

ÍNDICE

Presentación

Capítulo 1. *El estudio de los grupos en Psicología Social.*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
2. DESARROLLO HISTÓRICO DEL ESTUDIO DE LOS GRUPOS EN PSICOLOGÍA SOCIAL
 - 2.1 El desarrollo inicial
 - 2.2. Evolución posterior
 - 2.3. Algunas direcciones actuales en el estudio de los grupos
3. DEFINICIÓN DE GRUPO
 - 3.1. Las definiciones de grupo y su convergencia
 - 3.2. El debate sobre las categorías y los grupos
 - 3.3. El continuo de grupalidad
 - 3.4. La percepción de los grupos como entidad
4. ALGUNOS TIPOS DE GRUPO
 - 4.1. Los grupos primarios
 - 4.2. Los grupos de referencia
5. RESUMEN

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 2. *Métodos y Técnicas de Investigación en Psicología de los Grupos*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
2. EL PREDOMINIO DE LOS MÉTODOS EN PSICOLOGÍA
3. ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN
 - 3.1. Estrategia experimental .
 - 3.1.1. Tipos de experimentos
 - 3.2. Estrategia no manipulativa
 - 3.2.1. Metodología ex post facto
 - 3.2.2. Metodología de encuestas
 - 3.2.3. Metodología observacional
 - 3.2.4. Metodología cualitativa
 - 3.2.4.1. Métodos de investigación cualitativa
 - 3.2.4.2. Técnicas de recogida de datos
 - 3.2.4.3. La Triangulación de métodos
 - 3.2.4.4. Estrategias de análisis de la metodología cualitativa
4. OTRAS TÉCNICAS Y ANÁLISIS EMPLEADOS EN LA PSICOLOGÍA DE LOS GRUPOS
 - 4.1. El Análisis Multinivel
 - 4.2. Variables intervinientes: La moderación y la mediación
 - 4.3. La Mediación

- 4.4. Los Modelos de Ecuaciones Estructurales
- 4.5. El Metaanálisis
- 5. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS.
- EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
- RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 3. *Formación y cohesión grupales*

OBJETIVOS

- 1. INTRODUCCIÓN
- 2. LA FORMACIÓN DE LOS GRUPOS
 - 2.1. El origen evolucionista de la formación de grupos
 - 2.2. Individualidad y pertenencia grupal: motivaciones básicas en la formación de los grupos
 - 2.3. Condiciones necesarias para la formación de un grupo
 - 2.4. ¿Por qué y para qué se forman los grupos
 - 2.5. ¿Cómo se forman los grupos?
- 3. LA COHESIÓN GRUPAL
 - 3.1. La cohesión grupal: aspectos teóricos y empíricos
 - 3.1.1. La cohesión grupal como atracción hacia el grupo
 - 3.1.2. La existencia de distintos tipos de cohesión
 - 3.1.3. El Cuestionario de Ambiente de Grupo
 - 3.2. Críticas al concepto tradicional de cohesión
 - 3.2.1. Cohesión y categorización social
 - 3.3. Causas y consecuencias de la cohesión grupal
 - 3.3.1. Variables antecedentes de la cohesión grupal
 - 3.3.2. Consecuencias de la cohesión grupal
 - 3.4. La cohesión en los distintos tipos de grupos
 - 3.4.1. La cohesión en los equipos deportivos
 - 3.4.2. La cohesión en ámbitos militares
 - 3.4.3. La cohesión en los grupos terapéuticos
 - 3.4.4. La cohesión en los equipos de trabajo

- 4. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS
- EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
- RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 4. *Composición y estructura de grupo*

OBJETIVOS

- 1. INTRODUCCIÓN
- 2. LA COMPOSICIÓN DEL GRUPO
 - 2.1. Los efectos de la composición del grupo
 - 2.2. Los correlatos del tamaño del grupo
 - 2.3. Los efectos de la diversidad en los grupos
 - 2.4. La combinación de los individuos en el grupo
 - 2.5. Desarrollos teóricos sobre la composición de los grupos

3. LA ESTRUCTURA DE GRUPO

3.1. Elementos de la estructura de grupo

3.1.1. Normas de grupo

3.1.1.1. Definición de normas

3.1.1.2. Los estudios pioneros sobre normas

3.1.1.3. Las funciones de las normas

3.1.1.4. El desarrollo de las normas

3.1.1.5. Los efectos de la desviación respecto a opiniones y normas de grupo

3.1.1.6. La comparación de los efectos de la desviación entre miembros del grupo propio y del exogrupo: El Efecto Oveja Negra

3.1.2. Los roles de grupo y su diferenciación desde la perspectiva funcionalista

3.1.2.1. La definición de rol de grupo y su medida

3.1.2.2. La diferenciación de roles

3.1.2.3. Evidencia empírica sobre la diferenciación de roles

3.1.3. La jerarquía de estatus en los grupos

3.1.3.1. La Teoría de los Estados de Expectativas (TEE)

3.1.3.2. La investigación sobre estatus en grupos

5. RESUMEN

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 5. *El liderazgo en los grupos*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN

2. ¿QUÉ ES EL LIDERAZGO?

3. ENFOQUES EN EL ESTUDIO DEL LIDERAZGO

3.1. Enfoques centrados en el líder

3.1.1. El enfoque del rasgo

3.1.2. El enfoque de los estilos de liderazgo

3.2. Enfoques centrados en la interacción entre el liderazgo y las variables situacionales: las teorías de la contingencia

3.2.1. El modelo de la contingencia en la efectividad del liderazgo

3.2.2. La Teoría de la Expectativa de Meta

3.3. Enfoques centrados en los seguidores: Las teorías implícitas del liderazgo

3.4. Enfoques centrados en la relación entre líder y seguidor

3.5. El liderazgo como proceso grupal

4. OTROS DESARROLLOS EN EL ESTUDIO DEL LIDERAZGO

4.1. El Liderazgo Carismático

4.2. El Liderazgo Transformacional

4.3. Liderazgo y género

4.4. La Psicología Positiva y el liderazgo

5. CONSIDERACIONES FINALES

6. RESUMEN

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 6. *Procesos de influencia en los grupos*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
2. EL CONFORMISMO: LA INFLUENCIA MAYORITARIA.
 - 2.1. Incertidumbre y consenso social
 - 2.2. La sorpresa de Asch
 - 2.3. Factores que inciden en el conformismo
 - 2.4. Explicaciones del conformismo
 - 2.4.1. Sugestión e imitación
 - 2.4.2. Dependencia informativa y normativa
 - 2.4.3. Identidad Social y Autocategorización
 - 2.4.4. Explicaciones basadas en la resolución del conflicto
3. INFLUENCIA MINORITARIA: CONVERSIÓN E INNOVACIÓN
 - 3.1. Explicaciones de la influencia minoritaria
 - 3.1.1. Consistencia, validación y conversión
 - 3.2. La resistencia a la influencia minoritaria
 - 3.3. Naturaleza del pensamiento y descentración
 - 3.4. La Teoría de la Elaboración del Conflicto
 - 3.5. Influencia minoritaria y categorización social
4. LA INFLUENCIA MAYORITARIA Y MINORITARIA EN GRUPOS INTERACTIVOS
5. RESUMEN.

