



Mi Universidad

*Nombre del Alumno: Kevin Alberto Aguilar Gálvez, Kristell Eloisa Velasco Castillo,
luis Fernando Lopez Gomez*

Nombre de la Materia: seminario de tesis

Nombre del profesora: maria Antonieta Lopez Leon

Nombre de la Licenciatura: psicología

Cuatrimestre: 8 cuatrimestre

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Papás, quiero agradecerles por todo el tiempo que estuvieron apoyándome desde mis inicios de mi carrera estudiantil, hoy culminó con una carrera gracias a ustedes por siempre estar constantemente motivándome.

Psicóloga, agradezco todo el apoyo emocional que me brindó a lo largo de la carrera quien pudo hacer grandes cambios en mi persona y en mi carrera, la cual me permitió terminar la licenciatura.

Luis Fernando López Gómez

Le doy Gracias a mi papá y a mis tíos por apoyarme en todo momento, por permitir cumplir una meta más en mi vida, por eso agradezco en todo momento que siempre hayan estado conmigo apoyándome.

Kevin Alberto Aguilar Gálvez

Le agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También son los que me han brindado el soporte material y económico para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos.

Kristell Eloísa Velasco Castillo

ÍNDICE

Introducción

El conformismo social es un fenómeno psicológico y sociológico que se refiere a la tendencia de los individuos a ajustarse a las normas, expectativas y comportamientos de un grupo social, incluso si esto va en contra de sus propias creencias o deseos. Es una forma de adaptación social que busca la aceptación y el reconocimiento dentro de un entorno determinado. En muchos casos, las personas actúan de acuerdo con lo que se espera de ellas, más que de acuerdo con lo que realmente piensan o sienten, por temor a ser rechazadas o excluidas.

Este comportamiento se puede manifestar de diversas maneras, como la adopción de tendencias de moda, la alineación con opiniones populares, o la conformidad en el ámbito laboral y escolar. El conformismo social no necesariamente es negativo, ya que puede facilitar la convivencia y cooperación dentro de una sociedad, pero también puede resultar en la pérdida de identidad individual y en la perpetuación de injusticias o ideas obsoletas si el grupo actúa de manera irracional o discriminatoria.

En términos generales, el conformismo puede entenderse como un mecanismo de control social, donde el grupo ejerce presión sobre sus miembros para que sigan ciertas normas, lo que puede llevar a una homogeneización del pensamiento y la conducta. Sin embargo, también existen teorías que sugieren que las personas tienen una necesidad inherente de pertenecer y sentirse aceptadas, lo que hace que el conformismo sea una respuesta natural al deseo de integración.

En la psicología social, estudios como los de Solomon Asch sobre la conformidad muestran cómo incluso en situaciones evidentes, las personas pueden cambiar su juicio o comportamiento para coincidir con la mayoría, demostrando la poderosa influencia que tiene el grupo en la conducta individual.

PREGUNTAS DE INVESTIGACION

1. ¿Qué es el conformismo social?
2. ¿Qué es una necesidad social?
3. ¿Cuáles son los efectos del conformismo social?
4. ¿Qué implica el conformismo social?
5. ¿Cuáles son las limitaciones del conformismo social?
6. ¿Cuáles son las repercusiones que puede tener la sociedad ante el conformismo?
7. ¿Cómo afrontar al conformismo social?
8. ¿Cómo surge el conformismo social?
9. ¿Qué ideas de la población se generan a raíz del conformismo social?
10. ¿Cómo implementar la autonomía en el conformismo social?
11. ¿Cómo involucrar a las demás generaciones en el ámbito político?
12. ¿Qué causa el conformismo social?

MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES

Varias teorías y estudios clásicos, tanto en psicología social como en la sociología han sugerido que el ser humano es tan conforme y maleable que pareciera desaparecer como entidad individual para ser absorbido por la otra identidad.

La sociedad LeBON (1895) fue uno de los más extremistas en esta postura ideológica planteando que el ser humano no puede menos que degradarse al vivir en grupos, particularmente cuando participa de las muchedumbres.

Además, la continuidad, la autoconciencia, la interacción, las tradiciones, las costumbres hacen que surja el “espíritu grupal” que a su vez crea “la mente grupal” en ambas, el individuo queda a merced de esas fuerzas sociales, para bien o para mal.

La inclusión del individuo al grupo es fundamental (Cooley, 1979), es así como cada grupo establece sus mecanismos, procesos y controles sociales hacia el individuo que inician en la socialización primaria.

En esta, el aprendizaje sobre la obediencia y el conformismo pueden llegar a ser exigencias muy altas. Considerarlos como valores y virtudes conlleva ser reforzados por instituciones como familias y las organizaciones sociales.

Depende fundamentalmente del estilo de crianza al que son expuestas las personas, en nuestra cultura latinoamericana los adultos tienden a criar con actitudes de sobreprotección fomentando el desarrollo de personalidades de mucha dependencia emocional y mucha conformidad como virtud de “buen hijo”.

La conducta social que se espera de los miembros de un grupo va dirigida hacia las cosas que debe hacer todo mundo, se enseña desde la infancia que obedecer es una forma positiva de conducta.

Esto significa que muy temprano en el desarrollo se aprende la conveniencia de acatar valores, tradiciones, costumbres, hábitos y conductas mediante la obediencia de normas y guías sociales.

Posteriormente el psicólogo norteamericano Alvin Rosenfeld estudia el fenómeno también concluyendo que las exigencias de estas crianzas crean problemas psicológicos en niños/as a lo que no se les permite tiempo de juego sacrificando así su desarrollo de la creatividad personal.

Conformidad no significa obediencia o sumisión automática según algunos teóricos modernos. Deutsch y Gerard (1955), definieron conformidad como el resultado superficial, estratégico y temporal de la necesidad de aceptación del grupo, ya que se busca no ser excluido o rechazado modificando opiniones y conductas solo en la medida en que se necesita funcionar en un acuerdo común con el grupo.

2.2 VARIABLES QUE INCREMENTAN O REDUCEN EL CONFORMISMO

1) Unanimidad en la opinión mayoritaria:

Uno de los factores que determinan la propensión al conformismo es la unanimidad o falta de ella en la opinión mayoritaria, basta con que el sujeto tenga un solo aliado que de la respuesta correcta para tendencia a plegarse al juicio erróneo disminuya fuertemente. El volumen de la mayoría no necesita ser muy grande para que provoque el máximo conformismo.

2) Compromiso previo al juicio inicial:

El conformismo se reduce cuando se induce al sujeto a adoptar un tipo de compromiso con su juicio inicial, así cuando se da una respuesta antes de escuchar el juicio de los demás. Se reduce el conformismo a las respuestas de los otros.

