

A-101

IDENTIDAD SOCIAL

*Aproximaciones psicosociales
a los grupos y
a las relaciones entre grupos*

J.F. Morales

D. Páez

J.C. Deschamps

S. Worchel

Pérez, J.A. & Mugny, G. (1996). Categorización e influencia social. In J.F. Morales, D. Páez, J.C. Deschamps & S. Worchel (Comps.), *Identidad Social*. Valencia: Promolibro, 461-490.

PROMOLIBRO

VALENCIA

1996

COLECCIÓN UNIVERSITARIA

EDITORIAL PROMOLIBRO

C/ El Bachiller, 27, bajo
46010 Valencia
Telf.: 3612029
Telf./ Fax: 3933138

IMPRIME: CORPAS, C.B.

C/ Ministro Luis Mayans, 7
46009 Valencia

Reservados todos los derechos. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 534 bis del Código Penal vigente, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes reprodujeren o plagiaran, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica fijada en cualquier tipo de soporte, sin la preceptiva autorización.

© Promolibro

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
SECCIÓN 1: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA A LA IDENTIDAD PERSONAL	11
W. Doise, Representaciones Sociales en la Identidad Personal	17
J.C. Deschamps y T. Devos, Relaciones entre Identidad Social e Identidad Personal	39
SECCIÓN 2: UN ESTUDIO METODOLÓGICO DE LAS MATRICES DE TAJFEL	57
R. Bourhis, I. Sachdev y A. Gagnon, Las matrices de Tajfel como un instrumento para realizar investigación intergrupal	61
SECCIÓN 3: LA IDENTIDAD SOCIAL Y EL YO	103
P. Oakes, A. S. Haslam y J.C. Turner, Un análisis de la prototipicidad desde la perspectiva de la categorización del yo	111
M. Jarymowicz, Distintividad de los esquemas del Yo-Nosotros-Otros e identificaciones sociales	141
C. Serino, Identidad social y comparación yo-otros: puntos de vista integradores sobre el continuo personal-social	167
Hinkle, S.W. y Taylor, L.A., Identidad social y aspectos de la creatividad social: cambios a nuevas dimensiones de comparación intergrupal	199
D. Páez, C. Martínez-Taboada, J.J. Arróspide, P. Insúa and S. Ayestarán, Identidad, autoconciencia colectiva, valores individualistas-colectivistas y regulación de la conducta	221

CATEGORIZACIÓN E INFLUENCIA SOCIAL

Juan Antonio Pérez
Gabriel Mugny¹

INTRODUCCIÓN

En los estudios sobre la persuasión y la influencia social suele ser habitual concebir la fuente y el mensaje (el quién y el qué) como dos factores relevantes. Por un lado, se examinan los aspectos de la fuente que hacen posible su influencia, con independencia de lo que diga. Por otro lado, se examina la forma que tiene que tener un mensaje o el tipo de argumentos más adecuados para defender una posición y lograr la máxima persuasión, con independencia de quién sea la fuente que emita ese mensaje. Ahora bien, cada una de estas dos áreas de investigación tiende a privilegiar un aspecto más que otro.

En la trayectoria de las teorías de la persuasión (véase Eagly y Chaiken, 1993), el cambio de actitudes más profundo se piensa que depende de la calidad y fuerza persuasiva de los argumentos de un mensaje. Las características de la fuente intervienen en el proceso de persuasión como heurísticos (Chaiken, 1980), ya sea para aceptar directamente la conclusión de un mensaje, ya sea para motivar al individuo a realizar un procesamiento más profundo del mensaje (Petty y Cacioppo, 1986). La relación social que se mantiene con la fuente no es un principio fundamental para que se produzca o se deje de producir un efecto de persuasión. Cuentan si características de la fuente

¹ Este capítulo ha sido escrito mientras el primer autor disfrutaba en la Universidad de Berkeley de una beca concedida por el Ministerio de Educación y Ciencia español. Agradecemos de igual modo la ayuda que está prestando a nuestras investigaciones la Dirección General de Investigación Científica y Técnica de España y el Fondo Nacional Suizo de Investigación Científica.

como su credibilidad, competencia, franqueza, etcétera. Ahora bien, estos atributos no cuentan porque implican un modo específico de relación con la fuente, sino porque pueden ser tomados como argumentos favorables o desfavorables para creer o procesar una información. Para los enfoques de la persuasión, el cambio de actitudes profundo deriva del procesamiento profundo del mensaje.

Por su parte, en la tradición de la influencia social (véase Paicheler, 1985), se suele postular que la influencia más profunda o llamativa (p.ej. la hipnosis, la sumisión a la autoridad, la identificación con el agresor, la conversión) no se logra por la argumentación de la fuente, sino por lo propio de la relación -social- entre el que influye y el que es influido. Si en la persuasión figura en primer plano la 'relación' del receptor con el mensaje, por el contrario, la influencia nace de la relación del receptor con la fuente de influencia, pasando a un segundo plano el contenido del mensaje per se. Los dos factores a los que más se ha recurrido para estudiar esa relación social entre la fuente y el blanco de influencia, son el status de la fuente (p. ej., intragrupo versus minoritario) y la categorización social (p. ej., intragrupo versus exogrupo). Se supone que al variar esos factores se inducen distintas reacciones y relaciones del sujeto con la fuente y que la influencia estaría en función de esas relaciones.

Nuestro objetivo en este capítulo es presentar un balance de los estudios que han manipulado la categorización social y por tanto variado el grado de identidad resaltada entre la fuente y el blanco. Como se va a ver, se han hecho predicciones diversas y los modelos explicativos no siempre se centran en el mismo problema.

MÚLTIPLES EFECTOS DE LA CATEGORIZACIÓN SOBRE LA INFLUENCIA

Una dimensión relevante en los estudios de influencia social es tener en cuenta si el blanco de influencia va a percibirse formando parte de la misma categoría social que la fuente de influencia o no (Aebischer, Hewstone y Henderson, 1984; Clark y Maass, 1988a; 1988b; Doise, Gachoud y Mugny, 1986; Maass, Clark y Haberborn, 1982; Mackie, Worth y Asuncion, 1990; Martin, 1988a; 1988b; 1988c; Mugny, Ibañez, Elejabarrieta, Iñiguez y Pérez, 1986; Mugny, Kaiser y Paspastamou, 1983; Mugny, Kaiser, Paspastamou y Pérez, 1984; Mugny y Paspastamou, 1982; Mugny y Pérez, 1985; 1988; Mugny, Rilliet y Papastamou, 1981; Nemeth y Wachtler, 1973; Pérez y Mugny, 1985a;

1985b; 1986a; 1987; Pérez, Mugny y Moscovici, 1986; Pérez, Mugny y Navarro, 1991; Pérez, Mugny, Roux y Butera, 1991; Volpato, Maass, Mucchi-Faina y Vitti, 1990; Wilder, 1990).

En este conjunto de estudios se ha trabajado con categorías o dimensiones de la identidad social como edad, sexo, rama o grupo profesional, origen nacional, origen regional, orientación sexual (homosexual versus heterosexual), centro de estudios, ser o no fumador, meras categorizaciones arbitrarias, rasgos y características de personalidad. Es evidente que los grupos o categorías sociales formadas con estas dimensiones no varían sólo por el grado de similitud/diferencia que inducen a partir de su categorización. Su valoración social, su connotación, su poder, atractivo, grado de desviación social, etc. también varía de unas a otras, y actúan como fondo al elaborarse el significado de las categorizaciones inducidas.

Una de las hipótesis más frecuentes de partida de estos estudios es que los efectos de la categorización (bien sea a nivel más cognitivo -acentuación de semejanzas intragrupo y acentuación de diferencias entre grupos-, bien sea a nivel más motivacional -favoritismo del intragrupo y/o discriminación del exogrupo-) deberían facilitar la influencia de la fuente intragrupo y disminuir la influencia de la fuente exogrupo. Sin embargo, como se va a constatar, resulta difícil, si no imposible, extraer una conclusión global sobre esta hipótesis de partida, dadas todas las direcciones en las que van los resultados obtenidos. Veamos sucintamente estos resultados.

Por una parte, una serie de estudios han manipulado la categorización (intragrupos/exogrupo) de la fuente cuando esta tiene un status mayoritario (Doise, Gachoud y Mugny, 1986; Pérez, Mugny y Moscovici, 1986; Pérez, Mugny, Roux y Butera, 1991, estudio 4; Volpato y cols., 1990.). Los resultados de todos estos estudios suelen coincidir en que la mayoría intragrupo obtiene más influencia (directa e inmediata) que la mayoría exogrupo. Sobre dimensiones indirectas, en los estudios donde se han tenido en consideración, esa ventaja de la mayoría intragrupo desaparece en interacción con otros factores.