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 7. *Productividad y rendimiento grupal*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
2. PRODUCTIVIDAD GRUPAL Y TRABAJO EN GRUPO
3. DESEMPEÑO DE GRUPO Y TIPOS DE TAREAS GRUPALES
 - 3.1. Tipos de tareas grupales
4. LA PRODUCTIVIDAD GRUPAL
 - 4.1. Modelo de Productividad Grupal
5. EFECTOS DEL PÚBLICO Y DE LA CO-ACCIÓN EN LA PRODUCTIVIDAD
 - 5.1. Procesos explicativos de los efectos del público en la productividad grupal
 - 5.2. Procesos explicativos de los efectos de la co-acción en la productividad grupal
6. EL ESFUERZO INDIVIDUAL EN LAS TAREAS COLECTIVAS
 - 6.1. Efectos de la coordinación y la motivación en la productividad grupal
 - 6.2. La Teoría de la Equidad de Adams
7. ESTRATEGIAS PARA EVITAR LAS PÉRDIDAS MOTIVACIONALES
 - 7.1. Compensación Social
 - 7.2. Efecto Köhler
8. CONCLUSIONES FINALES
9. RESUMEN

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 8. Los procesos de decisión en los grupos

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
 2. PROCESOS IMPLICADOS EN LA TOMA DE DECISIONES EN GRUPO
 3. LA POLARIZACIÓN GRUPAL
 - 3.1. La polarización grupal desde la Teoría de la Comparación Social
 - 3.2. La polarización grupal desde la Teoría de la Argumentación Persuasiva
 - 3.3. La polarización grupal desde la Teoría de la Categorización del Yo
 - 3.4. La polarización grupal desde la expresión repetida de la actitud
 - 3.5. Conclusiones sobre la polarización grupal
 4. OTROS SESGOS EN LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIÓN GRUPAL
 - 4.1. El Paradigma del Perfil Oculto
 - 4.1.1. Explicaciones teóricas sobre el sesgo de la información compartida
 - 4.1.2. Variables que atenúan el Paradigma del Perfil Oculto
 - 4.2. El Pensamiento de Grupo
 - 4.2.1. El modelo de Janis
 - 4.3. La investigación sobre pensamiento grupal
 - 4.4. Matizaciones y aportaciones al modelo
 5. LIMITACIONES EN LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIÓN GRUPAL
 6. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS
- EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
- RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 9. Relaciones intergrupales: Fundamentos teóricos

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
2. PRINCIPALES ENFOQUES DE LAS RELACIONES INTERGRUPALES: DE LO INDIVIDUAL A LO COLECTIVO
 - 2.1. Los enfoques individuales: desarrollo histórico
 - 2.2. Los enfoques intergrupales
 - 2.2.1. La Teoría del Conflicto Realista
 - 2.2.2. La perspectiva de la Identidad Social
 - 2.2.2.1. La Teoría de la Identidad Social
 - 2.2.2.2. Interdependencia frente a Categorización en el Paradigma del Grupo Mínimo
 - 2.2.2.3. El favoritismo y su relación con la autoestima
 - 2.2.2.4. Teoría de la Identidad Social y Justificación del Sistema
 - 2.2.2.5. La Teoría de la Categorización del Yo
 - 2.2.3. Otras perspectivas del favoritismo endogrupal
3. DEL FAVORITISMO INTERGRUPAL AL RECHAZO
4. AFECTOS Y RELACIONES INTERGRUPALES
 - 4.1. El enfoque intrapsíquico: los efectos del afecto incidental
 - 4.2. El enfoque intergrupal: los estudios sobre afecto integral
 - 4.2.1. El modelo de la Ansiedad Intergrupal de Stephan y Stephan
 - 4.2.1.1. Antecedentes de la ansiedad intergrupal
 - 4.2.1.2. Consecuencias de la ansiedad intergrupal

4.2.2. El prejuicio como emoción social

5. RESUMEN

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN.

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 10. *La estigmatización social.*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN

2. TIPOS DE ESTIGMA

3. CARACTERÍSTICAS DEL ESTIGMA

3.1. La visibilidad

3.2. La controlabilidad

3.3. El riesgo percibido

4. LA JUSTIFICACIÓN DEL ESTIGMA

5. LA PERSPECTIVA DE LAS PERSONAS ESTIGMATIZADAS

5.1. La discriminación percibida

5.1.1. Discriminación grupal vs. discriminación individual

5.1.2. Discriminación manifiesta vs. discriminación sutil

5.2. La internalización del estigma

5.3. La conciencia de estigma

6. LOS EFECTOS DE LA ESTIGMATIZACIÓN

6.1. Efectos del estigma en el plano individual

6.1.1. Consecuencias del estigma sobre la autoestima

6.1.2. Consecuencias del prejuicio y el estigma sobre el rendimiento: la amenaza del estereotipo

6.2. Efectos del prejuicio y el estigma en el plano grupal

6.3. Efectos del prejuicio y el estigma en el plano societal: la exclusión social

7. EL AFRONTAMIENTO DEL ESTIGMA

7.1. Estrategias individuales

7.2. Estrategias grupales

7.3. Estrategias sociales

8. COMENTARIOS FINALES

9. RESUMEN.

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 11. *Grupos de discusión*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN

2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA TÉCNICA DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

3. DEFINICIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

3.1. ¿Qué son los grupos de discusión?

3.2. ¿Por qué funcionan? Justificación e importancia de la técnica de los grupos de discusión

3.3. ¿Cuándo se utilizan? (antes, durante y tras la intervención)

- 3.4. ¿Qué tipo de información se obtiene?
 - 3.5. Comparación con otras técnicas
 - 4. CARACTERÍSTICAS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN: OBJETIVOS, TAMAÑO, COMPOSICIÓN Y PROCEDIMIENTOS
 - 5. ¿CÓMO SE LLEVAN A CABO? INVESTIGACIÓN UTILIZANDO LA TÉCNICA DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN
 - 5.1. ¿Qué se puede hacer con los grupos de discusión?
 - 5.2. El diseño de la investigación
 - 5.2.1. Definir los objetivos de la investigación
 - 5.2.2. Determinar las personas que formarán parte del grupo de discusión
 - 5.2.3. Elegir el lugar donde llevar a cabo el grupo de discusión
 - 5.3. El moderador: habilidades del moderador y técnicas de moderación. Principios guía para moderar grupos de discusión
 - 5.3.1. ¿Cómo realizar preguntas? ¿Cómo registrar los datos? ¿Cómo cerrar la sesión?
 - 5.4. Los participantes: selección de los participantes, proceso de convocatoria
 - 5.5. Composición del grupo, tamaño, número de grupos con los que realizar la técnica
 - 5.6. El análisis de los datos obtenidos con la técnica del grupo de discusión
 - 5.7. El informe a realizar sobre los grupos de discusión
 - 5.7.1. Objetivos del informe
 - 5.7.2. Tipos de informe
 - 6. VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN
 - 6.1. Ventajas
 - 6.2. Limitaciones
 - 7. EJEMPLOS DE CONTEXTOS Y SITUACIONES DONDE SE HAN UTILIZADO, SE UTILIZAN, O SE PUEDE UTILIZAR LA TÉCNICA DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN
 - 8. CONCLUSIONES FINALES
 - 9. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS
- EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
- RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 12. *La interacción grupal y su evaluación*