3) Tipo de persona:

Los sujetos que en general tienen una opinión pobre de sí mismo, tienden mucho más a plegarse a la presión del grupo que aquellos que tienen una autoestima elevada.

4) Tipo de cultura:

Se ve mayor conformismo en sociedades colectivistas.

5) Género:

Parece haber una pequeña diferencia de género según la cual las mujeres tenderían más al conformismo que los hombres.

6) Composición del grupo de presión:

Un grupo es más efectivo para inducir al conformismo si están constituidos por expertos, en el tema, si los miembros son importantes para el sujeto.

2.3 CARACTERÍSTICAS DE UNA PERSONA CONFORMISTA

El conformismo en la mayoría de las veces es el miedo al fracasar. Es una persona auto justificada: para que quiero más, si con lo que tengo me alcanza y me sobra. Nunca piensa en mejorar o crecer como persona.

Por lo general son personas con falta de responsabilidad para culminar las cosas que comienzan.

2.4 CAUSAS DEL CONFORMISMO

En concreto Aronson propone que hay tres causas posibles de conformidad:

- 1) Deseo de pertenecer a alguien.
- 2) Deseo de obtener recompensas y evitar castigos
- 3) Deseo de estar en lo correcto

2.5 EFECTOS DEL CONFORMISMO EN LAS PERSONAS Y GRUPOS

- 1) Recibimos aprobación social y esto favorece también nuestra autoestima.
- 2) Evitamos conflictos y discrepancias.
- 3) Favorece el orden y la armonía social.
- 4) Incrementa nuestra aceptación e influencia social.
- 5) Ahorramos tiempo.

Pero el también conformarse produce efectos negativos, cuando no actuamos como somos o como creemos que debemos actuar por la influencia social, se produce en nosotros una disonancia o malestar que a corto plazo se pueden soportar.

El conformismo también es mal visto y mal valorado por personas y grupos sociales en ocasiones, que esperan de nosotros una respuesta única, distinta, genuina, original.

El conformismo limita la creatividad propia de cada uno cuando nos adaptamos y aceptamos las normas sociales. Son precisamente los inconformistas los que destacan tanto en lo bueno como en lo malo: genios, artistas, asesinos etc.

2.6 LA INVESTIGACIÓN DE ASCH SOBRE LA CONFORMIDAD:

PRESIÓN SOCIAL

Imagina que justo antes de un examen descubres que tu respuesta a un problema asignado para realizar en casa es diferente de la que obtuvo uno de tus amigos. ¿Cómo reaccionarías ante esto? Probablemente con algo de preocupación, ahora imagina que la respuesta de una segunda persona también es diferente a la tuya, para poner las cosas aun peor, esta coincide con la de la primera persona ¿Cómo te sentirías ahora? Es una buena oportunidad para que tu ansiedad sea considerable, después descubres que la respuesta de una tercera persona coincide con la de las dos anteriores.

En este momento sabes que estas en un problema serio ¿Qué respuesta deberías aceptar? La tuya o la obtenida por tus tres amigos, el examen está a punto de comenzar así que tienes que decidir rápido.

La vida está llena de dilemas como este, momentos en los cuales descubres que nuestros propios juicios, acciones o conclusiones son diferentes a los de otras personas. Los estudios

realizados por Asch en los años 1951 al 1955 proporcionaron importantes revelaciones acerca de nuestros comportamientos.

Su trabajo de investigación es visto como un verdadero estudio clásico en psicología social. En su investigación Asch pidió a los participantes que respondieran a una serie de problemas perceptivos sencillos, en cada problema los participantes indicaban cuál de las tres líneas comparadas coincidían en longitud con la de una tarjeta.

Varias personas generalmente seis a ocho también estaban presentes durante la sesión y aunque los participantes reales no lo sabían, todos ellos eran asistentes (cómplices) del experimentados en ciertas ocasiones conocidas como pruebas críticas doce de los dieciocho problemas o comparaciones los cómplices ofrecieron respuestas las cuales claramente eran erróneas.

Más aun dijeron sus respuestas antes de que los participantes reales respondieran, así pues, en estas pruebas críticas, las personas que participaban en el estudio de Asch se encontraron precisamente con el tipo de dilema descrito anteriormente.

A lo largo de varios estudios diferentes un 76 por ciento de los participantes siguieron o apoyaron las respuestas falsas del grupo al menos en una ocasión.

De hecho, el en total expresaron su acuerdo con la respuesta equivocada el 37 por ciento de las veces. En contraste, solo el 5 por ciento de los participantes en un grupo control, los cuales respondieron a los mismos problemas solos, cometieron estos tipos de errores.

Por supuesto, existieron grandes diferencias al respecto, casi el 25 por ciento de los participantes nunca cedieron ante la presión del grupo, en el otro extremo algunas personas siguieron a la mayoría casi todo el tiempo.

Cuando Asch los interrogó algunos de ellos afirmaron estoy equivocado, ellos están en lo cierto, mostrando poca confianza en sus propios juicios, sin embargo, otros dijeron que las otras personas que se encontraban presentes sufrían una especie de ilusión óptica o que simplemente eran ovejas siguiendo las respuestas de la primera persona.

A pesar de eso, cuando fue su turno esta gente también surgió al grupo. En posteriores estudios Asch investigo los efectos de destruir la unanimidad del grupo haciendo que uno de los cómplices rompiese con los demás.

En un e estudio el cómplice dio la respuesta correcta, convirtiéndose en un aliado del participante real, en otro estudio, el cómplice eligió una respuesta entre la dada por el grupo y la correcta. Y en el tercero escogió una respuesta más incorrecta que la escogida por la mayoría.

En otras palabras, en las dos últimas condiciones el cómplice rompió con el grupo, pero también estaba en desacuerdo con los participantes reales. Los resultados indicaron que la conformidad se redujo en las tres condiciones, sin embargo, de manera sorprendente, esta reducción fue mayor cuando el cómplice expresó posturas más extremas e incorrectas que las de la mayoría.

De manera conjunta estos hallazgos sugieren que lo crucial es la una ni mitad del grupo una vez que se rompe, no importa cómo, resistir la presión del grupo se vuelve más fácil.

Existe un aspecto más de la investigación de Asch que es importante mencionar en estudios posteriores repitió su procedimiento básico, pero con un cambio importante, en lugar de expresar sus respuestas en voz alta, los participantes las escribieron en un papel como puedes adivinar, la conformidad decreció ya que no había manera de que los participantes reales supieran que habían escrito los otros.

La investigación de Asch fue la catalizadora de mucha de la actividad presente en la psicología social, incentivando a muchos otros investigadores a estudiar la naturaleza de la conformidad con el objetivo de identificar los factores que influyen en ella y para establecer sus límites.