Los estudios donde el blanco de influencia es expuesto simultáneamente a la posición minoritaria y a la mayoritaria (Clark y Maass, 1988a; Pérez y Mugny, 1987), confirman, o no contradicen, esos resultados; aunque en este tipo de estudios siempre resulta difícil saber si se reacciona a favor de una fuente o en contra de otra (para una excepción véase, Maass y Clark, 1986). Así, en el estudio de Pérez y Mugny (1987) la mayoría intragrupo obtuvo más influencia directa que la mayoría

exogrupo, mientras que a nivel indirecto ese efecto global desapareció en interacción con la categorización de la minoría. En el estudio de Clark y Maass (1988a) no se varió la categorización de la mayoría (siempre fue un intragrupo), pero se observó que a nivel público obtuvo más influencia que una minoría intragrupo o que una minoría exogrupo. A nivel privado también se produjo una interacción con la categorización de la minoría como intragrupo o como exogrupo.

En lo que se refiere a estudios que han inducido la categorización con criterios más o menos arbitrarios (si se sobrestima o se subestima el número de estudiantes asistentes a los diversos colegios de una ciudad, si se ha elegido o no una determinada figura abstracta, si se está o no en la misma sala de trabajo), se suele observar que el intragrupo obtiene más influencia pública o directa que el exogrupo. Este efecto de la 'mera categorización' se ha observado tanto cuando la fuente tiene un status minoritario (Martin, 1988c; Pérez y Mugny, 1988; pp. 30-31), como cuando no se resalta su status minoritario o mayoritario (Wilder, 1990, estudio 1).

En dos estudios sobre actitudes hacia el aborto que han recurrido a la identidad sexual como criterio de categorización, se puede observar que un grupo minoritario de hombres produjo más influencia que un grupo minoritario de mujeres. En el estudio de Maass, Clark y Haberkom (1982) los hombres eran una fuente intragrupo (aunque la descomposición de la varianza no dio realmente significativo el efecto), mientras que en el estudio de Pérez y Mugny (1985b) eran una fuente exogrupo. Ese efecto del sexo podría ser específico del tema del aborto, ya que en una tarea de estimación de la cuantía para unas becas, Martin (1988b) encontró el efecto del intragrupo: una minoría de mujeres produjo más influencia pública en las mujeres que una de hombres; y, a su vez, los hombres fueron más influidos por la fuente masculina que por la femenina.

En los estudios que han recurrido al centro escolar de procedencia de la fuente (mismo que los sujetos o uno rival, generalmente en competición), cuando hay diferencias significativas, los resultados coinciden en mostrar que el intragrupo obtiene más influencia pública que el exogrupo (Mackie y cols., 1990; Martin, 1988a; Wilder, 1990). En el estudio de Martin (1988a) se puede observar que a nivel privado el exogrupo obtuvo igual de influencia que el intragrupo y ambos obtuvieron una influencia positiva en comparación a un grupo de control en el que no se presentó ningún mensaje persuasivo.

Si se tiene en cuenta la distancia actitudinal del blanco de influencia con respecto a la fuente de influencia, se observan también resultados variables. En los estudios de Clark y Maass (1988a) sobre los derechos de los homosexuales, una fuente exogrupo (homosexual) produjo más influencia que una intragrupo (heterosexual) en sujetos más próximos a la fuente de influencia -los más pro-homosexuales en el estudio-; mientras que una fuente intragrupo produjo más influencia que la exogrupo en sujetos alejados, es decir, con actitudes más adversas hacia los homosexuales. En el estudio de Mackie y cols. (1990) también se puede observar que el intragrupo obtuvo una influencia superior al exogrupo sólo en los sujetos más anti y cuando la argumentación de su mensaje fue 'strong'. Por el contrario, con el tema de las actitudes xenófobas, Mugny, Kaiser y Papastamou (1983) obtuvieron la interacción inversa: el exogrupo (un grupo de extranjeros) obtuvo más influencia que el intragrupo (un grupo de autóctonos) sobre los sujetos más xenófobos, es decir, los más alejados de las reivindicaciones xenófilas del mensaje de influencia; mientras que la minoría intragrupo obtuvo más influencia que la minoría exogrupo sobre los sujetos más próximos al mensaje xenófilo de la fuente.

En cuatro estudios donde se ha 'individualizado' o personalizado la percepción de las fuentes de influencia, se puede observar que el exogrupo y el intragrupo obtienen la misma influencia (Martin, 1988c; Doise, Gachoud y Mugny, 1986; Papastamou, Mugny y Pérez, citado en Pérez y Mugny, 1988; Pérez y Mugny, 1985a; Wilder, 1990).

El estilo de negociación, de más flexible a rígido (véase Mugny, 1981a), parece producir una interacción sistemática con la categorización de la fuente. En un estudio sobre las actitudes ecologistas, Mugny y Papastamou (1982) observaron que cuando el blanco de influencia fue llevado a sentirse más similar a la fuente de influencia, ésta obtuvo más efecto cuando reivindicó con un estilo rígido en lugar de hacerlo con un estilo flexible. Por el contrario, cuando el blanco fue llevado a sentir menos similitud, la fuente que empleó el estilo flexible fue la que obtuvo más influencia. En otro estudio sobre actitudes xenófobas (Mugny y Pérez, 1985), se volvió a observar que la fuente intragrupo obtuvo más influencia cuando recurrió a un estilo rígido -y no flexible- mientras que ocurrió lo inverso con la fuente exogrupo. De modo semejante, en otro estudio sobre actitudes xenófobas, Mugny y cols. (1984) observaron que una fuente intragrupo (autóctona) obtuvo más influencia cuando reivindicó diversos derechos para los extranjeros basándose en principios sociopolíticos en lugar de basarse en principios humanitarios,

mayoritario y otro minoritario, en el que se presentaban respectivamente las reivindicaciones en contra o a favor de la implantación de un examen al finalizar los estudios de bachillerato. Los sujetos sólo recibieron el comunicado a favor. Los resultados fueron que un menor número de sujetos se mostró de acuerdo con la propuesta de la fuente cuando se les había dicho que era una minoría intragrupo. La propuesta fue aceptada por más sujetos cuando había sido atribuida a una mayoría intragrupo o incluso a una minoría exogrupo. Es decir, la influencia directa de la minoría intragrupo fue menor que la de esas otras dos condiciones. Sin embargo, en ambos estudios las autoras observaron que cuando la propuesta fue asignada a la minoría intragrupo apareció un mayor número de sujetos que la rechazó como tal, pero que trataron por su parte de inventar nuevas propuestas para solucionar la cuestión. Las autoras interpretan el resultado en el marco de la teoría del pensamiento divergente de Nemeth (1986) sugiriendo que la minoría que rompe la unidad intragrupal implicaría y motivaría a los sujetos a generar nuevas alternativas en lugar de aceptar directamente la disidencia propuesta por la minoría.

Por último, a nivel diferido, algunas investigaciones han retomado el fenómeno del sleeper effect (efecto adormecido), puesto en su día en evidencia por la escuela de Yale (Hovland y Weiss, 1951; Kelman y Hovland, 1953). Como ejemplo, recuérdese aquel estudio en el que si el mensaje era atribuido a una fuente prestigiosa (el físico Oppenheimer), con el paso del tiempo decrecía su influencia; mientras que si era atribuido a una fuente desacreditada (el periódico ruso el Pravda), con el paso del tiempo la influencia del mensaje incrementaba. Se puede derivar de esto que una fuente exogrupo (el Pravda, en el estudio citado, puesto que los sujetos eran norteamericanos) puede inducir mayor influencia difinda que una fuente intragrupo. En esa línea, Mugny, Kaiser y Papastamou (1983) observaron que una minoría exogrupo cuando se basó en una argumentación humanitaria obtuvo más influencia que una minoría exogrupo que se basó en una argumentación sociopolítica y también más que una minoría intragrupo se basara ésta en una u otra argumentación.

Estos son, resumidos, los efectos de la categorización sobre la influencia. Resulta bastante obvio que la diversidad y la complejidad es tal que la conclusión más prudente nos lleva a decir que no hay un efecto asociado sistemáticamente a la categorización como tal, ni una interacción sistemática entre la categorización y el tipo de influencia. Pensamos que aquella hipótesis de partida hay que darla por

mientras que la fuente exogrupo (grupo de extranjeros) obtuvo más influencia cuando planteó esas mismas reivindicaciones en términos humanitarios en lugar de hacerlo en términos sociopolíticos.

Otra cuestión que ha recibido atención, aunque ni mucho menos de modo sistemático en todos los estudios, se refiere a los efectos de la categorización teniendo en cuenta diversos niveles de influencia. Así, Martín (1988a; 1988b) muestra en sus estudios que a nivel privado el exogrupo obtuvo igual de influencia que el intragrupo y en ambas condiciones esa influencia privada es positiva, en comparación a un grupo control.