OBJETIVOS

- 1. INTRODUCCIÓN
- 2. ¿QUÉ ES LA INTERACCIÓN GRUPAL?
- 3. ¿CÓMO SE MIDE LA INTERACCIÓN GRUPAL?
 - 3.1. Interacción y comunicación
- 4. TÉCNICAS DE MEDIDA DE LA INTERACCIÓN GRUPAL
 - 4.1. Los Sistemas de observación
 - 4.2. El Método de Observación de Bales (MOB)
 - 4.3. El Sistema para los Niveles Múltiples de Observación en los Grupos: SYMLOG
 - 4.4. El estudio de las relaciones informales en los grupos: el Sociograma
 - 4.5. El Sociómetro y sus aplicaciones
 - 4.6. Ventajas con respecto a los métodos tradicionales
 - 4.7. Contextos de aplicación
- 5. VENTAJAS Y LIMITACIONES DE LAS TÉCNICAS DE MEDIDA DE LA INTERACCIÓN GRUPAL

6. EJEMPLOS Y CONTEXTOS DONDE SE HAN UTILIZADO, SE UTILIZAN, O SE PUEDEN UTILIZAR ESTAS TÉCNICAS
 7. CONCLUSIONES
 8. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS
EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 13. *El Grupo de Trabajo Eficaz. Trabajo en Equipo*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN
 2. EL GRUPO DE TRABAJO EFICAZ: EL TRABAJO EN EQUIPO409
 - 2.1. Definición. ¿Qué es el Trabajo en Equipo?
 - 2.2. ¿Para qué sirve el Trabajo en Equipo?
 - 2.3. ¿Cómo y por qué funciona el Trabajo en Equipo?
 - 2.4. Trabajo Individual vs. Trabajo en Grupo vs. Trabajo en Equipo
 3. VARIABLES IMPLICADAS EN EL TRABAJO EN EQUIPO
 - 3.1. Variables de entrada
 - 3.2. Procesos de Interacción Grupal
 - 3.3. Una propuesta actual sobre el Trabajo en Equipo
 4. LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO EN EQUIPO
 - 4.1. Autoeficacia individual vs. Autoeficacia grupal
 - 4.2. Factores que determinan la productividad de un equipo
 - 4.3. Estrategias de mejora del rendimiento de un equipo
 - 4.4. Aspectos que pueden perjudicar el Trabajo en Equipo
 5. APLICACIONES DEL TRABAJO EN EQUIPO
 - 5.1. Tipos de Equipos según su función
 - 5.2. Equipos de Alto Rendimiento
 - 5.3. Equipos deportivos
 - 5.4. Equipos de Trabajo: Equipos autogestionados y equipos globales y de mejora
 6. CONCLUSIONES
 7. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS
REFERENCIAS EN INTERNET
EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 14. *Acción colectiva*

OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN.
2. LA ACCIÓN COLECTIVA COMO IMPULSORA DEL CAMBIO SOCIAL: CONCEPTUALIZACIÓN DESDE LA PSICOLOGÍA SOCIAL
 - 2.1. Definición y niveles de análisis
 - 2.2. Etapas en el proceso de movilización
 - 2.3. El carácter normativo o no-normativo de la protesta
3. EL RENOVADO INTERÉS POR LAS MULTITUDES

- 3.1. La multitud como fuente de auto-realización colectiva
 - 3.2. Irracionalismo y violencia: El temor hacia las “masas”
 - 3.2.1 La Psicología de las Masas como un producto de su tiempo
 - 3.2.2. La persistencia del irracionalismo: La desindividuación
 - 3.2.3. Un cambio de perspectiva: Modelo de Identidad Social de los Efecto de la Desindividuación (SIDE)
 - 3.3. El Modelo Elaborado de Identidad Social (ESIM)
 - 4. PREDICCIÓN DE LA ACCIÓN COLECTIVA
 - 4.1. Principales motivaciones para actuar
 - 4.2. El Modelo de la Identidad Colectiva Politizada
 - 4.3. El Modelo de Identidad Social de la Acción Colectiva (SIMCA)
 - 4.4. La (no) movilización desde la Teoría de la Justificación del Sistema
 - 5. RESUMEN
- LECTURAS RECOMENDADAS
- EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN
- RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Capítulo 15. *La estigmatización hacia diversos grupos sociales*

OBJETIVOS

- 1. INTRODUCCIÓN
- 2. EL ESTIGMA DE LAS PERSONAS CON VIH
 - 2.1. Características del estigma asociado a las personas con VIH
 - 2.1.1. La amenaza percibida: gravedad y transmisibilidad
 - 2.1.2. La percepción de controlabilidad
 - 2.1.3. La ocultación del estigma
 - 2.2. La internalización del estigma
 - 2.3. Algunos datos sobre la estigmatización de las personas con VIH en España
 - 2.4. Consecuencias de la estigmatización hacia las personas con VIH
 - 2.4.1. Efectos psicosociales de la estigmatización
 - 2.4.2. Consecuencias de la estigmatización en la salud pública
 - 2.5. El afrontamiento del estigma por parte de las personas con VIH
 - 2.5.1. Estrategias individuales y estrategias colectivas de afrontar el estigma
 - 2.5.2. El afrontamiento del estigma desde la Teoría del Estrés
 - 2.5.3. Programa de capacitación de las personas con VIH para afrontar el estigma y la discriminación
- 3. EL ESTIGMA DE LA ENFERMEDAD MENTAL
 - 3.1. Evolución del estigma de las personas con enfermedad mental a lo largo del tiempo
 - 3.2. Características del estigma asociado a la enfermedad mental
 - 3.2.1. La percepción de peligrosidad
 - 3.2.2. La percepción de incompetencia
 - 3.2.3. La ocultación del estigma
 - 3.3. El estigma internalizado en las personas con enfermedad mental
 - 3.4. Consecuencias de la estigmatización hacia las personas con enfermedad mental
 - 3.4.1. Efectos psicosociales de la estigmatización
 - 3.4.2. Efectos sociales y sanitarios de la estigmatización
 - 3.5. El afrontamiento del estigma por parte de las personas con enfermedad mental
 - 3.6. Programa de afrontamiento y reducción del estigma internalizado

4. EL ESTIGMA DE LAS PERSONAS CON OBESIDAD

4.1. La discriminación a las personas con obesidad

4.2. Principales teorías sobre el estigma hacia las personas obesas

4.3. Obesidad y salud mental⁴⁹³

4.4. Mecanismos de afrontamiento para sobrellevar la discriminación debida a la obesidad

5. RESUMEN

LECTURAS RECOMENDADAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

RESPUESTAS CORRECTAS A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

[Aquí](#) podrá encontrar información adicional
y actualizada de esta publicación

Nosotros consideramos como “científico” un método basado en el análisis profundo de los hechos, teorías y puntos de vista que suponen una discusión abierta, sin temores ni prejuicios. La complejidad y diversidad de todos los fenómenos de la vida moderna, las grandes posibilidades, los peligros vinculados a la revolución científico-técnica, y con muchas tendencias sociales demandan, precisamente, tal enfoque.