2.7.1 COHESIÓN Y CONFORMIDAD: LA INFLUENCIA DE AQUELLOS QUE

NOS AGRADAN

La cohesión, la cual puede ser definida como el grado de atracción que sienten los individuos hacia algún grupo. Podemos decir que la cohesión es alta cuando nos atraen y admiramos algún grupo de personas, se amplifican las presiones hacia la conformidad.

Después de todo, sabemos que una forma de obtener la aceptación de tales personas es ser como ellas en diversas maneras. Por otra parte, cuando la cohesión es baja, las presiones hacia la conformidad también son bajas.

Los hallazgos de la investigación indican que la cohesión ejerce fuertes efectos sobre la conformidad, por tanto, es un determinante definitivamente importante en la medida en la cual cedemos a este tipo de presión social.

2.7.2 CONFORMIDAD Y TAMAÑO DE GRUPO

Un segundo factor que ejerce efectos importantes en la tendencia hacia la conformidad es el tamaño del grupo de influencia. La conformidad se incrementa con el tamaño del grupo hasta los tres miembros; más allá de este punto, la conformidad parece estabilizarse o incluso decrecer. Sin embargo las investigaciones más recientes no han confirmado estos resultados.

Los estudios posteriores encontraron que la conformidad tendía a crecer con el tamaño del grupo hasta ocho miembros e incluso más allá. Por lo tanto, parece ser que mientras mayor sea nuestra tendencia a seguirlo, incluso si esto significa comportarnos de manera diferente a lo que realmente preferimos.

2.8 NORMAS SOCIALES DESCRIPTIVAS Y OBLIGADAS:

Cuando las normas afectan o no el comportamiento, ya hemos visto que las normas sociales pueden ser de naturaleza formal o informal, como son las reglas impresas en grandes avisos o las pautas informales del tipo. Sin embargo, esta no es la única forma en que las normas difieren.

Las normas descriptivas son aquellas que simplemente describen lo que la mayoría de la gente hace en una situación dada. Ellas influyen el comportamiento informándonos acerca de lo que es visto generalmente como efectivo o adaptativo en aquella situación.

En contraste, las normas obligadas especifican lo que se debe hacer, que es un comportamiento aprobado o desaprobado en una situación dada. Ambos tipos de normas pueden ejercer efectos fuertes sobre el comportamiento.

Las normas obligadas pueden ejercer algún tipo de efecto mayor, esto se debe a dos razones: primero tales normas tienden a desviar la atención de cómo la gente está actuando en una situación en particular a como ellos deberían estarse comportando.

Segundo dichas normas pueden activar la motivación social para hacer lo que es correcto en una situación dada sin importar lo que otros hayan hechos.

Es claro que las normas no siempre producen dichos efectos, una respuesta es la proporcionada por la teoría del foco normativo. Esta teoría sugiere que las normas solo influirán el comportamiento en la medida en que sean centrales para las personas implicadas en el momento en que ocurre dicho comportamiento.

Al igual nos percatamos que la gente obedecerá las normas obligadas solo cuando piensen en ellas y las vean como relacionadas con sus propias acciones.

2.9 POR QUÉ ELEGIMOS SEGUIR A LOS DÉMAS

Como acabamos de ver, son muchos los factores que determinan si se dará o no la conformidad y que alcance tendrá. No obstante, esto no altera el punto central la conformidad es un hecho básico de la vida social.

La mayoría de las personas cumplen las normas de sus grupos o sociedades la mayor parte del tiempo. Por qué la gente a menudo elige continuar con estas consecuencias o expectativas en lugar de resistirse a ellas.

Las respuestas parecen implicar dos fuertes necesidades que poseen todos los seres humanos, el deseo de gustar o de ser aceptados por los demás y el deseo de estar en lo cierto, de entender adecuadamente el mundo social, además de los procesos cognitivos que nos llevan a ver la conformidad como totalmente justificada después de que ésta se ha producido.

2.10 EL DESEO DE GUSTAR Y EL MIEDO AL RECHAZO

Este es uno de los eternos enigmas de la vida social, muchas tácticas pueden resultar efectivas en este sentido, una de las que tienen más éxito es parecerse lo más posible a los demás.

Desde temprana edad aprendemos que estar de acuerdo con las personas que nos rodean y comportamos como ellos hace que les agrademos. Padres, profesores y amigos entre otros nos colman de aprobaciones para mostrar dicha semejanza, por tanto, una razón importante para la conformidad es que hemos aprendido que hacer tales cosas puede ayudarnos a obtener la aprobación y aceptación que anhelamos.

Esta fuente de conformidad es conocida como la influencia social normativa la cual implica cambiar nuestro comportamiento para adoptarnos a las experiencias de los demás.

Si nuestra tendencia a aceptar las normas sociales proviene, el menos en parte de nuestro deseo de gustar y ser aceptado por los demás, entonces parece razonable pensar que cualquier cosa que incremente nuestro miedo a ser rechazado por estas personas incrementará nuestra conformidad. Una de las cosas que puede generar miedo al rechazo es presenciar a otra persona puesta en ridículo.

2.11 JUSTIFICAR LA CONFORMIDAD

Asch indicó que algunas personas que adoptan conductas de conformidad lo hacen sin ningún tipo de reservas; concluyen que están equivocadas y que los demás tienen razón. Para estas personas la conformidad representa, como mucho, un dilema temporal. Sin embargo, para muchas personas, la decisión de plegarse a la presión del grupo y comportarse como lo hacen los demás es más compleja.

Dichas personas sienten que su propio juicio es correcto, pero al mismo tiempo, no quieren ser diferente; por lo tanto, se comportan de manera incongruente con sus creencias privadas. Uno de los efectos puede implicar una tendencia a modificar sus percepciones de la situación en que aparece la conformidad para así justificarla.

La gente siente una fuerte necesidad de explicar por qué ellos adoptan conductas de conformidad. Sin embargo, en las culturas es en donde se da un mayor valor a los juicios del grupo y se evita estar en desacuerdo con los demás, la presión hacia dicha justificación cognitiva puede ser más débil. (HERNÁNDEZ, 2017)

MARCO CONCEPTUAL

Conformismo social a raíz de la ignorancia política en personas de 30 y 60 años

3.1 CONFORMISMO

El término conformismo es un término abstracto que se utiliza para hacer referencia a la actitud que un ser humano puede tener ante la vida y las diferentes situaciones que le tocan vivir día a día. La idea de conformismo proviene del adjetivo “conforme”, estar conforme con algo significa aceptarlo y si bien cuando se usa este adjetivo suele dar un sentido positivo a la persona, en el caso de conformismo esa aceptación se vuelve negativo en tanto y en cuanto la persona se caracteriza por aceptar todo aquello que le sucede independientemente de que eso sea negativo o positivo y no hacer nada para luchar en contra de lo que no le gusta o satisface.