En algunos estudios se cuenta con medidas de la influencia a nivel directo e indirecto. Así, Aebischer, Hewstone y Henderson (1984) con un paradigma de preferencias musicales, observaron que lo que por nuestra parte denominaríamos una mayoría exogrupo (80% de alumnos de otro centro escolar) obtuvo más influencia que una mayoría intragrupo, no dándose diferencias significativas a nivel directo. En un estudio con el tema de las actitudes ecologistas, diferenciando lo que se podría denominar nivel subordinado versus intermedio de la categorización, se observó (Pérez y Mugny, 1985a) que cuando se dijo que el mensaje persuasivo había sido escrito por un sólo individuo (extraído al azar de un conjunto, y por lo tanto no representativo del grupo), su influencia directa fue superior a la condición en que se dijo que había sido escrito representando a todo el grupo. Sin embargo, a nivel indirecto el efecto fue inverso: el mensaje que representaba a todo el grupo obtuvo más influencia que el que provenía de un solo individuo. En otro estudio (Pérez y Mugny, 1986a) sobre las actitudes hacia el aborto y los anti-conceptivos, en el que manipuló la connotación (caracterizar a la fuente minoritaria con atributos positivos versus caracterizarla con atributos negativos) asociada a una minoría intragrupo (misma categoría de edad que los sujetos: jóvenes) o a una minoría exogrupo (distinta categoría: adultos entre 30 años y 50 años), se observó que la minoría exogrupo connotada positivamente obtuvo más influencia directa que la exogrupo connotada negativamente, e incluso más que la minoría intragrupo connotada positivamente. A nivel indirecto, el resultado más significativo fue que la minoría intragrupo connotada negativamente ejerció más influencia que la minoría intragrupo connotada positivamente.

Volpato y cols. (1990) midieron en dos estudios los efectos de la categorización sobre la creatividad. Hicieron creer a sus sujetos que un comité de la misma ciudad de residencia que los sujetos (intragrupo) o de otra ciudad (exogrupo) había elaborado dos comunicados, uno

insuficiente. Las variables que parecen modular los efectos de la categorización dan la impresión de ser tantas como estudios se han hecho. Quizá esa disparidad de manipulaciones responde a la creencia de que la 'mera categorización' (véase Tajfel y cols., 1971) era suficiente para producir efectos intergrupales y por analogía diferencias en la influencia (Turner y cols., 1987). Pero, por lo visto, en el tema de la influencia suficiente todavía no significa omnipotente. ¿O debemos aceptar sin más que esos efectos diversos y contrapuestos no son sino un conjunto de variaciones al azar? ¿Hay algún modelo o teoría que pueda integrar todo esto? Como se va a notar, lo que hay es una gran deficiencia de teorización sobre variables que por su parte pueden modular el efecto de la categorización.

ENFOQUES EXPLICATIVOS

Los modelos y teorías explicativas que se han propuesto hacen hincapié en aspectos diversos. Unas simplemente se preocupan por explicar por qué el intragrupo obtiene su influencia. Suelen dar por sobreentendido que de todos modos el exogrupo no obtiene influencia. Otras centran su punto de partida en dar cuenta de la superioridad del intragrupo. Menos numerosas son las que se ocupan de explicar la superioridad del exogrupo o que traten de integrar los casos en los que tanto el intragrupo como el exogrupo pueden funcionar unas veces como facilitadores y otras como inhibidores de la influencia. Veamos las explicaciones que nos parecen más elaboradas hoy por hoy en este campo.

La independencia y la heterogeneidad de la fuente

La explicación en términos de independencia fue inicialmente propuesta por Wilder (1977; 1978; 1990; véase también Harkins y Petty, 1981; 1983; 1987) para dar cuenta del conformismo en pequeños grupos, y más recientemente para dar cuenta de por qué cabe esperar que un intragrupo obtenga más influencia que un exogrupo. La idea es que los individuos que componen un grupo obtienen más influencia si son percibidos como unidades independientes que si son percibidos como entidad grupal. Las dos razones que se apuntan son, por una parte, que la información que proviene de un grupo es procesada con menos cuidado (p.ej. de modo menos personalizado y específico) y, por otra parte, que los miembros vistos como grupo son percibidos como menos

creíbles porque se les atribuye una menor independencia. Iluminamente Wilder (1990) ha utilizado esta explicación para predecir que un intragrupo obtiene más influencia que un exogrupo. Su idea básica es que el blanco de influencia asumiría mayor homogeneidad entre los miembros del exogrupo que entre los de su propio grupo. Realizaría distinciones más finas en su propio grupo, lo que le llevaría a percibir a los miembros que lo componen como más independientes unos de otros. El mismo insiste en que su explicación de la superioridad del intragrupo para influir no es motivacional (basada en el favoritismo del intragrupo y discriminación del exogrupo) sino cognitiva, basada en la percepción de la homogeneidad/heterogeneidad. En una serie de cuatro estudios Wilder confirma su modelo. Se pueden añadir a este enfoque dos estudios recientes de Mackie, Worth y Asuncion (1990) que también muestran que cuando el mensaje fue atribuido a un intragrupo fue procesado más atentamente que cuando fue atribuido a 'otro' grupo.

Un problema que le vemos a este enfoque es que se está llamando intragrupo a lo que quizá no es sino un agregado de personas, de modo que en el mejor de los casos se estaría comparando agregado de personas con exogrupo, pero no intragrupo con exogrupo. En efecto, no tiene en cuenta los recientes avances de la teoría de los niveles de categorización del yo (Turner y cols., 1987) según la cual cabe al menos diferenciar tres niveles de categorización del yo: el nivel supraordenado, donde el individuo se percibe como idéntico al resto de los seres humanos; el intermedio, donde se define la identidad social del individuo al afirmar diferencias entre grupos o categorías de pertenencia y no pertenencia (intragrupos/exogrupo); y el subordinado, que define la identidad personal al categorizarse el yo como un ser único y diferente de todos los demás, incluidos los miembros de su propio grupo. Según este modelo, pues, la percepción 'personalizada' no es sinónimo de intragrupo, contrariamente a lo que presupone el modelo de Wilder. Siguiendo este razonamiento la explicación de Wilder, más que explicar la diferencia intragrupo/exogrupo, parecería más adecuada para dar cuenta de por qué una fuente personalizada (se trate de alguien intragrupo o de alguien exogrupo) obtiene más influencia que una percibida de modo 'despersonalizado' u homogéneo.

Insistimos en la importancia que pudieran tener esas distinciones basándonos en un estudio (Pérez, Mugny y Navarro, 1991) en el que se llevó a los sujetos a reaccionar ante un mensaje o bien en términos personales (nivel subordinado de categorización), o bien en términos sociales, es decir, al nivel de categorización intermedio, creando en este

último caso dos condiciones: o bien tratando de pensar cómo reaccionaría uno de los grupos de pertenencia del sujeto (los jóvenes, de hecho), o bien teniendo que pensar cómo reaccionaría un exogrupo (adultos mayores). En total se crearon, pues, tres condiciones experimentales: reacción al mensaje en términos personales, reacción en términos intragrupal o reacción en términos exogrupal. Los resultados muestran que la influencia directa fue mayor cuando los mensajes fueron recibidos o en términos personalizados o en términos intragrupales. Ese resultado coincide plenamente con lo que predice el modelo de Wilder. Sin embargo, a nivel indirecto, mientras que la influencia de la condición personalizada persistió, la del intragrupo desapareció. Este efecto da a entender, pues, la pertinencia que puede llegar a tener el no solapar nivel personalizado con nivel intragrupal. Se observó, además, que en la condición 'reacción pensando en el exogrupo' se produjo una influencia indirecta. El conjunto de esos resultados es interpretado con la noción de parálisis intragrupal: en determinadas situaciones el sujeto se conforma a las posiciones prototípicas de su grupo y ello le paraliza para examinar otras posiciones desde un punto de vista personal o cualquier otro que no sea el de su grupo. En tales casos el intragrupo induce una resistencia al cambio y a la innovación. En otros estudios (véase Sánchez-Mazas y cols., 1993) se ha confirmado que cuando se lleva al sujeto a que autoperciba que mantiene actitudes idénticas a las que mantiene su propio grupo, entonces se paraliza en él el cambio de estas actitudes por más que lo intente una fuente de influencia.

La influencia según la teoría de la categorización del yo

La teoría de la categorización del yo aborda la influencia como un fenómeno intragrupal (véase Turner, 1991). Los factores fundamentales son el nivel de categorización del yo y el modo como los individuos parecen operar para determinar la validez subjetiva de sus opiniones y de sus comportamientos. En primer lugar, el individuo partiría de la expectativa (probablemente ni siquiera se lo plantea) de que sus juicios y comportamientos en una tarea dada van a coincidir con los de otros miembros que él percibe como similares a sí mismo y que piensa que son un grupo de comparación adecuado para esa situación. El individuo confiaría en que sus juicios son válidos mientras vaya observando que otras personas similares a él opinan o se comportan como él en esa situación.

La incertidumbre y pérdida de confianza en sus juicios y comportamientos surgirá cuando el individuo se vea en desacuerdo con esos miembros que, pese al desacuerdo, los percibe como similares a él, es decir, como un intragrupo. Dado, pues, que este desacuerdo no puede ser atribuido a diferencias entre el individuo y el grupo, se predice un cambio de los juicios o comportamiento del individuo en la dirección del grupo o de aquellos que mejor representen el consenso intragrupal, es decir, los prototipos.