Andrei Sajarov

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el ser humano se ha servido de diversas formas de conocimiento, tales como la religión, el sentido común o el folclore popular (Navas, 2001). Con la aparición de la ciencia moderna en el siglo XVII, el método científico pasó a ser la fuente de conocimiento más utilizada, aunque no la única.

El carácter científico de la Psicología le lleva a asumir, y a compartir con las otras ciencias, el método científico como estrategia para generar conocimiento. El método científico consiste en dar razón sistemática, empírica y en lo posible, experimental, de los fenómenos (Yela, 1994). También se caracteriza por ser sistemático y replicable. Sistemático porque es un procedimiento que tiene unas etapas definidas, y replicable porque los datos obtenidos mediante su uso tienen que poder ser replicados o refutados por cualquier investigador interesado. Finalmente, el método científico proporciona una manera de actuar para afrontar una investigación, a través de las siguientes fases interdependientes: (ver Figura1).

1. Definición del problema.
2. Formulación de hipótesis contrastables.
3. Establecimiento de un procedimiento de recogida de datos.
4. Análisis de los resultados obtenidos.
5. Discusión de dichos resultados y búsqueda de conclusiones.
6. Elaboración de un informe de investigación.

En primer lugar, se define un problema que puede surgir de teorías ya establecidas, de la lectura de la bibliografía o de la experiencia directa con los hechos. En la mayoría de los casos surgen de lagunas o contradicciones en investigaciones anteriores. A partir de ese problema, se plantea una hipótesis, que no es más que una solución tentativa al problema planteado. Las siguientes tres fases tratan de contrastar si la hipótesis planteada es compatible con los hechos. Para ello, es necesario establecer un procedimiento adecuado de recogida de información, analizar los datos obtenidos y discutir los resultados en busca de conclusiones. Por último, hay que elaborar un informe de la investigación que se ha realizado para dar a conocer los resultados obtenidos.

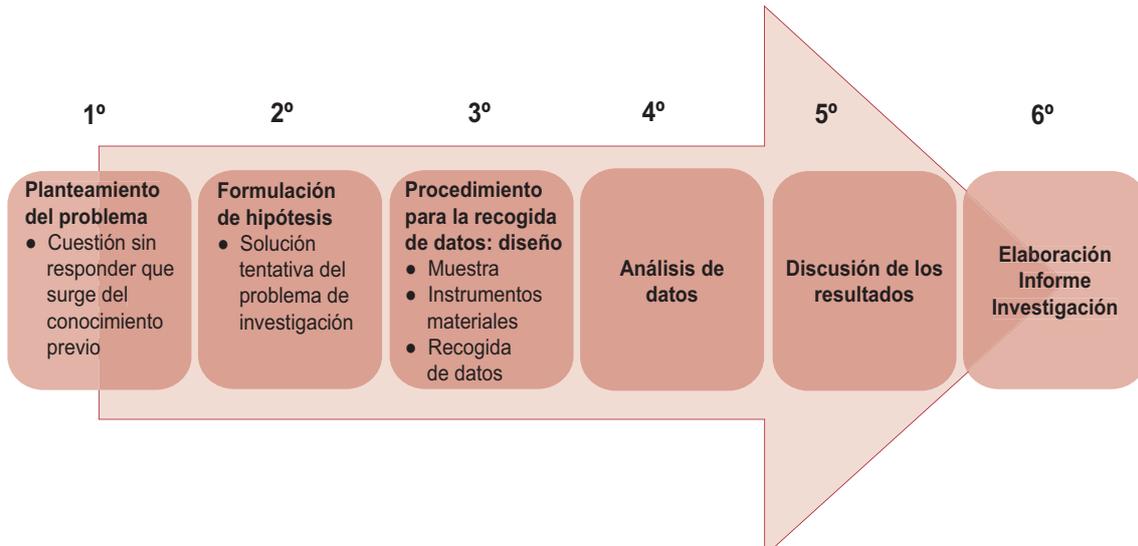


Figura 1. Fases de una investigación con el método científico (tomado de Suárez, Recio, Sanluis y Pozo, 2017).

La Psicología, por tanto, utiliza el método científico para comprender los fenómenos de interés, adaptando sus métodos y sus técnicas particulares a sus problemas de estudio. Existe cierta confusión entre los estudiantes de Psicología entre método, técnica y diseño. Los métodos hacen referencia a todo el proceso de investigación, adoptando una determinada estrategia general que condiciona cada una de sus etapas. Las técnicas, sin embargo, constituyen procedimientos específicos que se utilizan para realizar distintas etapas particulares. Por tanto, los métodos o estrategias tienen un carácter más general, mientras que las técnicas tienen un carácter más particular. El diseño de investigación se sitúa en un punto intermedio entre métodos y técnicas, definiéndose como “*un plan estructurado de acción que, en función de unos objetivos básicos, está orientado a la obtención de información o datos relevantes a los problemas planteados*” (Arnau, 1995, p. 27).

En este capítulo se hará un repaso general a los métodos, diseños y técnicas psicológicas, profundizando únicamente en las que se aplican mayoritariamente en Psicología de los grupos. Iniciaremos con un breve recorrido por los métodos más utilizados en el estudio de los grupos, para pasar, a continuación, a describir las *estrategias manipulativas* (experimentos), una de las más utilizadas en el ámbito del estudio de los grupos, y las *no manipulativas* (diseños ex post facto o encuestas). Dentro de esta última clasificación nos detendremos en la metodología cualitativa, cuyo objetivo es profundizar en los pensamientos y sentimientos de las personas sobre cualquier fenómeno social. Finalmente, nos focalizaremos en diferentes herramientas estadísticas muy utilizadas en Psicología de los Grupos (p. ej., análisis multinivel o el metaanálisis). Para dotar de mayor claridad a la exposición, ejemplificaremos la explicación de todos estos métodos y técnicas con investigaciones que se han realizado en este ámbito.

2. EL PREDOMINIO DE LOS MÉTODOS EN PSICOLOGÍA

En el ámbito de la Psicología de los Grupos se han empleado a lo largo de su historia multiplicidad de métodos, técnicas y diseños. Pese a que no ha sido muy usual, se han realizado algunas revisiones sobre la metodología utilizada en las investigaciones realizadas. La pri-

mera de ellas se realizó en revistas de Psicología Social (Moreland, Hogg y Heyns, 1994), la segunda de ellas en revistas de Psicología de las Organizaciones y Psicología Aplicada (Sanna y Parks, 1997), la tercera, y más reciente, la han llevado a cabo Harrod, Welch y Kushkoski (2009) en la revista *Social Psychology* que tiene una orientación más sociológica.