El conformismo es, además de carácter social también es un problema o una actitud individual en este sentido, es mucho más común encontrar una actitud conformista en personas que demuestran un carácter más pasivo que en aquellas que constantemente se enfrentan a aquellos que no consideran justo o conveniente.

Así las personas que ceden al conformismo suelen conformarse o contentarse con la realidad tal y como la viven pensando que es así porque esa fue su suerte o porque les tocó ese estilo de vida sin tener en cuenta que el destino o la historia de una persona se cambia a partir de los hechos o las decisiones que uno toma a lo largo de sus actividades cotidianas.

El conformismo puede volverse un problema cuando el mismo no le permite a la persona tener éxito en sus actividades y volverse una persona suficiente, infeliz o constantemente angustiada.

(HERNÁNDEZ, 2017)

El conformismo es en muchos sentidos una de las actitudes más comunes de nuestra época y esto tiene que ver con el tipo de sociedad en el que vivimos. La sociedad actual hace que los miembros se vean inmersos en un complejo sistema de rutinas, exigencias, deberes y ocupaciones de los cuales es muy difícil librarse si uno quiere poder subsistir de la mejor manera posible.

Así ante la permanente necesidad de seguir rutinas y mandatos sociales las personas tienden a mostrar actitudes más bien conformistas con su presente y su destino porque simplemente no tiene tiempo ni el poder suficiente para luchar contra aquello que no les satisface.

Muchas veces el conformismo también tiene que ver con el miedo o la inseguridad a perder el lugar social que uno ocupa, a no querer cambiar por encontrarse en un lugar seguro, a no buscar triunfos o logros porque los que uno posee ya le alcanza para llevar una vida más o menos normal.

En diferentes épocas el ser humano ha sabido rebelarse no sólo ante situaciones cotidianas, si no también ante estructuras políticas y culturas generando cambios tan profundos que la sociedad nunca volvió a ser igual.

El conformismo suele ser descrito como una actitud mediante la cual una persona se conforma con lo que tiene sin cuestionarlo, sin pretender mejorar su realidad ni la del mundo y tampoco actuando de manera activa para hacerlo.

De este modo, el conformismo se expande a nivel social en el sentido de que hace que cada individuo deje de buscar continuamente mejorar su realidad a un nivel más profundo que el superficial.

(AESTHESIS TERAPIA PSICOLÓGICA, 2017)

3.2 TIPOS DE CONFORMISMO

CONFORMIDAD PRIVADA:

Cuando se ésta de acuerdo con lo que opinan los grupos y no hay presión del exterior, la conformidad privada se produce porque esperamos ver el mundo del mismo modo que lo ven nuestros iguales.

CONFORMIDAD PÚBLICA:

Cuando sentimos que no tenemos de otra opción que aceptar la forma del grupo, de modo que respondemos a una presión real o imaginaria y además privadamente no aceptamos como correcta se suele dar por medio al ridículo.

CONFORMISMO SOCIAL:

Es el cambio en el comportamiento o en las creencias como resultado de una presión grupal o imaginaria. Significa no sólo actuar como los demás si no ser influenciado por la forma como los demás actúan.

(HERNÁNDEZ, 2017)

CONFORMIDAD SOCIAL:

La capacidad para la toma de decisiones individuales hace desarrollar a las personas una creencia de libertad, sin embargo, muchos individuos no son capaces de percatarse de la continua influencia social a la que nos vemos expuesto día a día.

La conformidad social es definida como el nivel en el que un individuo o grupo puede alterar su opinión y actitud para adaptarse y encajar en las normas de otro individuo o grupo.

3.3 SUBTIPOS DE CONFORMISMO

CUMPLIMIENTO:

La persona está de acuerdo con la opinión del resto, pero mantiene la suya de forma privada.

IDENTIFICACIÓN:

El individuo comparte la opinión del grupo únicamente mientras forma parte de él.

INTERNALIZACIÓN:

La persona mantiene la opinión grupal después de abandonar el grupo.

(AESTHESIS TERAPIA PSICOLÓGICA, 2017)

3.4 FACTORES ASOCIADOS A LA CONFORMIDAD SOCIAL

CULTURA:

Un estudio transcultural que trataba de replicar las investigaciones realizadas por Asch encontró diferencias significativas que denotaban un mayor nivel de conformismo en la población brasileña en comparación con los norteamericanos.

SEXO:

Estudios tradicionales señalaban que las mujeres eran más conformistas que los varones. Sin embargo, se ha destacado en la actualidad que esta diferencia podría estar explicada por la mayor familiaridad de los varones con las tareas empleadas en el estudio.

Como consecuencia, se ha destacado que la diferencia debería estar explicada por otras variables asociadas al género.

AUTORIDAD DEL EXPERIMENTADOR Y COMPETENCIAS SOBRE LA TAREA:

La posición de la persona en relación a los miembros del grupo, así como el grado de dependencia hacia el experimentador o a las personas que ejercen la presión, influyen notablemente en las respuestas emitidas durante el experimento.

AMBIGÜEDAD DE LOS ESTÍMULOS:

En los distintos estudios han sido utilizados una gran diversidad de estímulos; de esta forma, se ha podido comprobar que las situaciones más ambiguas incrementan el nivel de conformismo.

(AESTHESIS TERAPIA PSICOLÓGICA, 2017)

3.5 FACTORES PERSONALES

Por otro lado, ciertas investigaciones han tratado de estudiar la posible relación de la conformidad con perfiles de personalidad.

Las puntuaciones bajas en autosuficiencia medidas, a través de distintos autoinformes, están relacionadas con una mayor conformidad social.

Asimismo, existe una asociación similar con altas puntuaciones en factores de afabilidad, atrevimiento y bajas puntuaciones en estabilidad emocional y abstracción.

(AESTHESIS TERAPIA PSICOLÓGICA, 2017)

3.6 VINCULOS PRIMARIOS

La teoría del apego demuestra que cerca del año de vida se desarrollan modelos operativos internos de carácter implícito que influyen en la aparición de un estilo de vinculación definido.

Así mismo la memoria implícita es configurada a partir de la vivencia de experiencias sociales o interpersonales tempranas repetidas, actuando como una memoria reguladora que guía las interacciones con el medio social a través de anticipaciones y expectativas sin intervención de la conciencia.

(AESTHESIS TERAPIA PSICOLÓGICA, 2017)

3.7 NORMALIZACIÓN

La normalización es la influencia entre personas de status similar ante un estímulo ambiguo que no les implica mucho y del que no tiene una norma previa formada.