Por el contrario, no se partiría con esa expectativa de consenso si los otros son percibidos como diferentes (exogrupo). En este caso, siguiendo el principio de la diferenciación categorial (Doise, 1976), el desacuerdo puede fácilmente ser atribuido, de modo más o menos natural, a que se pertenece a dos grupos distintos. De ese modo, el desacuerdo con el exogrupo producirá poca incertidumbre y en consecuencia no cabe esperar que el individuo cambie sus juicios o comportamientos.

Así, la influencia se origina por la incertidumbre que genera el desacuerdo con alguien con el que se percibe que se comparte una identidad social relevante en una situación dada. Siguiendo ideas apuntadas por Festinger, Turner (1991) también precisa que ante el desacuerdo con ese similar, además de la influencia mutua, se pueden adoptar estrategias como la recategorización del yo o atenuar el desacuerdo a factores situacionales, estrategias que harían desaparecer la influencia. Pero, en realidad, en su teoría nunca queda claro cuándo operará una u otra estrategia.

Aplicada a la influencia minoritaria, Turner (1991) defiende que para que una minoría ejerza una influencia tiene que presentarse y ser percibida como formando parte del intragrupo (en lugar del exogrupo), o sea, como un subgrupo que dentro del intragrupo defiende una posición pro-normativa. Predice un descenso de la influencia directa si el desacuerdo que genera una minoría dentro del grupo se polariza de tal modo que se convierte en un conflicto intergrupal (y no meramente intragrupal).

Esta teoría trata de explicar las diferencias de influencia directa e indirecta en función de los niveles de categorización que actúen. En primer lugar, una minoría que sea categorizada como exogrupo verá reducida tanto su influencia directa como indirecta. Para que las minorías produzcan influencia directa tienen que ser percibidas como intragrupo. Por otra parte, para Turner la minoría que produce un efecto de conversión (influencia indirecta) es porque la comparación se esta-

blece en un contexto más amplio (nivel de categorización supraordenado, en lugar de intergrupar) en el que la minoría es percibida como una parte del intragrupo y, además, en este nuevo nivel superior de categorización, la norma alternativa que defiende la minoría termina siendo congruente con las normas y valores del intragrupo.

Esta teoría constituye una de las explicaciones más completas de por qué un exogrupo puede obtener menos influencia directa que un intragrupo. El problema es que no se plantea los casos en los que una minoría intragrupo puede producir menos influencia directa que una exogrupo o que una no categorizada explícitamente como intragrupo.

Por otro lado, no acaba de resultar convincente la explicación que propone de la conversión. En efecto, en varios estudios se observa que una misma situación una misma fuente no produce influencia directa pero sí indirecta. ¿Cómo se puede decir que en esa situación la fuente de influencia es percibida al mismo tiempo a dos niveles de categorización, o que cuando llega un ítem de la dimensión directa los sujetos sienten a la fuente como un exogrupo, pero cuando llega un ítem indirecto esa misma fuente es sentida como exogrupo? También resulta difícil ver cómo es posible que a nivel público la fuente de influencia sea categorizada como un exogrupo mientras que a nivel privado lo sea como un intragrupo; o que en el ámbito de lo público prima un contexto intergrupar, mientras que el privado prima un contexto intragrupal. No podemos decir que no sea así, pero hay que reconocer que no hay ningún estudio que ilustre esa dinámica.

PRIMERA DIFICULTAD TEÓRICA: EL CONCEPTO DE EXOGRUPO

Una clara dificultad que se plantea, tanto en los estudios realizados como en los modelos vistos, radica en el concepto de exogrupo. Late a veces el implícito de que el exogrupo es "otra sociedad", cuando en realidad la mayor parte de los exogrupos con los que se trabaja suelen ser parte inherente del intragrupo. Un ejemplo lo encontramos en el artículo ya citado de Wilder (1990). Comienza el artículo así: "El sentido común, profeta de todos, dice a las personas que van a ser más influidas por aquellos que aprecian que por los que desprecian, por los similares que por los diferentes y por aquellos con los que están constantemente en interacción que por aquellos con los que mantienen poco contacto. Generalmente la investigación ha confirmado ese sentido común. (...) Excepto en algún caso, en general la gente ama a los grupos a los que pertenece, pertenece generalmente a grupos forma-

dos por otros similares e interactúa más frecuentemente con miembros de intragrupos. Parece, pues, razonable avanzar que los miembros del intragrupo ejercen más presión hacia conformismo que los miembros del exogrupo." (p. 1202). Las ideas de este texto resultan claras y constituyen el latir dominante de la psicología social. Sin embargo, en el mismo artículo, uno se sorprende cuando el mismo autor pasa a operacionalizar lo que será un intragrupo y un exogrupo. En un estudio se denomina exogrupo a cuatro supuestos colegas de los sujetos que supuestamente se encuentran en la habitación de al lado, y se denomina intragrupo a los que se encuentran en la misma habitación. En los tres siguientes estudios el exogrupo está compuesto por estudiantes similares miembros de otra universidad, una "natural social category" (como se dice en el resumen del artículo), y el intragrupo por estudiantes del mismo centro universitario. No pretendemos criticar este modo de inducir la categorización, sino únicamente señalar que esas propiedades intrínsecas y específicas que al parecer asigna al intragrupo el sentido común y la investigación, no vemos que sean las que después de todo realmente se están operacionalizando en los estudios al uso. A los estudios que recurren a la identidad sexual, a la edad, etc., les podríamos plantear las mismas cuestiones: ¿es el exogrupo otra sociedad? ¿Se aprecian e interactúan más las mujeres entre ellas y los hombres entre ellos de lo que se aprecian e interactúan entre categorías? ¿Viven los jóvenes apartados de los adultos? ¿No residen los extranjeros en constante contacto e interacción con los autóctonos? ¿Ser estudiante de otra universidad es ya suficiente para ser uno de esos exogrupos al que no se parecen otros universitarios, al que desprecian, etc.?

Un problema parecido se termina encontrando en la teoría de la categorización del yo. En efecto, en muchos casos en esta teoría se acaba por no saber a priori cuándo el exogrupo va a ser tal. Siempre parece que va a aparecer un nivel al que va a ser percibido como alguien con el que se comparte alguna semejanza y por tanto percibido formando parte del intragrupo. Un buen ejemplo es el modo como el propio Turner (1991; p. 161) comenta los estudios de Goethals y Darley (1977), que en principio mostrarían que, en tareas donde existe un modo objetivo de comprobar si la respuesta es verdadera o falsa, la confianza en los juicios es mayor al compararse con personas diferentes (exogrupo) que con personas similares (intragrupo). Es el denominado efecto de triangulación (véase Goethals, 1972). Para Turner ese efecto resulta coherente con la teoría de la categorización del yo porque

se puede decir que esos otros son diferentes (exogrupo) sobre una dimensión, pero que sobre otra son similares (intragrupo) ya que, en última instancia, también comparten con el observador los atributos (perceptivos, conceptuales, etc.) que les permiten emitir juicios correctos y exactos. Poco importa, pues, que sobre alguna dimensión sea percibido como exogrupo, bastaría percibir al otro con una competencia 'normal' para emitir juicios para que ya se interactúe con él como si se tratara de alguien del intragrupo.

Aparte de lo tautológico que nos parece este razonamiento teórico (puesto que el nivel de categorización es inferido del efecto y no el efecto del nivel de categorización, de modo que resulta imposible falsear la teoría), tampoco a nivel empírico las cosas parecen más claras. Por ejemplo, McGarty, Turner, Oakes y Haslam (1993) trataron de mostrar en un par de experimentos que, con respecto a un grupo no-similar e incompetente para realizar la tarea, el desacuerdo con un grupo similar y competente disminuiría el grado de confianza en los juicios, mientras que el acuerdo con éste incrementaría la confianza. El grupo similar se definió presentando a la fuente como compuesta por estudiantes del mismo curso y rama de estudios que los sujetos; se entendió, por el contrario, que presentar la fuente como un grupo con deficiencias de vista sería suficiente para definir al grupo de no-similares e incompetentes, dado que se trataba de una tarea visual (adivinar el número de puntos que eran expuestos brevemente en una pantalla de ordenador). En ninguno de los dos experimentos se observó el efecto predicho en función de la similitud o competencia de la fuente. Tanto el juicio del grupo similar/competente como el juicio del grupo no-similar/incompetente, en ambas condiciones el desacuerdo hizo disminuir la incertidumbre, mientras que el acuerdo la incrementó. Los resultados son una ilustración de lo difícil que es definir una fuente intragrupo y otra exogrupo y que, respectivamente, se tenga en cuenta el juicio de la primera y no el de la segunda. La información desacreditada porque proviene de una fuente exogrupo e incompetente no es garantía para que no influya (véase los estudios sobre la denegación, p.ej.: Moscovici, 1991).