Tal y como podemos ver en la tabla 1, un punto en común de los resultados obtenidos en todas estas revisiones es un claro predominio de la metodología experimental, sobre todo, de los experimentos de laboratorio. Los estudios de campo son más frecuentes en Psicología Organizacional y Aplicada y en estudios con un marcado carácter sociológico, y muy escasos en Psicología Social. Los experimentos de campo son poco frecuentes en los tres tipos de revistas, aunque son más utilizados en Psicología Organizacional y Aplicada.

Tabla 1 Métodos empleados en los estudios de grupos en revistas de Psicología Social (Adaptado de Harrod *et al.*, 2009).

Tipo de estrategia de investigación utilizada	Tipo de experimentos	Psicología Social	Psicología Organizacional y Aplicada	Psicología Social (orientación sociológica)
		Moreland, Hogg y Hains (1994)	Sanna y Parks (1997)	Harrod, Welch y Kushkowsky (2009)
Manipulativas	Experimentos de Laboratorio	76%	50%	47%
	Experimentos de Campo	3%	7%	2%
No manipulativas	Encuestas	10%	9%	15%
	Estudios de campo (Metodología observacional)	1%	21%	16%
	Otros	11%	12%	20%

Aunque a lo largo de este capítulo veremos que los resultados de una investigación sobre un fenómeno social van a depender de la estrategia que utilice el investigador, el estudio de los grupos reviste de gran interés teórico para la investigación experimental ya que, como veremos a continuación, permite un análisis sistemático de las variables que orientan el comportamiento social (Fischer, 1992).

3. ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN

A la hora de elegir una estrategia de investigación, el investigador intenta maximizar tres puntos: ser capaz de generalizar los resultados a través de las poblaciones, ser preciso en la medición del comportamiento (y el control de variables extrañas), y elegir un contexto que sea realista (McGrath, 1984). A la luz de estos criterios, éste puede elegir entre utilizar una estrategia o método *experimental* y usar una estrategia *no experimental*. La estrategia *experimental* resulta más útil para contrastar hipótesis causales, porque en ella el inves-

El investigador manipula directamente la variable independiente o causa para observar un efecto. Hay tres tipos de estudios experimentales: *a)* los estudios que comparan varios grupos o condiciones experimentales, *b)* los estudios de caso único y *c)* los cuasi-experimentales.

En la estrategia *no experimental*, el control es menor al no existir manipulación de las variables. El motivo por el que se utilizan otras estrategias distintas a la experimental, a pesar de poseer un menor control es simple: hay muchos problemas de estudio de interés en Psicología de los Grupos (y en Psicología en general) en los que no es posible la manipulación de variables por parte del investigador, ya sea por su propia naturaleza o por una cuestión de ética. La estrategia no experimental ha recibido muchas denominaciones, como estrategia no manipulativa, selectiva o correlacional. En ella, el estudio se realiza a partir de la selección de sujetos que poseen entre sus características un determinado valor de las variables de estudio (sexo, nivel socioeconómico, actitudes hacia la prostitución, etc.). Dentro de la estrategia no experimental, se distinguen varias aproximaciones en función de los objetivos de la investigación:

- Si se pretende un acercamiento a la explicación del fenómeno en términos de relaciones funcionales, el tipo de estudio será un *diseño ex post facto*.
- Si se pretende un acercamiento descriptivo de las características de una determinada población, el tipo de estudio será una *encuesta*.
- Si se trata de realizar un estudio comprensivo de un fenómeno en su ambiente natural, el tipo de estudio será *observacional*.
- Si se trata de realizar un estudio comprensivo y global de un determinado fenómeno, más orientado hacia el significado del fenómeno en cuestión (cualidad) que hacia su cuantificación (cantidad), el tipo de estudio será *cualitativo*.

En la Figura 2, se muestra una primera clasificación de las investigaciones en función del tipo de estrategia (manipulativa o no manipulativa que utilicen). El lector interesado puede encontrar en el manual de Fontes *et al.* (2010) una clasificación exhaustiva de los diseños de investigación en Psicología.

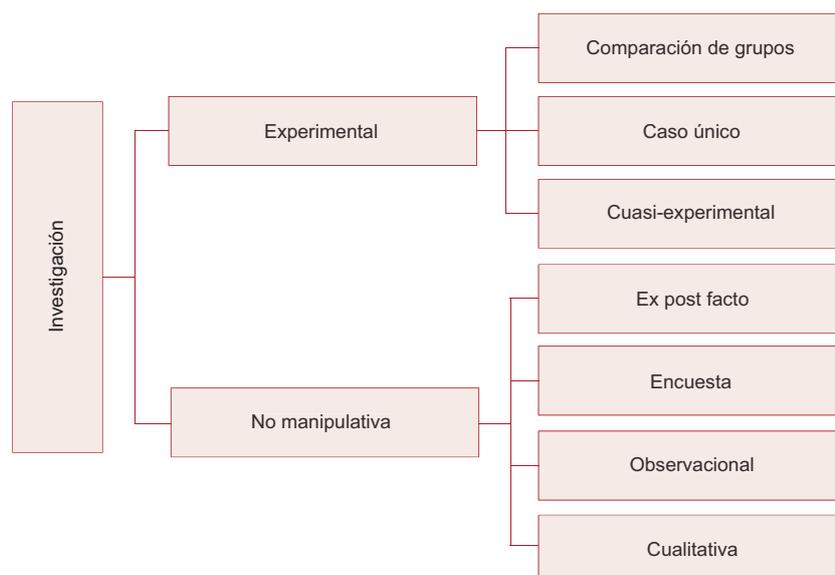


Figura 2. Clasificación de las estrategias de investigación.

A continuación, se explicarán con algo más de detalle las principales estrategias de investigación utilizadas en Psicología de los Grupos.

3.1. Estrategia experimental

Una de las estrategias más frecuentes en la investigación sobre grupos es la metodología experimental, porque permite el estudio de relaciones causales (Moreland *et al.*, 1994; Huici, 2012). El investigador varía o manipula la variable (causa) que él espera que produzca algún cambio en otra variable (el efecto), mientras que mantiene controladas las variables extrañas (McGrath, 1984).

Por lo general, el diseño de un experimento implica una serie de etapas (Aronson, Brewer y Carlsmith, 1985; Levine y Moreland, 2006) como son:

- La creación de un escenario con una historia que proporciona una justificación racional del estudio.
- La construcción de las variables independientes.
- La medida de la variable dependiente.
- El control de las variables extrañas.
- La formalización los procedimientos posexperimentales pertinentes, entre los que se debe incluir la explicación del experimento a los participantes.

