viajan en el mismo autobús o un grupo de golfistas que compiten en un torneo. En el último conjunto de ejemplos, los grupos pueden ser considerados transitorios, ya que el grado y la profundidad de la membresía es mínima en comparación con el primer conjunto de ejemplos.

Experimento de identidad social

Una muestra de 48 niños, entre 14 y 15 años de edad, fue inicialmente dividida en tres grupos de 16 niños cada uno. A cada grupo se le mostraron 12 diapositivas con diferentes pinturas. La mitad de las pinturas eran de Kandinsky y la otra mitad de Klee. Todos los niños vieron los cuadros sin la firma del pintor. Después de la exposición de las pinturas, se les pidió a los niños que expresaran sus preferencias, es decir, qué pinturas les gustaban más y qué pinturas odiaban. Es importante recordar que los chicos no sabían de qué pintor eran las piezas que habían catalogado como buenas o malas.

Después de esta primera fase del experimento, los niños fueron aparentemente divididos en dos grupos. Se les dio la impresión de que esta agrupación estaba basada en las impresiones que tuvieron los experimentadores de los niños después de la parte inicial del experimento. Los dos grupos fueron llamados grupo de Kandinsky y grupo de Klee. El nombre que recibió cada grupo sumó para dar la impresión de que los grupos se basaban en las preferencias expresadas por los chicos, cuando en realidad la agrupación fue completamente aleatoria.

La última etapa del experimento incluía la tarea de la asignación de recompensas. A cada niño se le encomendó la tarea de otorgar puntos a otros dos niños, uno de su grupo y uno del otro. La única información que se le dio a cada niño fueron los números de código y el nombre del grupo de los dos niños que se suponía que debía premiar. Los investigadores emplearon dos sistemas para adjudicar los puntos.

En primer lugar, se agruparon las puntuaciones para cada niño, de modo que la suma de los dos resultados sería 15. En este sistema de adjudicación de puntos, cuando un participante elegía una puntuación (x) para un niño, el otro chico recibía automáticamente una puntuación ($15 - x$). Esto significaba que a medida que la puntuación del primer niño se incrementaba o llegaba a 15, la puntuación del otro chico disminuía o se acercaba al 0.

Miembro del Grupo Klee 12	1	5	7	8	10	14
Miembro del Grupo Kandinsky 6	14	10	8	7	5	1

En el segundo método de adjudicación de puntos, Tajfel manipuló ^[2] la cuadrícula para que el número máximo de puntos que los chicos pudieran dar a su grupo propio significaría que el grupo extraño automáticamente recibiría más puntos.

Por ejemplo:

- Si un miembro de Klee escogía 19 para otro miembro de Klee, esto daría el máximo de

puntos para el grupo propio y también le daría un beneficio mayor al grupo extraño (Ganancia máxima del grupo propio).

- Si un miembro de Klee escogía 13 para otro miembro de Klee, esto daría los mismos puntos para el otro grupo (Igualdad o justicia máxima).
- Si un miembro de Klee escogía 17 para otro miembro de Klee, esto daría el beneficio más alto posible para el otro grupo (25), asegurando que los dos grupos reciban el máximo número de puntos acumulables (Ganancia conjunta máxima).
- Si un miembro de Klee elegía 7 para otro miembro de Klee, le daría el menor número de puntos al otro equipo (1). (Diferencia máxima de ganancia que favorece al grupo propio).

Miembro del Grupo Klee 12	19	13	17	7
Miembro del Grupo Kandinsky 6	21	13	25	1

Resultados

Durante el primer sistema de adjudicación de puntos, los niños generalmente otorgaron más puntos a los miembros de su grupo, mostrando un favoritismo hacia el grupo propio. En el segundo sistema de adjudicación de puntos, los chicos generalmente optaron por maximizar la diferencia entre los beneficios de los dos grupos en favor de su grupo propio.

Conclusiones

Una de las conclusiones más evidentes que podemos extraer de este experimento es la tendencia natural de los miembros de un grupo a favorecer a su grupo propio. A pesar de las agrupaciones aparentemente sin sentido creadas por los experimentadores, los sujetos fueron capaces de identificarse con sus respectivos grupos y crear una identidad social positiva dando a su grupo propio más puntos.

Este fenómeno puede ser relacionado con el "sesgo egoísta". Debido a que cada individuo dentro de un grupo fue capaz de identificarse con su grupo, ahora el grupo está asociado con uno mismo, por lo tanto, se prioriza el beneficio del grupo identificado con uno.

Este estudio está relacionado totalmente con una investigación de seguimiento realizada por Tajfel y Billig en el año 1973. En esta investigación, quedó demostrado que aunque los miembros de los grupos sepan que la agrupación fue completamente aleatoria y no está basada en las preferencias expresadas por los sujetos, los participantes igualmente seguirán mostrando favoritismo hacia su grupo propio.

Fuente URL: <https://explorable.com/es/experimento-sobre-la-teoria-de-la-opinion-social>

Enlaces

[1] <https://explorable.com/es/experimentos-de-psicologia-social>

[2] <https://explorable.com/es/variable-independiente>