Ante estas dificultades conceptuales, estamos de acuerdo con Volpato y cols. (1990) en el interés que conlleva comenzar a diferenciar varios tipos de exogrupos y que es fundamental tenerlo en cuenta a la hora de hacer predicciones sobre su influencia y compararla a la del intragrupo. Estas autoras proponen que se tenga en cuenta dos tipos de exogrupos.

Por un lado, las minorías exogrupo que representan a toda la categoría exogrupo (por ejemplo, los homosexuales para los heterosexuales) y por otra aquellas minorías exogrupo que se definen por su disidencia con respecto a una categoría exogrupo más amplia (vgr.: un grupo de feministas para los hombres). De acuerdo con estas autoras, se puede predecir que una minoría exogrupo representativa de toda la categoría obtendrá menos influencia que una minoría intragrupo y que una minoría exogrupo disidente del conjunto del exogrupo. El exogrupo de disidentes, por oponerse a la mayoría exogrupo, puede suscitar una simpatía particular y asimismo dar lugar a un procesamiento más atento de su mensaje. Aunque indirectamente los estudios parecen confirmar esta interpretación, en realidad ellas no realizan el experimento donde compararan esos dos tipos de exogrupo.

Este intento de Volpato y cols., de diferenciar distintos tipos de exogrupo es claramente una pista. ¿No se podría también diferenciar, por ejemplo, exogrupos relevantes cognitivamente y exogrupos relevantes socialmente? Los primeros cumplirían la función de ordenar cognitivamente el universo social. Su efecto sobre la identidad social y personal estaría en relación directa con la comparación y competición con el intragrupo. Por el contrario, los exogrupos relevantes socialmente contribuirían directamente a la definición del sistema de valores, sin pasar necesariamente por comparaciones y competiciones con el intragrupo. Las actitudes sociales (de solidaridad, discriminación) que se manifiestan hacia ellos no definirían tanto las posiciones intergrupales, cuando el sistema de valores del individuo. Hemos propuesto (Pérez, Mugny y cols., 1993) que algunos de estos grupos relevantes socialmente están 'protegidos por el Zeitgeist', de tal modo que los juicios y comportamientos que se tenga hacia ellos parecen más guiados por la deseabilidad social que por la categorización social. Las actitudes hacia esos exogrupos no han cambiado porque haya cambiado el sistema de relaciones específico entre ese y otros grupos o porque el sistema de categorización haya cambiado. Da más bien la impresión de que esas actitudes sociales se han modificado porque se han aceptado una serie de valores sociales (igualdad, tolerancia, respecto del otro). Con esto no pretendemos sugerir que la discriminación de esos grupos se haya erradicado. Pero aunque las actitudes sean ambivalentes y la discriminación a nivel latente siga persistiendo, al menos son exogrupos que introducen un nivel de complejidad superior al que solemos utilizar en nuestras teorías hoy por hoy.

SEGUNDA DIFICULTAD TEÓRICA: LOS PATRONES DE INFLUENCIA

Otro de los problemas reside en los niveles de influencia. Como se ha podido notar, se habla en general de un sola influencia, pero las modalidades son muy diversas y no dejan de tener consecuencias teóricas (Pérez y Mugny, 1988). Unos estudios toman en consideración el carácter público o privado de las respuestas. Definen la influencia pública o bien porque el grupo escucha directamente la respuesta del sujeto o bien porque se avisa al sujeto que sus respuestas o posiciones serán discutidas públicamente y por lo tanto conocidas por todo el grupo. Se habla en general de influencia privada cuando los sujetos contestan en el anonimato o introducen sus respuestas en una urna. A nivel teórico, la distinción público/privado responde sobre todo al interés que pueda tener para el sujeto el que el grupo sepa o no que se ha 'dejado' influir. Esas modalidades reflejan más que nada la concepción normativa de la influencia y la dependencia de ésta del control social (Deutsch et Gerard, 1955).

Aunque menos frecuente, en algunos estudios se ha trabajado con la dimensión temporal y se encuentran medidas inmediatas y diferidas (que a su vez pueden ser directas o indirectas, etc.). Con esta medida se responde esencialmente a dos aspectos: las actividades mnésicas que pueden intervenir con el paso del tiempo y la resaltaación que tiene la fuente en uno y otro momento.

El tercer tipo de distinción se basa en el contenido de la respuesta que es medida. Se diferencia así la influencia directa y la indirecta. La primera informa sobre la aceptación o rechazo de la posición explícitamente defendida por la fuente. La influencia indirecta hace referencia a actitudes no tocadas explícitamente por la fuente, pero que pueden guardar cierta relación con lo defendido por la fuente. Cuando es posible, ésta es la medida que por nuestra parte tendemos a privilegiar porque a la influencia indirecta le subyace la concepción del constructivismo social: la fuente no toma posición sobre temas indirectamente relacionados con su discurso, por lo que su impacto sobre éstos no obedece a simples procesos de imitación o de reproducción. La influencia indirecta supone una actividad cognitiva inferencial de naturaleza constructivista.

Como se ha visto en unos estudios sólo se mide una modalidad de influencia, en otros se han medido dos (tanto en diseños intra-sujeto como entre sujetos). Y en otros incluso tres (influencia directa/indirecta a nivel inmediato y diferido). Esta diversidad de medidas, que sin la

menor duda constituye una riqueza, por otra parte complica bastante la portada predictiva de las teorías avanzadas y hace difícil la comparación directa de los resultados de unos estudios a otros cuando se basan en distintas modalidades de influencia. Suele darse por implícito que las influencias más "verdaderas" son la privada, la diferida y la indirecta (más que la pública, la inmediata y la directa). Comoquiera que sea, sin medir al menos dos niveles de influencia los estudios comienzan a responder mal a las preocupaciones teóricas actuales de este campo de investigación.

Esta preocupación de articular los niveles de influencia ha sido tenida en cuenta por la teoría de la disociación que pasamos a detallar a continuación. La teoría se encuentra en una primera etapa de su desarrollo y, simplificando todo lo que podría llegar a ser la problemática de los niveles de influencia, sólo se han tenido en cuenta dos de éstos: la influencia manifiesta, que recubriría las influencias pública, inmediata y directa, y la influencia latente, que englobaría las influencias a nivel privado, diferido e indirecto.

LA TEORÍA DE LA DISOCIACIÓN

Creemos que en conjunto los efectos que produce la categorización sobre la influencia, pueden ser integrados en la teoría de la disociación que hemos expuesto en otros lugares (Pérez y Mugny, 1988; Pérez y Mugny, 1990). En primer lugar, en esta teoría se pretende articular los procesos que dan cuenta de la influencia manifiesta (que el sujeto puede controlar) y los procesos responsables de que se produzca una influencia latente (no manejable conscientemente por el sujeto). En segundo lugar, se supone que tanto la influencia manifiesta como la latente se originan en y a través de las relaciones sociales, aunque de naturaleza distinta para cada uno de esos dos tipos de influencia.

Influencia manifiesta e identidad social positiva

La influencia manifiesta está en función de la dependencia normativa e informativa (Deutsch y Gerard, 1955). La importancia de la dependencia normativa arranca del concepto o imagen positiva que de sí misma la persona quiere dar, preservar o adquirir. En la medida en que se trata de una influencia directamente observable por los demás o en última instancia, por el propio sujeto, ser influido a nivel manifiesto por una fuente u otra pone en juego la identidad de la persona. La

influencia manifiesta está en función de la protección de una identidad social positiva: se es influido a nivel manifiesto por las fuentes que mayor presión normativa puedan ejercer o en aquellas situaciones en las que modificando los juicios manifiestos se evitan mayores costos, o se adquieren más créditos, que en el caso de seguir manteniéndose independiente. La influencia manifiesta también está en función de la incertidumbre que experimenta el sujeto, de modo que cuanto mayor sea la capacidad de la fuente para generar incertidumbre en el sujeto (por la credibilidad que le es reconocida, porque se trata de una fuente intragrupo, porque es una mayoría, etc.), mayor será su influencia.

Influencia latente y socioconstructivismo

Insistimos que cuando hablamos de influencia latente no nos estamos refiriendo en realidad a la influencia privada, sino más bien a toda aquella influencia que refleja una actividad de constructivismo, como es el caso cuando el sujeto cambia sobre dimensiones no mencionadas por la fuente, pero deducibles mediante una actividad inferencial determinada. Esta actividad inferencial consiste en que el blanco de influencia preste atención a lo que dice la fuente (su mensaje, juicio, actitud, etc.) y le aplique una forma de pensamiento innovador que le lleve a asociar y descubrir en esa información funciones y ramificaciones nuevas, que le permita realizar nuevas conexiones entre esa y otra información o que se elabore un nuevo modo de representarse el tema sobre el que versa la información aportada por la fuente. Unos autores han denominado proceso de validación a este tipo de actividad (Moscovici, 1980); otros pensamiento divergente (Nemeth, 1986); Huguet y cols. (1991) utilizan también el concepto de descentración. Aplicado a los paradigmas donde se trabaja con actitudes y opiniones, en el marco de la teoría de la disociación, la hemos denominado inferencia del principio organizador de una información (Pérez y Mugny, 1986b). En cualquier caso, en todas esas denominaciones se encuentra esta misma hipótesis de base: la actividad inferencial que se requiere para que se produzca la influencia latente nace de la interacción social y aparece con unas determinadas relaciones sociales pero no con otras.