Acorde con lo anterior, en este ámbito se distingue entre tres tipos de variables: variables independientes, variables dependientes y variables extrañas. Una *variable independiente* (VI) es cualquier suceso que sospechamos que pueda ser la causa de otro y que estamos interesados en estudiar. Se denomina *variable dependiente* (VD) a la medida utilizada para determinar los posibles efectos de la variable independiente. Por último, las *variables extrañas* (VVEE) son todas aquellas variables que pueden influir sobre la variable dependiente, cuyos efectos no nos interesa estudiar. En esta metodología se trabaja en condiciones idóneas para contrastar hipótesis causales por dos motivos fundamentalmente:

1. La manipulación directa de la variable independiente o causa. Esto significa que el investigador puede asegurar la relación entre las variables introduciendo en condiciones controladas la variable independiente, y midiendo su efecto directo sobre la variable dependiente.
2. El control de las variables extrañas (o variables contaminadoras), que son variables que también pueden afectar a la variable dependiente o efecto (sin ser la variable independiente).

En el Cuadro 1 se resume uno de los trabajos pioneros sobre liderazgo que servirá como ejemplo para explicar los conceptos introducidos hasta ahora.

En este trabajo, la VI que ha manipulado el investigador es el tipo de liderazgo, que tiene dos niveles: liderazgo democrático y liderazgo autoritario. Su objetivo es estudiar la influencia de estos dos estilos de liderazgo en el comportamiento y desempeño de los niños por lo que esas serán las VVDD del estudio. Como se explica en el Cuadro 1, se ha tratado de controlar algunas de las variables extrañas que podrían contaminar los resultados del estudio, manteniéndolas constantes en los dos grupos, como las relaciones interpersonales de los niños y las actividades realizadas.

Cuadro 1. Estudio sobre liderazgo de Lippitt (1940)

Kurt Lewin (1939) puso en marcha en la Universidad de Iowa una serie de experimentos pioneros para estudiar los efectos del liderazgo. El primer experimento fue llevado a cabo por Lippitt (1940). Su objetivo era estudiar el efecto del estilo de liderazgo en el comportamiento y desempeño de un grupo de niños, comparando el liderazgo democrático con el liderazgo autoritario. Para ello, formaron dos grupos de niños y niñas de 10 y 11 años, que se reunieron en un taller de manualidades después de clase. Ambos grupos se igualaron todo lo posible en cualidades como el liderazgo o las relaciones interpersonales. Hubo varias reuniones en los grupos. El grupo democrático elegía sus actividades libremente, mientras que el grupo autocrático que siempre se reunía después, tenía que hacerlas como se les ordenaba. De esta forma, las actividades realizadas por ambos grupos eran las mismas. En general, todo se mantenía constante excepto la atmósfera del grupo. El líder de ambos grupos era un estudiante adulto que intentaba crear las diferentes atmósferas, desempeñando en cada grupo un tipo de liderazgo específico:

- *Liderazgo democrático*: el monitor sometía a debate las tareas que se iban a desempeñar en el taller, teniendo en cuenta las opiniones de los alumnos, y dejando un margen para sus iniciativas.
- *Liderazgo autoritario*: el monitor ordenaba en todo momento lo que se debía hacer de forma estricta, sin dar lugar a debate o a que los niños tuvieran algún tipo de iniciativa.

Los autores encontraron que, bajo el liderazgo autocrático, se producía menos iniciativa y mayor agresión contra los compañeros que en el resto de los tratamientos, y que los grupos dirigidos democráticamente no solo eran los mejores en estos aspectos, sino que eran los preferidos por la mayoría de los niños. Una descripción detallada de cómo se llevó a cabo este experimento, y los siguientes que realizaron se puede encontrar en el trabajo de Billig (2015) y en el de Cuadrado (2001).

En un estudio experimental, a las dos características básicas vistas (manipulación de VI y control de VVEE) hay que añadir la asignación aleatoria de los participantes a las distintas condiciones experimentales (Burn, 2004) (definidos por los distintos niveles de la variable independiente).

Siguiendo con el ejemplo del Cuadro 1, si cada niño es asignado de manera aleatoria a las distintas atmósferas de liderazgo (grupos), el estudio se considera experimental, mientras que, si las atmósferas se crean sobre grupos ya formados, el estudio se considera *cuasi-experimental*. La utilización de la metodología cuasi-experimental es muy habitual, ya que en muchas ocasiones no es posible asignar al azar a los participantes a los distintos grupos (Campbell y Stanley, 1966; Cook y Campbell, 1979). Por ejemplo, si se desea realizar un estudio en colegios, lo habitual es que los grupos estén formados por las aulas a la que pertenecen los estudiantes, y no haya posibilidad de asignación aleatoria.

Todos los diseños experimentales comparten los supuestos básicos de la metodología experimental: la manipulación, el control y la aleatorización. Sin embargo, su estructura concreta variará en función de la forma de trabajar con estos elementos, para adecuar las condiciones del diseño a la hipótesis experimental que se desee poner a prueba.

En función del número de variables dependientes que se tengan en cuenta para medir el efecto de la variable independiente, los diseños se clasifican en *univariados* o *multivariados*. En un *diseño univariado* solo se considera una variable dependiente, mientras que en un *diseño multivariado* se considera más de una variable dependiente. Según el número de variables independientes del estudio, los diseños se clasifican en *unifactoriales* o *multifactoriales*. En un *diseño unifactorial* solo se manipula una variable independiente, mientras

que en un *diseño multifactorial o factorial* se manipula más de una variable independiente. Un ejemplo de diseño *unifactorial* sería el estudio de Langer, Blank y Chanowitz (1978) sobre la activación de normas sociales.

Estos autores desarrollaron un estudio para ilustrar cómo reaccionamos en situaciones cotidianas de manera normativa. La situación experimental (Experimento 1) se desarrolló en la fila de una fotocopidora en la que había bastante gente esperando, a la que acudió la investigadora, pidiendo ponerse la primera para fotocopiar 5 páginas (huelga decir que los participantes no sabían que estaban formando parte de un estudio). Había tres formas posibles de realizar esta petición:

- a) ofreciendo una razón legítima (tenía que hacer copias para un plazo inminente),
- b) dando una pseudo-razón (pidió usar la fotocopidora porque quería hacer copias),
- c) o sin proporcionar ninguna razón (la investigadora simplemente pidió usar la fotocopidora).

Como era de esperar, la conformidad con su petición fue alta cuando dio una razón legítima (94%), y relativamente baja cuando no dio razón alguna (60%). Sin embargo, la sorpresa fue que el cumplimiento fue igual de alto en la condición de pseudo-razón (93%) que en la condición de razón legítima. Es decir, el simple hecho de oír a alguien dar una razón era suficiente para activar automáticamente la norma social que dicta que uno debe ceder su lugar a otro cuando éste se lo pide con una justificación. No obstante, estos autores también demostraron que, cuando los participantes tenían en cuenta el número de hojas que tenía que fotocopiar la investigadora, los resultados cambiaban drásticamente. Así, cuando en lugar de 5 páginas, se pedía fotocopiar 20 páginas, la conformidad con la petición fue menor, sobre todo, en las condiciones de pseudo-razón y ninguna razón (24%), en contraposición con la condición de razón legítima. Estos autores explican este resultado aludiendo al hecho de que cuando nos enfrentamos a demandas mayores al tiempo o energía del que disponemos, desactivamos en mayor medida el “piloto automático” de las normas sociales.