La existencia de patrones o normas culturales es un hecho ampliamente aceptado, Sherif, un psicólogo social clásico mostró experimentalmente cómo se generan y se consolidan estas normas utilizando una ilusión perceptiva denominada efecto auto- cinético.

Según Sherif las normas sociales tiene una faceta cognitiva: actúan como marcos a partir de los cuales se organizan y categorizan los estímulos. También tienen una faceta de orientación de la acción, es decir, determinan las reacciones ante las situaciones y estímulos.

Además, se internalizan ya que una vez formadas en la interacción siguen orientando la cognición y conducta del sujeto aún en ausencia de la presión directa del grupo.

Finalmente, generalmente las normas están vinculadas a los valores sociales, esto es, las normas expresan evaluaciones e implicaciones del yo con ciertas conductas y creencias

basadas en valores sociales. Por ejemplo, la norma que dice Páez, Marques y Insúa, 1994 Turner, sobre el respeto a la bandera se asocia al valor del patriotismo.

Este fenómeno de convergencia y de creación de una norma no se da únicamente con estímulos ambiguos, sino que se produce aún ante estímulos no ambiguos. Además, como era de esperar, los sujetos de mayor status tienen mayor influencia en la generación de normas que los de menor status.

(PÁEZ)

3.8 LOS PRIMEROS ESTUDIOS DE SHERIF EN 1936

Estudió cómo se desarrollan las normas en los pequeños grupos, para ello reunió estudiantes en un cuarto oscuro frente a ellos a un 1.5 metro de distancia se encendía un punto luminoso durante dos segundos y se les pedía a los sujetos que estimaran cuánto se había desplazado ese punto.

El punto nunca se había movido, el movimiento que creían haber visto era una ilusión óptica llamada efecto autocinético (en la oscuridad un punto de luz estático parece moverse en varias direcciones).

Primero los sujetos estimaban solos, luego lo hicieron en grupos, si bien las estimaciones iniciales de los sujetos variaban al cabo de 3 días cada grupo había convertido en una visión compartida.

3.9 LOS PRIMEROS ESTUDIOS DE ASCH EN 1951

Estudió cómo nos afecta las creencias de otras personas, para eso un sujeto llegaba a una habitación donde estaban otras seis personas las cuales iban a participar de la misma experiencia y se sentaba en el único lugar vacío.

Se les pedía que dijeran cuál de las tres líneas que se les mostraba era igual de larga a una línea usada como patrón y todos van respondiendo en el orden en que estaban sentados.

Pero en la tercera ronda los sujetos anteriores elegían una línea evidentemente diferente, acá el sujeto se encontraba en el aprieto entre la necesidad de dar la respuesta correcta y el deseo de caerle bien ante el grupo.

(HERNÁNDEZ, 2017)

3.10 LA INVESTIGACIÓN DE SALOMON ASCH

El objetivo primordial de Asch era descubrir las condiciones o variables responsables de las posiciones independientes o, por el contrario, del sometimiento a las presiones del resto cuando sus opiniones difieren de las propias.

(AESTHESIS TERAPIA PSICOLÓGICA, 2017)

3.11 CULTURA Y CONFORMISMO

Una revisión meta- analítica encontró que el conformismo, evaluado según la tarea de Asch y de Crutchfield, era más marcado en los países colectivistas. Este meta- análisis de 133 estudios en 17 países confirmó que las personas de cultura colectivistas cometían más errores o mostraban mayor conformismo en las tareas de Asch.

La influencia significativa del colectivismo se manifestaba con diferentes indicadores de individualismo- colectivismo y controlando las características del estudio y de las muestras.

Comparados con los países más individualistas como Inglaterra, Alemania, Holanda o el mismo EEUU, los efectos del conformismo eran más altos en los países más colectivistas, como los africanos (Zaire, Ghana, Zimbabwe), en una región de cultura china como Hong Kong, en Japón y Brasil.

(PÁEZ)

3.12 MILGRAM OBEDIENCIA A LA AUTORIDAD

Milgram en 1974 mostró como la mayoría de los sujetos obedece las órdenes de un superior circunstancial e inflige un daño importante a una víctima aleatoria. En realidad, la víctima era un cómplice y el castigo constaba de choques eléctrico de hasta 450 voltios era ficticios.

En el paradigma básico de Milgram dos personas llegaban a colaborar en una investigación de aprendizaje. Un experimentador explica que se trata de estudiar el efecto del castigo sobre el aprendizaje, una de las personas debe enseñar pares de palabras al otro y debe castigar los errores mediante choques eléctricos que se incrementan gradualmente.

Las personas habían sido reclutadas en la población general de una ciudad universitarias y se les pagó 4 dólares a comienzo de los 60 del siglo pasado, por su participación.

Supuestamente al azar, una de las personas un cómplice del experimentador dice que se le ha asignado el rol de aprendiz o alumno y el sujeto experimental inocente constata que es el orientador.

El experimentador, supuesto alumno y enseñante pasan a un cuarto contiguo en el que se sujeta al aprendiz con correas y se le impone un electrodo, mientras que el profesor recibe un pequeño choque de muestra.

El profesor leía al alumno parejas de palabras como: caja, azul, hermoso día, pato salvaje, etcétera. A continuación, le decía al alumno: Azul, cielo, tinta, caja, lámpara. El alumno debía indicar mediante cuatro de las cuatro palabras leídas cuál había estado asociada al estímulo (azul a caja en este ejemplo).

El supuesto alumno daba una serie predeterminada de tres respuestas falsas o equivocadas por una correcta. La variable dependiente esencial es el porcentaje de personas que otorgan un choque máximo al supuesto alumno.

Las personas de culturas masculinas que enfatizan la dureza y el castigo, así como la legitimidad de la violencia como mecanismo de defensa de la auto-estima y de la moral (Cultura del honor: defensa de las propiedades y del honor mediante una respuesta violenta), tiende a obedecer más ordenes de castigo extremo de las autoridades. Sin embargo, no hay diferencias en obediencia entre hombres y mujeres.

Estudios históricos sobre la participación voluntarias en masacres de judíos en Polonia por hombres de clase media profesional de Hamburgo, a los que su comandante les dijo que la participación era voluntaria, sugieren que un 80% de los que fueron exhortados a disparar sobre niños y mujeres desarmados lo hicieron hasta el final, y solo un 10% o 20% los que pidieron ser relevados.

(PÁEZ)

3.13 LOS EXPERIMENTOS DE OBEDIENCIA DE MILGRAM

Los experimentos de Milgram desarrollaron situaciones fuertes sus demandas nítidas hacían difíciles la operación de diferencias de personalidad. Con todo, los sujetos de Milgram mostraron grandes variaciones de obediencia, y hay buenas razones para sospechar que a veces la hostilidad, respeto por la autoridad y preocupación por satisfacer las expectativas, influyeron en ella.