La idea es que la influencia latente se origina en la interacción social porque determinados tipos de relaciones sociales interactúan con determinadas visiones de los objetos (Brandstätter y cols., 1991). Por ejemplo, cuanto mayor sea el consenso social sobre un determinado

tema, por más objetivo, verídico y exacto se tendrá el conocimiento en ese tema (véase Butera y cols., 1991; Moscovici, manuscrito) y mayor el conformismo social. A cada modalidad de poner a prueba la veracidad de los juicios le corresponde una modalidad de relaciones sociales, y a la confianza o certeza de hasta qué punto sólo un juicio es el verdadero o varios pueden serlo, hasta qué punto hay que innovar o frenar la creación de nuevas respuestas, etc., le corresponden también determinadas modalidades de relaciones sociales (véase Butera y cols., 1991). Lo específico y lo que diferencia, pues, a la dimensión latente de la manifiesta es que en la manifiesta lo que cuenta ante todo es la relación social per se. Por el contrario, los cambios latentes se originan en la interacción estrecha entre los presupuestos epistemológicos de los juicios u opiniones y el tipo de relación social que le es homólogo (Pérez, Mugny y cols., 1993). No hay conocimiento sin relación o función social que lo alimente y por lo mismo la innovación surge de las relaciones sociales.

En resumen, conviene retener dos ideas generales. En primer lugar que no todas las relaciones sociales llevan directamente a la innovación, a la influencia latente. En segundo lugar, que la innovación no puede ser un fenómeno individual en el sentido de que, o se origina en las relaciones sociales, o no se origina.

Es desde este marco teórico general desde el que hemos propuesto que se interprete la importancia de considerar los procesos de influencia social como insertados en las relaciones sociales en general y en las relaciones intergrupales en particular. La actividad cognitiva necesaria para que se produzca la influencia latente no puede darse por mera motivación individual para emprender dicha actividad. No basta con que el individuo se proponga modificar algo de su actividad psíquica (memoria, razonamiento, percepción, etc.) para que lo consiga por sí solo. Un ejemplo de lo que sería el caso extremo de esta hipótesis sería que no basta con que el individuo quiera corregir su modo de percibir (por ejemplo, para corregir una determinada ilusión perceptiva de la que tiene conocimiento que su aparato receptor le hace víctima) o su modo de razonar sobre una información dada. Para lograr tales modificaciones el individuo tiene que ser sometido a la influencia social, es decir, insertarse o ser insertando (Monteil, 1993) en las aquellas relaciones sociales (reales o simbólicas) que son capaces de influir en el funcionamiento de la percepción o del razonamiento. Veamos ahora estas relaciones sociales.

Postulados de la teoría de la disociación

Una primera hipótesis de la que parte la teoría de la disociación es que la identificación es una modalidad de relación social que se dará más con una fuente intragrupo que con una exogrupo. Aplicado a la influencia, significa que una información que provenga de un intragrupo tiene más probabilidades de ser aceptada, que si proviene de un exogrupo. Complementariamente, esa actitud más positiva hacia lo que proviene del intragrupo, en determinados casos (por ejemplo, cuando el sujeto se encuentre especialmente implicado o motivado en el tema; véase Petty y Cacioppo, 1986) puede hacer que el mensaje asignado a un intragrupo sea más atendido, y procesado a un nivel más elaborado, que el que proviene de un exogrupo. En resumen, ante un intragrupo la identificación será más intensa, el mensaje puede ser aceptado con una actitud menos defensiva y el sujeto puede verse más positivamente motivado a prestarle atención. Eso ocurrirá sobre todo cuando la identificación con el intragrupo esté positivamente valorada o no plantee un conflicto de identificación.

En efecto, un primer grado de complejidad comienza con el conflicto de identificación (véase Mugny, Kaiser y Papastamou, 1983; Pérez y Mugny, 1988). Como es obvio, el valor que tienen los atributos que definen a los grupos y categorías sociales no viene definido exclusivamente por los miembros que componen esas categorías. En última instancia la imagen que un grupo tiene de sí mismo es la que otros grupos le reconozcan (Mead, 1970). Esto abre la eventualidad de que el individuo se vea perteneciendo a grupos o categorías que los demás pueden no valorar positivamente o llegar incluso a estar consensualmente connotados negativamente. La noción de conflicto de identificación se refiere a aquellos casos en los que el individuo siente que forma parte de un grupo poco positivamente connotado por la sociedad, o claramente connotado de modo negativo. Ante estos casos, la identidad o semejanza con este intragrupo no connotado positivamente atenta contra el mantenimiento o la construcción de una identidad social y personal positiva. Un grupo desprestigiado socialmente amenaza la identidad de los miembros que pertenezcan a él. ¿Qué hace el individuo en la situación específica en que no puede negar el rasgo o dimensión que le hace pertenecer a ese grupo? Se han propuesto distintas soluciones (véase Tajfel y Turner, 1979; Lemaire, 1974) que van desde la movilidad individual al cambio social. Lo que más interesa aquí es examinar el caso concreto de la situación de influencia social. ¿Se dejará un

individuo influir pública y manifiestamente por un intragrupo que le plantea un conflicto de identificación? En realidad, no interesa sólo contestar que lo más probable es que no se deje influir. Interesa, además, predecir qué pasará a nivel latente en tal situación.

Uno de los postulados básicos de la teoría de la disociación es que cuanto más ocupada esté la atención o la actividad sociocognitiva de un individuo en afirmar o cambiar su relación social con la fuente (el caso más probable es porque desea des-identificarse o diferenciarse de la fuente), menor será la atención que prestará al contenido del mensaje propuesto por la fuente. En caso de que llegue a prestar atención o a analizar el mensaje, lo haría con la motivación limitada a construir o reforzar la diferenciación, por lo que tendería a predominar un tratamiento reactivo contra el mensaje.

Supóngase así una situación en la que el blanco de influencia no se quiere ver identificado con la fuente de influencia. Imagínese que en unos casos esa fuente sea un intragrupo y en otros un exogrupo. Es obvio que cuanto más intensa sea la identificación (por ejemplo por alta identidad o semejanza entre el individuo y su grupo), mayor será también el esfuerzo y la actividad necesaria para, llegado el caso, tratar de desidentificarse.

Dado que los lazos de identificación en principio son más intensos con el intragrupo que con el exogrupo, parece razonable predecir que para desidentificarse de una fuente intragrupo se necesitará más actividad, esfuerzo, etc., que para hacerlo de una fuente exogrupo. Es justamente ahí donde una fuente exogrupo puede encontrar una clara ventaja sobre una fuente intragrupo. El acaparamiento de la actividad cognitiva será mayor cuando se trate de construir la diferenciación ante un intragrupo que ante un exogrupo. Por lo tanto, la atención prestada al mensaje también será menor en el caso del intragrupo que del exogrupo. O en caso de que se le presta atención, ante el mensaje del exogrupo se dará una predisposición más neutra, o, paradójicamente, menos defensiva a la hora de procesarlo.

Es decir, en los casos en los que la fuente de influencia es percibida como un intragrupo con el que el blanco de influencia no se quiere ver identificado (vgr.: por tratarse de una minoría social desprestigiada), se dispone hoy de datos que sugieren que el favoritismo del intragrupo no será la estrategia dominante. Los juicios intergrupales no responden a meros efectos cognitivos de la categorización (acentuación de semejanzas intragrupo y acentuación de diferencias entre grupos). También responden a estrategias para construir una identidad social positi-

lado que no plantee un conflicto de identificación, pero por otro aún es necesario que motive al sujeto a realizar una actividad inferencial sobre su mensaje. En efecto, 'un peligro' para el intragrupo que no plantea el conflicto de identificación, todavía es que puede dar lugar al efecto que hemos denominado de parálisis intragrupal, es decir, una inhibición de la actividad inferencial necesaria para que se pueda producir la influencia indirecta. Como ya vimos, un modo de motivar al sujeto a procesar el mensaje del intragrupo, y por tanto a contrarrestar la parálisis intragrupal, es que el sujeto perciba una divergencia clara entre sus posiciones personales y las de su grupo.

La influencia indirecta del exogrupo se observará siempre que el sujeto haya podido afirmar sin dificultad su diferenciación social con el exogrupo. Si el sujeto no llega a disociar lo que dice el mensaje y la construcción de esa diferenciación, tampoco el exogrupo producirá una influencia indirecta notable.