En este estudio, la VI es la forma de realizar la petición, que el investigador manipula diseñando tres niveles posibles, razón legítima, pseudo-razón y ninguna razón. La VD es la respuesta del sujeto a la petición. En este caso se trata de un diseño *univariado, unifactorial*, ya que únicamente hay una VI y una VD. En el caso de añadir también el volumen de fotocopias que se pide hacer, estamos en un caso de diseño factorial, ya que ahora se consideran dos variables independientes: la forma de realizar la petición (razón legítima, pseudo-razón o sin razón) y el número de páginas que se solicita fotocopiar (5 o 20). Si además de comprobar si las personas acceden o no a la petición del investigador, también se hubiera medido de alguna manera el agrado con el que reciben la petición, o el tiempo que tardan en dar una respuesta, estaríamos ante un diseño *multivariado*, porque, en ese caso, se tendría en cuenta más de una variable dependiente.

En función de la *forma de aplicar* las condiciones experimentales, los diseños experimentales se pueden considerar *intersujetos* o *intrasujetos*.

- La característica fundamental del *diseño intersujetos* es que cada condición experimental se aplica a un grupo distinto de sujetos. En este tipo de diseños es básico asegurarse de la equivalencia inicial de los grupos, para poder atribuir los efectos en la variable dependiente a las distintas condiciones experimentales, y no a posibles diferencias en los

grupos. Para asegurar esta equivalencia inicial de los grupos, se utiliza la aleatorización (por eso es tan importante que la asignación de los participantes a los distintos grupos se haga al azar), y en ocasiones, se combina con otras estrategias de control a la hora de formar los grupos (para asegurar, por ejemplo, que el número de hombres de cada grupo sea igual al número de mujeres). Las investigaciones de Lippit (1940) y de Langer *et al.* (1978) serían un claro ejemplo de estudios en los que se utilizan diseños intersujetos.

- En el *diseño de medidas repetidas o intrasujeto*, el mismo grupo de participantes recibe todas las condiciones experimentales. Este tipo de diseño tiene la ventaja de no requerir la equivalencia inicial de los grupos (solo hay uno!), pero tiene la desventaja de ser susceptible al efecto del orden de las condiciones experimentales, y al posible aprendizaje y/o cansancio de los participantes. Una muestra de diseño intrasujeto sería el estudio clásico de Zajonc (1968) sobre el efecto de la mera exposición (véase, Cuadro 2).

Cuadro 2. El efecto de la mera exposición de Zajonc (1968)

En este estudio clásico, Zajonc (1968) encontró que la exposición repetida a un estímulo era suficiente para que las personas desarrollaran una preferencia por ese estímulo.

En su investigación, presentaba a los participantes una serie de palabras inventadas (los participantes creían que eran palabras turcas). Manipuló el número de veces que se presentaba cada una de ellas, de tal manera que había palabras que aparecían 1, 2, 5, 10 o 25 veces (contrabalanceando el orden de aparición). Cada vez que se presentaba una palabra, el participante debía pronunciarla en voz alta. Al final, los participantes tenían que evaluar cada uno de estos términos, respondiendo a esta pregunta: *¿cuál de las siguientes palabras turcas te imaginas que significa algo positivo y cuál algo negativo: İktitaf, Jandara, Afworbu, Biwojni, Quadra?* Zajonc encontró que los participantes valoraron más positivamente todas aquellas palabras que se presentaron de forma más frecuente.

Posteriormente replicó su investigación utilizando letras chinas como estímulos. Puede encontrarse una explicación más detallada de estos trabajos en Abelson, Frey y Gregg (2003).

Si nos fijamos, la variable dependiente del estudio de Zajonc es la valoración que se hace de cada palabra y la variable independiente es el número de veces que aparece el estímulo, con cinco niveles distintos (1, 2, 5, 10 o 25). Pero, en este caso, no se forman distintos grupos con las cinco condiciones experimentales, sino que el mismo grupo es el que visualiza la aparición de todas las palabras (teniendo en cuenta que hay una palabra que aparece una única vez, otra que aparece dos veces, otra aparece cinco, y así sucesivamente). Por tanto, se trata de un diseño de *medidas repetidas o intrasujeto*.

Evidentemente, una investigación puede tener más de una variable independiente, por lo que se puede trabajar con una estrategia intersujeto en una variable y con una estrategia intrasujeto en la otra. Este tipo de diseño se denomina *factorial mixto*. Por ejemplo, si al trabajo de Zajonc se le añade otra VI, como por ejemplo el nivel de racismo de los participantes, para comprobar si esta variable tiene influencia sobre la valoración de las palabras (que los participantes creen ser turcas). En este hipotético caso, necesitaríamos dos grupos de participantes, unos con un nivel alto de racismo y otro con un nivel bajo. El investigador podría medir con un test apropiado el nivel de racismo de los participantes para dividirlos en los dos grupos, por lo que esta variable independiente se trabajaría de manera inter, mientras que la frecuencia de aparición seguiría funcionando de manera intra. En este caso estaríamos ante un diseño mixto.

Finalmente, hay que resaltar que no debemos confundir el diseño de medidas repetidas con el diseño de caso único. Los *diseños de caso único* consisten en la investigación intensiva de un único grupo, considerando los datos grupales como una unidad. Estos diseños se caracterizan por tener un marcado componente longitudinal, ya que se recoge una serie de medidas a lo largo del tiempo. Aquí, las condiciones experimentales se introducen en el grupo y luego se retiran, lo que proporciona la comparación (antes y después) que permite valorar su efecto. Es habitual utilizar diseños de línea base múltiple.

Hemos visto que el control es la característica fundamental de la metodología experimental. Este control otorga a esta metodología la ventaja de comprobar hipótesis causales, y también es la causa de sus límites, ya que no puede dar cuenta de todos los problemas de interés en la investigación psicológica (Fontes *et al.*, 2010).

3.1.1. Tipos de experimentos

Aunque todos los estudios descritos son típicos ejemplos de la estrategia experimental (manipulación de la variable independiente, asignación aleatoria, control de las variables extrañas), unos se han realizado en un contexto natural y otros no. Según esto, los experimentos pueden clasificarse en función del grado de realismo del contexto de investigación en *experimentos de campo* y en *experimentos de laboratorio*.

Experimentos de campo

Los experimentos de campo son estudios en los que el propio investigador introduce la manipulación experimental en un entorno natural. Por lo general, no son muy utilizados en Psicología de los Grupos ya que en el mundo real hay pocas oportunidades de asignar a los participantes de forma aleatoria a una variable independiente (Burn, 2004). El clásico estudio de Coch y French (1948) sobre los efectos de la participación grupal en la reducción de la resistencia al cambio, o el que hemos citado anteriormente de Lippit (1940) son los típicos ejemplos de un experimento de campo.