La personalidad importa en situaciones débiles, como cuando dos desconocidos se sientan en una sala de espera sin claves que guíen su comportamiento, las características individuales son más libres de manifestarse.

3.14 ¿CÓMO SE RESIENTE LA PRESIÓN SOCIAL A CONFORMARSE?

Hay que destacar el poder de las fuerzas sociales, así conviene que concluyamos con un recordatorio del poder de la persona. No somos, meras bolas de billar lanzadas a donde nos empujen; actuamos en respuesta a las fuerzas que inciden en nosotros. A veces, saber que alguien trata de coartarnos nos incita a reaccionar en la dirección contraria.

Reactividad

Los individuos valoran su sentido de libertad y de auto eficiencia, así cuando la presión social es tan explícita que amenaza su sensación de libertad se rebelan.

La teoría psicológica de la reactividad la cual afirma que la gente actúa para defender su sentimiento de libertad, se apoya en experimento donde se muestra que los intentos por restringir la autonomía de una persona producen inconformidad, a esto se le conoce como efecto de bumerán.

Después de que algunas universitarias occidentales reflexionaran en como espera la cultura tradicional que se conduzcan las mujeres, se inclinaron menos a exhibir la tradicional modestia femenina.

La teoría de la reactividad predice que tan explícito intento por limitar su libertad aumentará la probabilidad de que firme cuando Madeline Heilman 1976 preparo su experimento en las calles de Nueva York Eso fue exactamente lo que encontró.

3.15 INFLUENCIA SOCIAL

Los apegos son profundos, para mantener la armonía, se silencian la confrontación y el disentimiento “La vara que sobresale dicen los japoneses es derribada”.

Amitai Etzioni 1993 concuerda, presidente reciente de la Asociación Sociológica Estadounidense, nos exhorta a abrazar una singularidad comunitaria en la que se equilibre nuestro individualismo inconformista con un espíritu de conjunto.

Su colega sociólogo Robert Bellah 1996 concuerda: “El comunitarismo se basa en el valor sagrado del individuo- explica, pero también afirma la valía central de solidaridad que llegamos a ser lo que somos a través de nuestras relaciones.

La conformidad no es del todo mala ni completamente buena, por consiguiente, tenemos que equilibrar como individuos, nuestras necesidades de independencia y de apego, privacidad y comunidad, individualismo e identidad social.

3.16 LA CONFORMIDAD SE RELACIONA CON DIFERENTES CIENCIAS

1.Psicología Social: Analiza el conformismo, la influencia grupal y la toma de decisiones individuales dentro de la sociedad.

2.Sociología: Estudia cómo las normas, valores y estructuras sociales influyen en el comportamiento conformista de los individuos.

3.Antropología: Examina el conformismo en diferentes culturas y su impacto en la identidad colectiva e individual.

4.Ciencias Políticas: Relacionada con el conformismo en la participación política y la formación de ideologías dentro de la sociedad.

5.Comunicación y Medios: Analiza el papel de las redes sociales y la propaganda en la difusión de ideas conformistas.

6.Economía del Comportamiento: Explora cómo el conformismo influye en las decisiones de consumo y en la toma de decisiones económicas

MARCO REFERENCIAL

4.1 ANTECEDENTES DEL CONFORMISMO SOCIAL

El conformismo social es un fenómeno de interés en diversas disciplinas como la psicología, la sociología y la antropología. Desde finales del siglo XIX, teóricos como Gustave Le Bon (1895) analizaron cómo la identidad individual se diluye en la identidad colectiva al formar parte de grupos o multitudes, lo que genera una pérdida de racionalidad y juicio crítico. Más adelante, Charles Horton Cooley (1979) desarrolló el concepto del “yo espejo”, sugiriendo que la percepción de uno mismo se construye a través de la interacción con los demás, fortaleciendo así la necesidad de conformarse a normas y expectativas sociales.

En la psicología social, Solomon Asch (1951) llevó a cabo experimentos sobre la conformidad que demostraron que los individuos pueden modificar sus juicios o comportamientos para alinearse con la mayoría, incluso cuando la evidencia objetiva indica lo contrario. Stanley Milgram (1974) profundizó en este fenómeno con su estudio sobre la obediencia a la autoridad, evidenciando cómo las personas pueden actuar en contra de sus principios morales bajo presión social. De manera similar, Noelle-Neumann (1974) formuló la teoría de la “espiral del silencio”, la cual explica que el miedo al aislamiento social motiva a las personas a adoptar posturas mayoritarias o a evitar expresar opiniones minoritarias.

4.2 BASES TEÓRICAS

Para entender el conformismo social y sus implicaciones, es fundamental analizar diversas teorías psicológicas y sociológicas:

Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (1977): Afirma que las personas adquieren comportamientos a través de la observación e imitación de modelos sociales, lo que refuerza la tendencia a conformarse con normas establecidas.

Teoría del Pensamiento de Grupo de Janis (1972): Explica cómo la cohesión extrema dentro de un grupo puede llevar a la toma de decisiones irracionales, ya que se prioriza la armonía sobre el análisis crítico.

Teoría de la Obediencia de Milgram (1974): Demuestra cómo las figuras de autoridad pueden influir en la conducta de las personas, llevándolas a actuar de manera conformista incluso en contra de sus valores personales.

Teoría de la Identidad Social de Tajfel y Turner (1986): Sostiene que los individuos categorizan a las personas en grupos sociales y ajustan su comportamiento para alinearse con su grupo de pertenencia.

Teoría de la Conformidad de Deutsch y Gerard (1955): Diferencia entre conformidad normativa (por presión social) y conformidad informativa (cuando se cree que la mayoría tiene la razón).

Estas teorías proporcionan una base conceptual sólida para entender cómo se manifiesta el conformismo en diferentes contextos y su impacto en la toma de decisiones individuales y colectivas.

4.3 FACTORES QUE AFECTAN EL CONFORMISMO

Existen diversas variables que influyen en el grado de conformidad de un individuo dentro de un grupo:

Unanimidad del grupo: La conformidad se incrementa cuando la mayoría de los miembros de un grupo sostiene la misma opinión. La presencia de al menos un disidente puede reducir significativamente esta tendencia.

Autoestima y seguridad personal: Personas con baja autoestima son más propensas a ceder ante la presión grupal, mientras que aquellas con alta seguridad en sí mismas tienden a mantener su independencia de criterio.

Normas culturales: En sociedades colectivistas, donde se valora la armonía grupal sobre la autonomía individual, el conformismo es más fuerte en comparación con sociedades individualistas.