Supongamos que la situación de influencia garantiza psicológicamente una disociación entre la relación con la fuente y la actividad inferencial sobre el mensaje. No obstante, una cuestión pendiente es dilucidar qué es lo que puede motivar a que se realice esa actividad sobre el mensaje, sobre todo tratándose de un exogrupo.

Dinámicas de la conversión y naturaleza de las tareas

Una primera posibilidad es que pueden intervenir expectativas epistemológicas específicas en función del tipo de tarea en el que el exogrupo expresa un juicio divergente (para una exposición detallada de esto, véase Pérez, Mugny y cols., 1993). Por ejemplo, en las tareas objetivas no ambiguas, en las que hay una expectativa de que todos, sea quien sea el otro, den el mismo juicio ya que es obvio que sólo hay uno verdadero, el mecanismo de la influencia del exogrupo suele reposar en la motivación del sujeto a restablecer la unicidad de los juicios quebrantada por la disensión de esa fuente. En esos casos, ante la imposibilidad de poder hacer que sea la fuente la que cambie, es el sujeto quien termina cambiando; eso sí, sólo a nivel latente, para combinar al mismo tiempo la diferenciación social y esa creencia epistemológica en la necesidad del consenso (véase Brandstätter y cols., 1991).

Cuando se trata de tareas de aptitudes (por ejemplo, mostrar la precisión con la que se es capaz de estimar una determinada longitud), en las que el sujeto presupone que hay una respuesta objetivamente

va. Y, en este último sentido, a veces puede resultar más positivo para la identidad social discriminar a un determinado intragrupo por encima de un exogrupo o también favorecer al exogrupo por encima del intragrupo. Por ejemplo, en los juicios interétnicos en algunos contextos se observa ese comportamiento (véase Pérez, Falomir, Báguena y Mugny, 1993). Por otra parte, los estudios de Marques (1990) acerca de lo que él denomina el efecto de la oveja negra, son otra ilustración directa de cómo, entre un intragrupo y un exogrupo connotados ambos negativamente, suele ser el intragrupo el más discriminado.

La hipótesis central de la disociación es, pues, que mientras la actividad cognitiva esté ocupada en definir una distancia social con respecto a la fuente, no se producirá el efecto de conversión, porque la actividad estará acaparada por el proceso de comparación social entre grupos o entre el sujeto y la fuente, en detrimento de realizar una actividad inferencial sobre el mensaje (de validación, pensamiento divergente, inferencia del principio organizador, etc.), necesaria ésta para que se produzca la conversión. En situaciones de fuerte conflicto intergrupal, para que se produzca la conversión es necesario que la actividad de diferenciación social sea disociada de la actividad inferencial sobre el mensaje de la fuente. Esto último ocurre, por ejemplo, cuando la comparación social del sujeto con la fuente se realiza sobre múltiples dimensiones, de modo que no hay una interdependencia negativa entre lo que es la fuente y lo que es el blanco de influencia (Pérez y Mugny, 1990). La disociación también es más probable que se produzca con una fuente exogrupo, en la medida en que la diferenciación social viene facilitada, si no dada, por la propia categorización utilizada. En la medida en que esa diferenciación esté disociada del mensaje, entonces puede aparecer el efecto de conversión. Esto no implica que un exogrupo obtenga influencia directa. En realidad, a nivel directo lo más frecuente es que opere la diferenciación categorial y que por lo tanto no obtenga influencia.

Con este modelo vemos que se pueden dar más o menos todos los patrones de influencia con todas la fuentes. Un intragrupo obtendrá más influencia directa que un exogrupo si no plantea conflicto de identificación. En caso de plantear tal conflicto de identificación, entonces, en términos relativos, un exogrupo puede llegar a obtener incluso más influencia directa que un intragrupo.

Para que un intragrupo obtenga al mismo tiempo una influencia directa e indirecta, tendrían, pues, que concurrir dos factores: por un

correcta, pero en esa situación la desconoce y por tanto está incierto, el exogrupo puede obtener una influencia por el llamado efecto de triangulación que se vio anteriormente: los juicios del exogrupo adquieren aquí validez por el origen social independiente que conllevan.

En lo que concierne a las tareas de opinión, la diferenciación con el exogrupo a nivel de las actitudes es incluso una exigencia epistemológica. En este caso, y dando por supuesto que la disociación facilita que se preste atención al mensaje, se instauraría un debate de ideas, una competición entre las diferentes actitudes y opiniones mantenidas por los grupos sociales en confrontación. Al no poder aceptar manifestamente las actitudes promulgadas por el exogrupo, y al no poder tampoco 'acabar' con ellas, llevaría a la persona a estar constantemente resistiendo y contraargumentando esas actitudes adversas. El conflicto que plantea esta actividad de resistencia provoca cambios latentes (véase Moscovici, Mugny y Pérez, 1984). Una propiedad de estos cambios es que no son conscientes y suelen reflejar un proceso de criptomnesia social según el cual uno se apropia de actitudes o modos de pensar porque en el curso de esa resistencia constante uno termina por olvidar que, en rigor, pertenecían a otra persona o grupo (véase Mugny y Pérez, 1991).

Puede también suceder que algunas minorías sociales (por ejemplo, los negros), aunque sean exogrupos, no obstante, están protegidas por el Zeitgeist, de modo que su discriminación está censurada socialmente, al menos por una amplia proporción de la sociedad. En este supuesto se suele observar un doble efecto. Por un lado, a nivel manifiesto pueden verse obteniendo una amplia influencia (por la deseabilidad social implicada) que, no obstante, no se generaliza al nivel latente. Paradójicamente, cuando el sujeto discrimina a esas minorías experimenta un conflicto tal que su resolución puede producir un cambio de las actitudes latentes (véase Pérez, Mugny, Llavata y Fierres, 1993). La emisión de actos racistas, xenófobos o sexistas entra en conflicto con normas y valores de justicia e igualdad sociales generalmente aceptados por los sujetos. El remordimiento que engendra esta discriminación parece actuar como mecanismo de cambio de las actitudes latentes. Transformado así el significado de la discriminación, las minorías sociales (los exogrupos) parecen verse condenadas a 'tener que promover' su propia discriminación para que se remuevan las actitudes latentes que las discriminan. Eso son a veces las paradojas o la lógica social de la discriminación.

CONCLUSIÓN: LA IDENTIDAD Y LA IDENTIFICACIÓN

En suma los dos factores fundamentales para entender la influencia social en un contexto intergrupal son la identificación y el conflicto que crean los juicios divergentes mantenidos por una fuente de influencia. En unos casos la divergencia crea conflicto por los presupuestos epistemológicos de la tarea, en otros porque el intragrupo ve así amenazada su existencia, en otros porque pone en jaque la aplicación de determinados valores que el individuo acepta.

En cuanto a la identificación, como se sabe, el primero en aplicarla a la influencia social fue Freud (1921), porque no estaba convencido de que el prestigio de la fuente, la sugestión y el contagio (véase, Le Bon, 1895), fueran conceptos explicativos de cómo un individuo ejerce una influencia profunda sobre el funcionamiento psíquico de otro individuo.

El siguiente avance a la identificación como mecanismo de influencia social ha sido dado por Kelman (1958, 1961). Este autor situó el proceso de identificación en comparación con el de complacencia y el de internalización. Un blanco de influencia se muestra complaciente ante una fuente cuando ésta tiene poder para administrar determinados refuerzos o castigos pertinentes para el blanco de influencia. La influencia por identificación surge cuando el blanco de influencia desea mantener una relación satisfactoria con la fuente o desea verse a sí mismo similar a alguna fuente atractiva. Para Kelman la influencia por identificación sólo persiste mientras la fuente resalte para el blanco de influencia. El contenido de una fuente es internalizado cuando el blanco lo percibe acorde con los valores que desea potenciar.

Posteriormente, en el marco de la teoría de la identidad social (Tajfel y Turner, 1979; Turner, 1981; Mugny, 1981b), la identificación ha ido siendo relegada al mecanismo de la categorización: el hecho de compartir una identidad social con una categoría o con un grupo lleva a esa categoría o grupo. Esta autoatribución es teorizada como reflejo de una identificación. La identificación queda así relegada a la pertenencia categorial común, es decir, a la identidad.

Pero aunque la identificación se vea favorecida por el hecho de compartir una identidad social con el otro, no hay porque reducir la identificación a la identidad. Cabrían así varias modalidades: a) identificación derivada de la identidad: 'porque me veo como el otro actúo como él'; b) identificación para alcanzar la identidad: 'actúo como el otro

a ver si puedo llegar a ser como él'; c) identificación porque no amenaza la identidad: 'actúo como el otro porque de todos modos nunca seré como él, no perderé mi identidad'. Ya Freud trató de diferenciar una identidad primaria entendida como fusión indiferenciada con el otro, y una identificación secundaria en la que la identificación se daría sin abandonar la diferencia.

Las variantes que puede adoptar la relación entre identificación e identidad, constituyen el telón de fondo para que se dé una disociación o una indisolución entre el tipo de relación social mantenido con una fuente y las actividades cognitivas necesarias para que se produzca la conversión. Según las dinámicas descritas por la teoría de la disociación, se tiene que, si bien hay influencias que provienen de la identidad, hay otras que provienen de la diferencia.