Experimentos de laboratorio

Los experimentos de laboratorio son estudios en los que el investigador crea los grupos *ad hoc*, es decir, grupos artificiales formados exclusivamente para los objetivos del experimento por un periodo determinado (McGrath, 1984). El estudio de Schacter (1951) sobre cómo el grupo responde a los desviantes (véase Capítulo 4), o el que hemos mencionado anteriormente de Zajonc (1968) son una muestra de experimentos de laboratorio. Tal y como hemos visto en la introducción de este Capítulo, los experimentos de laboratorio son una de las estrategias más frecuentes en el ámbito de la Psicología de los Grupos. De hecho, Greenberg y Folger (1988) clasifican los experimentos de laboratorio en tres tipos (para una revisión véase Huici, 2011):

- En los *experimentos de impacto*, el investigador crea una condición que tiene un efecto sobre los participantes que han de pasar por ella (Aronson y Mills, 1959).
- Los *experimentos de juicio* implican la presentación de una serie de materiales que la persona tiene que evaluar, recordar o clasificar. Los estudios sobre Polarización Grupal (Moscovici y Zavalloni, 1969) o los de los efectos de la información compartida y no

compartida (Stasser, 1992), que se explicarán con más detalle en el Capítulo 7, son una muestra de este tipo de experimentos.

- Los *experimentos de simulación en el laboratorio* son particularmente adecuados cuando se desea conocer cuáles son los efectos de la combinación de un gran número de variables (Cartwright y Zander, 1968). En ellos se intenta replicar fielmente el ambiente real donde puede interaccionar un grupo. Esto implica que las condiciones experimentales son más complejas y que el enfoque es multidimensional (Huici, 2011). Un claro ejemplo de esta clase de experimentos son los estudios de Foushee (1984) y Foushee y Manos (1981), que describen cómo la acumulación de incidentes en la simulación de un vuelo puede afectar a la comunicación y a la coordinación de los miembros de la tripulación.

Evidentemente, la ventaja de los experimentos de laboratorio es que tienen una gran precisión a la hora de medir el comportamiento o de controlar las variables extrañas (McGrath, 1968). No obstante, su desventaja principal es la artificialidad, lo contrario que ocurre con los experimentos de campo. No obstante, algunos autores (Cartwright y Zander, 1968; Levine y Moreland 2006) aducen que lo importante no es replicar las condiciones naturales, sino ver qué relación existe entre las variables que se están estudiando. Otra crítica es que no se estudian los efectos de las posibles combinaciones entre las variables. No obstante, los experimentos de simulación antes indicados pueden ser una forma de afrontar ambos problemas (Huici, 2011).

3.2. Estrategia no manipulativa

En numerosas ocasiones no se puede (o no se debe) manipular la variable independiente. En esta estrategia de investigación científica, se estudian los fenómenos a partir de una selección, en función de que posean entre sus características un determinado valor o modalidad de las variables de estudio.

Como hemos comentado, en función de la naturaleza de estos estudios, se utilizará una metodología *ex post facto*, de *encuestas* u *observacional*. La metodología cualitativa supone un enfoque muy diferente al resto de estrategias de investigación, ya que ponen el énfasis en el significado del fenómeno y en el análisis del discurso. Esta es una metodología clave en Psicología de los Grupos, por lo que se desarrollará extensamente al final de este apartado.

3.2.1. Metodología *ex post facto*

En Psicología de los Grupos se utiliza un diseño *ex post facto* cuando los objetivos de la investigación harían necesario utilizar un diseño experimental (tratan de explicar el fenómeno en términos de relaciones funcionales o causales), pero no resulta posible manipular la variable independiente. Este caso es muy frecuente en estudios donde hay que manipular características del individuo. Si estamos interesados, por ejemplo, en si existen diferencias en las estrategias de afrontamiento que utilizan diferentes grupos estigmatizados, no podemos manipular la VI (grupo estigmatizado) de manera que las personas se “conviertan” en inmigrantes latinos, rumanos o marroquíes, para medir posteriormente las estrategias de afrontamiento que utilizan en situaciones difíciles. En esos casos, simplemente se seleccionan a personas que cumplen las características requeridas por los diferentes niveles de la VI y se comparan estos grupos en los valores de la VD.

También hay situaciones en las que se puede manipular la variable independiente, pero es preferible no hacerlo. Actualmente, por ejemplo, no sería posible llevar a cabo el experimento de Lewin sobre liderazgo, porque posiblemente no sería aprobado por el comité de bioética de la Universidad (debido a que los participantes no sabían que estaban siendo “víctimas” de un experimento, y que éste podía tener consecuencias sobre su forma de relacionarse). Una estrategia que se suele utilizar para medir liderazgo en la actualidad es medir la capacidad de liderazgo que ya tienen los participantes y relacionarlas con el desempeño. Se trata, en este caso, de diseños *ex post facto*, ya que no hay manipulación de la variable independiente.

Aunque a lo largo de este Manual veremos numerosos estudios que han empleado esta estrategia (la investigación de Newcomb (1943) sobre el cambio de actitudes, Capítulo 4), un ejemplo clásico de diseño *ex post facto* lo constituye el trabajo de Lieberman (1956) sobre los efectos del cambio de rol en las actitudes de los trabajadores presentado en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Estudio sobre el efecto del cambio de rol, Lieberman (1956)

Entre 1951 y 1952, Lieberman (1956) estudió qué actitudes mantenían los trabajadores de una fábrica de equipamiento doméstico hacia su empresa y hacia el sindicato. Durante esta época, 23 trabajadores habían sido promocionados a capataces y 35 habían sido elegidos como delegados sindicales. Lieberman encontró que las actitudes de los 23 trabajadores que promocionaron a capataces y de los 35 que fueron delegados sindicales eran indistinguibles en 1951 (antes de su “ascenso”) y, sin embargo, hubo marcadas diferencias en 1952 después de la transición de rol. Los grupos se habían polarizado en direcciones opuestas, de tal manera que los que acababan de ser promocionados a capataces eran más pro-empresa y los que habían sido recién elegidos como delegados sindicales eran más pro-sindicato.

Posteriormente, una recesión obligó a 8 de los 23 capataces a dejar de serlo y quitaron su puesto de representación a 14 de los 35 delegados sindicales. Lieberman encontró que los capataces que permanecieron como capataces mantuvieron o incrementaron sus actitudes favorables hacia la empresa, mientras que las actitudes de los jefes degradados volvieron a su nivel anterior al ascenso. Sin embargo, los cambios actitudinales entre los delegados sindicales que dejaron de serlo, fueron menos pronunciados.

Los resultados en conjunto sugieren que los cambios de roles inducen cambios proporcionales en actitudes. Lieberman atribuyó estos efectos al deseo de ser congruente entre las conductas y las actitudes implicadas en un rol. Una explicación más detallada de este estudio puede encontrarse en Ashforth (2001).

Tanto los estudios *ex post facto* como los de encuestas (que se verán a continuación) pueden encontrarse en la literatura bajo la denominación históricamente conocida como metodología correlacional. Este nombre se debe al análisis estadístico que utilizaban mayoritariamente esos estudios, motivo por el que este término ha recibido críticas y comienza a estar en desuso.

3.2.2. Metodología de encuestas

En ocasiones, los objetivos de la investigación están más orientados a describir un fenómeno, dando prioridad a la representatividad y amplitud del estudio, como suce-