Presión de la autoridad: La influencia de figuras de autoridad, como líderes políticos o expertos, puede aumentar la probabilidad de que las personas sigan órdenes o adopten puntos de vista mayoritarios sin cuestionarlos.

Ambigüedad de la situación: En contextos donde la información es limitada o confusa, las personas son más propensas a confiar en el criterio del grupo para orientar sus decisiones.

4.4 CONFORMISMO EN DIFERENTES ÁMBITOS

El conformismo social se manifiesta en diversos ámbitos de la vida cotidiana, influyendo en las actitudes y comportamientos de los individuos:

Conformismo en la educación: En los entornos académicos, los estudiantes pueden ajustar sus respuestas y opiniones a las de sus compañeros por miedo a ser juzgados o evaluados negativamente.

Conformismo en el trabajo: En entornos laborales, los empleados pueden adaptarse a normas organizacionales incluso si no las consideran eficientes, para evitar conflictos o sanciones.

Conformismo en el consumo: La mercadotecnia utiliza el conformismo para promover tendencias de consumo, haciendo que las personas adquieran productos o servicios populares simplemente porque otros lo hacen.

Conformismo en la política: En el ámbito político, los ciudadanos pueden apoyar ideologías o líderes sin un análisis crítico profundo, influenciados por la propaganda o la presión social.

4.5 CONFORMISMO Y REDES SOCIALES

Con la digitalización de la comunicación, el conformismo ha adquirido nuevas dimensiones en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram. El fenómeno de la

“cámara de eco” hace que los usuarios se expongan mayormente a contenidos que refuerzan sus creencias preexistentes, limitando la diversidad de opiniones y promoviendo la homogeneidad ideológica. Además, la validación social mediante “likes” y comentarios positivos refuerza conductas y opiniones predominantes, reduciendo la disposición de los usuarios a cuestionar narrativas establecidas.

El anonimato en internet también juega un papel clave en la presión social, ya que permite la propagación de tendencias de pensamiento sin una verdadera responsabilidad individual. Como resultado, se generan fenómenos como el linchamiento digital, en donde las opiniones minoritarias son ridiculizadas o censuradas, aumentando la conformidad en la expresión de ideas.

El conformismo social es un mecanismo que permite la integración de los individuos en la sociedad, pero también puede limitar la autonomía y el pensamiento crítico. Su estudio es relevante en múltiples áreas del conocimiento, desde la psicología hasta la política y la mercadotecnia. Entender sus bases teóricas y los factores que lo potencian es clave para desarrollar estrategias que fomenten la independencia de criterio y la toma de decisiones fundamentadas. La era digital ha transformado las formas de conformismo, lo que hace necesario un análisis continuo de sus implicaciones en la sociedad moderna.

HIPOTESIS

La falta de información política en la sociedad contribuye al fortalecimiento del conformismo social, limitando la toma de decisiones informadas y reduciendo la participación activa en la vida democrática.

Para sustentar esta hipótesis, es fundamental considerar cómo el conformismo se ve influenciado por diversos factores, como la necesidad de aceptación, la evasión del conflicto y la presión social. Los estudios de Solomon Asch han demostrado que las personas tienden a ajustar sus juicios a la opinión mayoritaria, incluso cuando esta es errónea. En el ámbito político, esta tendencia puede llevar a la adopción de posturas sin un análisis crítico, guiadas por discursos dominantes o por la influencia de figuras de autoridad. La falta de información o el acceso a contenido sesgado refuerzan esta dinámica, dificultando la formación de opiniones fundamentadas y promoviendo una actitud pasiva frente a las decisiones políticas.

Otro aspecto relevante es la influencia cultural en el nivel de conformismo. Según diversas investigaciones, las sociedades colectivistas presentan un mayor grado de conformidad en comparación con las individualistas. En países con una fuerte tradición de respeto a la autoridad y donde la educación política es limitada, el conformismo puede incrementarse debido a la ausencia de herramientas críticas para cuestionar el estado actual de las cosas. Las personas de 30 a 60 años, socializadas en entornos donde la obediencia y la estabilidad son valores fundamentales, pueden mostrar una mayor inclinación al conformismo político, al considerar que su participación tiene un impacto limitado.

El conformismo también está estrechamente relacionado con el miedo al rechazo social. La presión del grupo y el deseo de evitar conflictos pueden llevar a las personas a aceptar decisiones o posturas políticas sin analizarlas detenidamente. Esta situación se agrava cuando los medios de comunicación y las redes sociales promueven narrativas polarizadas, donde cuestionar la opinión dominante puede implicar aislamiento o críticas. En consecuencia, se genera un círculo vicioso en el que la ignorancia política refuerza el conformismo y viceversa, disminuyendo así la participación ciudadana y el debate informado.

La falta de información política influye en el aumento del conformismo social, especialmente en el ámbito político. Factores como la necesidad de pertenencia, el miedo al rechazo, la influencia cultural y la desinformación contribuyen a que los individuos adopten una actitud pasiva frente a los procesos democráticos. Para contrarrestar este fenómeno, es fundamental fomentar una educación política crítica que permita a las personas desarrollar un pensamiento analítico y participar activamente en la toma de decisiones colectivas.

OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar las consecuencias y el impacto social que tienen las personas vulnerables en su conformismo social.

Objetivos Específicos

Delimitar el origen del conformismo.

Conocer cuáles son las nuevas necesidades de la sociedad.

JUSTIFICACIÓN

Podemos notar en el desarrollo social, la influencia y el peso que ha tenido el conformismo ante las necesidades que se han presentado los seres humanos que a lo largo del tiempo ha desarrollado la falta de información la cual cada vez es más notoria en la integración de los partidos políticos, el llegar a una negociación para obtener algún beneficio en particular dejando a un lado las consecuencias que se puedan presentar.

El autor Maslow de acuerdo con su teoría la satisfacción de las necesidades básicas las cuales tiene una importancia según se origina la aparición de otras dependiendo la importancia ya que una vez que se hayan cubierto las necesidades fisiológicas surgen otro tipo de necesidades no satisfechas como las de seguridad, reconocimiento, autorrealización.

Para poder comprender la manipulación primero debemos de examinar el contexto social en el que se encuentran las personas, tener las características de cómo surge la manipulación. El uso de internet en la actualidad tiene un gran impacto tanto en lo social como en lo personal ya que también se desprende de la cultura.

Para aprender a investigar, redactar y saber cuáles son las necesidades con las que se puede encontrar las personas al igual que saber que temas se elegirán para que sea un impacto social que ayude a la comunidad estudiantil como a la sociedad en general.

Este tema, de manera muy personal lo considero muy importante pues debido a que en los últimos años se ha visto una gran apatía por parte de la población hacia el bienestar social la cual ha tenido como consecuencia la manipulación, conformismo, falta de información cabe mencionar que cada vez es más frecuente los estragos para la comunidad.

Desde mi perspectiva creo que todos debemos de ser más conscientes sobre el bienestar que deseamos tener para que después no suframos las consecuencias. Al igual las nuevas oportunidades y carencias que tendrán que enfrentar las nuevas generaciones.

METODOLOGÍA

Paradigma cognitivo:

El cognitivismo o la psicología cognitiva estudia los procesos mentales implicados en el conocimiento.

El paradigma cognitivo consiste en asumir que la cognición, es decir el procesamiento de la información se establece en el centro de este complejo sistema. Este paradigma se centra en el proceso de aprendizaje, en como el ser humano percibe, memoriza, piensa, adquiere, retiene, e utiliza información para aprender y desarrollar estrategias de procesamiento búsqueda y recuperación de información.

Principalmente estudia este proceso basándose en la formación de conceptos y la resolución de problemas.

Las características del paradigma cognitivo son:

La cognición: es la clave para la representación mental o habilidad para generar imágenes mentales.

Lo contrario que el conductismo ya que se centra en el análisis de los procesos mentales, en como las personas aprenden y procesan la información.

Incluye el término de aprendizaje significativo: este paradigma fomenta el proceso a través del cual el individuo va adquiriendo los conocimientos, los cuales relaciona con los que ya a memorizado y los aplica.

Paradigma cognitivo según autores:

Piaget en su teoría psicogenética nos afirma que la interpretación genética del menor es la única forma de comprensión de la inteligencia y sus operaciones lógicas, entregando las nociones de espacio-tiempo, percepción, constancia e ilusiones geométricas.

También Piaget nos define en su paradigma cognitivo cuatro fases en el desarrollo de la construcción del conocimiento humano desde la infancia hasta la adultez.

Vygotsky también enfatizó sobre la importancia del lenguaje en el desarrollo cognitivo, según él, el lenguaje no solo es un medio de comunicación, sino que también lo considera como una herramienta para el pensamiento. Ya que el lenguaje permite a las personas representar el mundo y los conceptos abstractos en su mente.

Ausubel sostiene que la instrucción debería enfatizar conceptos más generales e inclusivos de un área de estudio.

En esta investigación utilizamos el paradigma cognitivo ya que se enfoca en los procesos mentales y nos engloba a una serie de características como son: lenguaje, percepción, pensamiento, sentimientos, aprendizajes y recuerdos entre otros con los que cuenta el ser humano.

Los psicólogos cognoscitivos se interesan por cómo los seres humanos llegamos a recibir y percibir la información y estudia el proceso basándose en la información de los conceptos como también en la resolución de los problemas.

En conclusión, podemos decir que el paradigma cognitivo enfoca sus estudios principalmente en los procesos mentales lo cual engloba una serie de características que como ser humano las tenemos.

Técnica de recolección de datos:

Las técnicas de recolección de datos se refieren a los métodos utilizados para recoger y analizar diferentes formas de datos.

Las técnicas habituales de recogida de datos incluyen el examen de documentos relacionados con un tema, así como la realización de entrevistas y observaciones.

Utilice esta técnica porque quería conocer la capacidad que tenemos los seres humanos en la toma de decisiones de manera individual la cual vamos desarrollando y la llegamos a convertir en una creencia. Cabe mencionar que muchas personas, no son

capaces de darse cuenta sobre la constante influencia social que día a día nos enfrentamos.

Encuesta:

Son un tipo de instrumentos de recopilación de información que consiste en un conjunto prediseñado de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra socialmente representativa de individuos, con el fin de conocer sus opiniones o visiones respecto de alguna problemática o asunto que les afecta.

Las preguntas están siempre diseñadas previamente por el equipo de investigación, de acuerdo a la hipótesis que buscan someter a la comprobación empírica de la opinión pública las cuales pueden ser de dos tipos distintos: abiertas y cerradas.

La aplicación de encuestas es un método muy común en diferentes tipos de investigación, siempre que requieren del levantamiento de datos estadísticos, de la recopilación de opiniones o bien de algún tipo de consulta masiva que permita luego ser interpretada para obtener conclusiones como sondeos políticos, de mercado o de evaluación de servicios son de algunos posibles ejemplos de ellos.

Las encuestas se caracterizan por ser un método de observación no directa, es decir intermediada por la opinión de los sujetos encuestados con los cuales confiamos en su opinión, aunque no podemos observarlos en sus vidas para saber si lo que responden es cierto o no.

Las encuestas se pueden conformar por dos clases de preguntas que son: preguntas abiertas y preguntas cerradas cabe mencionar que las preguntas que se realizan deben de ser elaboradas por el grupo de investigación ya que ellos sabrán cuales son las adecuadas para poder realizar y someter a prueba su hipótesis.

Como características de las encuestas podemos decir que se tratan de una herramienta de investigación sencilla, económica y con una capacidad masiva e estandarizada de aplicación. Es una vía más simple y eficaz para acceder de una manera masiva a las subjetividades del público en general.

Al igual que sus resultados son arrojados de una manera contabilizables y expresados en términos porcentuales los cuales después deben ser interpretados por los investigadores.

En esta investigación nos ayudó en gran manera la encuesta ya que nos permitió conocer cuál es el impacto que tiene el conformismo a raíz de la política, y como se va desencadenando cada vez más en las nuevas generaciones por la influencia tanto de familiares como de los diversos sectores con los que nos rodeamos.

Sitio web:

Es una colección de páginas en internet las cuales están relacionadas entre sí y que comparten una dirección web única. Es un espacio virtual donde la información, el

contenido y los servicios se presentan y se hacen accesibles para los usuarios a través de un navegador web, puede ser utilizado para diversos fines como compartir información, vender productos, brindar servicios o simplemente entretener.

Cuando deseamos compartir nuestros pensamientos, quejas, pasatiempos favoritos entre muchas cosas más podemos hacer uso de un sitio web. Sin dejar a un lado que con el paso del tiempo se hace de gran importancia y nos ayuda a alcanzar masas grandes de la sociedad.

Para esta investigación fue de mucha ayuda los sitios web ya que de ahí pudimos obtener información verídica y de carácter informativo para poder complementar dicha investigación y saber cómo podemos interactuar o qué tipo de intereses está desarrollando la sociedad en la actualidad.

Lo cual podemos decir que es una estrategias eficaz y rápida para implementar.

ARTÍCULOS:

Se entiende por artículo de investigación a la producción original e inédita, publicada en una revista de contenido científico, tecnológico o académico, producto de procesos de investigación, reflexión o revisión que haya sido objeto de evaluación por pares y avalado por estos aportes significativos al conocimiento en el área.