REFERENCIAS

- Aebischer, V., Hewstone, M. y Henderson, M., (1984). Minority influence and musical preference: innovation by conversion not coercion. *European Journal of Social Psychology*, 14, pp. 23-33.
- Brandstatter, V., Ellemers, N., Gaviña, E., Giosue, F., Huguet, P., Kroon, M., Morchain, P., Pujol, M., Rubini, M., Mugny, G. y Pérez, J.A., (1991). Indirect majority and minority influence: an exploratory study. *European Journal of Social Psychology*, 21, pp. 199-211.
- Butera, F., Legrenzi, P., Mugny G., y Pérez J.A., (1990-1991). Influence sociale et raisonnement. *Bulletin de Psychologie*, 45, pp. 144-154.
- Clark, R.D. III y Maass, A., (1988a). Social categorization in minority influence: The case of homosexuality. *European Journal and Social Psychology*, 18, pp. 347-364
- Clark, R.D. III y Maass, A., (1988b). The role of social categorization and perceived source credibility in minority influence. *European Journal and Social Psychology*, 18, pp. 381-394.
- Chaiken, S., (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, pp. 752-756
- Deutsch, M. y Gerard, H.B., (1955). A study of normative and informational social influence upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, pp. 629-636
- Doise, W., (1976). L'articulation psychosociologique et les relations entre groupes, Bruselas, De Boeck

- Doise, W., Gachoud, J.P. y Mugny, G., (1986). Influence directe et indirecte entre groupes dans des choix esthétiques. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 6, pp. 283-301
- Eagly, A. H. y Chaiken, S., (1993). *The Psychology of attitudes*. Nueva York, Harcourt Brace Jovanovich
- Freud, S., (1974). *Psicología de las masas y análisis del yo*, en S. Freud (ed.) *Obras completas*, Madrid, Biblioteca Nueva, Tomo VII (Publicado originalmente en 1921)
- Goethals, G.R., (1972). Consensus and modality in the attribution process: the role of similarity and information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, pp. 84-92
- Goethals, G.R. y Darley, J.M., (1977). Social comparison theory: An attributional approach, en J.M. Suls y R.L. Miller (eds.), *Social comparison processes*, Washington, Hemisphere
- Harkins, S. y Petty, R.E., (1981). The multiple source effect in persuasion: The effects of distraction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, pp. 627-635
- Harkins, S. y Petty, R.E., (1983). Social context effects in persuasion: The effects of multiple source and multiple targets, en P. Paulus (ed.), *Basic group process*. Nueva York, Springer-Verlag
- Harkins, S. y Petty, R.E., (1987). Informational utility and the multiple-source effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, pp. 260-268
- Hovland, C.I. y Weiss, W., (1951). The Influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, pp. 635-650
- Huguet, P., Mugny G., y Pérez J.A., (1990-1991). Influence sociale et processus de décentration. *Bulletin de Psychologie*, 45, pp. 155-163
- Kelman, H.C., (1958). Compliance, identification and internalization, three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2, pp. 51-60
- Kelman, H.C., (1961). Processes of attitude change. *Public Opinion Quarterly*, 25, pp. 57-78
- Kelman, H.C. y Hovland, C.I., (1953). Reinstatement of the communicator in delayed measurement of opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 48, pp. 327-335
- Le Bon, G., (1895). *La psychologie des foules*, Paris, Orléon
- Lemaine, G., (1974). Social differentiation and social originality. *European Journal of Social Psychology*, 4, pp. 17-52
- Maass, A. y Clark, R.D. III y Haberkorn, G., (1982). The effects of differential ascribed category membership and norms on minority influence. *European Journal and Social Psychology*, 12, pp. 89-104
- Maass, A. y Clark, R.D. III, (1986). Conversion theory and simultaneous majority/minority influence: can reactance offer an alternative explanation?, *European Journal and Social Psychology*, 16, pp. 305-309
- Mackie, D.M., Worth, L.T. y Asuncion, A.G., (1990). Processing of persuasive in-

- Mugny, G. y Pérez, J.A., (1985). Influence sociale, conflit et identification: étude expérimentale autour d'une persuasion "manquée" lors d'une votation. *Cahiers de Psychologie Sociale*, 6, pp. 1-13
- Mugny, G. y Pérez, J.A., (1988). Conflicto Intergrup, validación e influencia minoritaria inmediata y diferida. *Revista de Psicología Social*, 3, pp. 23-38
- Mugny, G. y Pérez J.A., (1991). El efecto de criptomnesia social. *Anthropos. Revista de Documentación Científica de la Cultura*, 27/suplementos, pp. 110-112.
- Mugny, G., Rilliet, D. y Papastamou, S., (1981). Influence minoritaire et identification sociale dans des contextes d'originalité et de déviance. *Revue Suisse de Psychologie*, 40, pp. 314-332
- Nemeth, C., (1986). Differential contributions of majority and minority influence. *Psychological Review*, 93, pp. 23-32
- Nemeth, C. y Wachtler, J., (1973). Consistency and modification of judgement. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, pp. 65-79
- Paichelet, G., (1985). *Psychologie des influences sociales*, Paris, Delachaux y Niestlé
- Pérez, J.A., Falomir, J.M., Báguena M.J., y Mugny, G., (1993). El racismo: actitudes manifiestas y latentes. *Revista del Colegio Oficial de Psicólogos*, 56, pp. 45-50
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1985a). Categorización e influencia minoritaria. *Anuario de Psicología*, 32, pp. 100-116
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1985b). Influencia minoritaria sobre las opiniones frente al aborto y los anticonceptivos. *Estudios de Psicología*, 23/24, pp. 29-54
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1986a). Efectos paradójicos de la categorización en la influencia minoritaria. *Boletín de Psicología*, 12, pp. 65-89
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1986b). Inducción experimental de una influencia minoritaria indirecte. *Cahiers de Psychologie Sociale*, 32, pp. 15-24
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1987). Paradoxical effects of categorization in minority influence: when being an out-group is an advantage. *European Journal of Social Psychology*, 17, pp. 157-169
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1988). *Psicología de la influencia social*. Valencia, Promolibro
- Pérez, J.A. y Mugny, G., (1990). Minority influence, manifest discrimination and latent influence. In: D. Abrams y M.A. Hogg (Eds.), *Social Identity Theory: Constructive and Critical advances*. Londres, Harvester Wheatsheaf
- Pérez, J.A., Mugny, G. y cols., (1993). *Influences sociales. La théorie de l'élaboration du conflit*, Paris, Delachaux-Niestlé
- Pérez, J.A., Mugny, G., Llavata, E. y Fierres, R., (1993). Paradoxe de la discrimination et conflit culturel: études sur le racisme, en J.A. Pérez, G. Mugny y cols., *Influences sociales. La théorie de l'élaboration du conflit*. Paris, Delachaux-Niestlé
- Pérez, J.A., Mugny, G., y Moscovici, S., (1986). Les effets paradoxaux du déni dans l'influence sociale. *Cahiers de Psychologie Sociale*, 32, pp. 1-14

- group messages. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, pp. 812-822
- Marques, J., (1990). The black sheep effect: outgroup homogeneity in social comparison settings, en D. Abrams y M. Hogg (eds.), *Social Identity Theory. Constructive and Critical advances*, Londres, Harvester Wheatsheaf
- Martin, R., (1988a). Ingroup and outgroup minorities: Differential impact upon public and private response. *European Journal and Social Psychology*, 18, pp. 39-52
- Martin, R., (1988b). Minority influence and social categorization: A replication. *European Journal and Social Psychology*, 18, pp. 369-373
- Martin, R., (1988c). Minority influence and 'trivial' social categorization. *European Journal and Social Psychology*, 18, pp. 465-470.
- McGarty C., Turner, J.C., Oakes, P.J. y Haslam, S.A., (1993). The creation of uncertainty in the influence process: The roles of stimulus information and disagreement with similar others. *European Journal of Social Psychology*, 23, pp. 17-38
- Mead, G.H., (1970). *Mind, self and society*. Chicago, University of Chicago Press (publicado originalmente en 1934)
- Montail, J.M., (1993). *Soi et le contexte*, Paris, Armand Colin
- Moscovici, S., (1980). Toward a theory of conversion behavior, en L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Nueva York, Academic, Vol. 13
- Moscovici, S., (1991). La denegación, en S. Moscovici, G. Mugny y J.A. Pérez (eds.), *La influencia social inconsciente. Estudios de Psicología social experimental*. Barcelona, Anthropos
- Moscovici, S., Mugny, G. y Pérez, J.A., (1984-85). Les effets pervers du déni (par la majorité) des opinions d'une minorité. *Bulletin de Psychologie*, 38, pp. 365-380
- Moscovici, S. *Toward a social psychology of science*. Manuscrito inédito
- Mugny, G., (1981a). *El poder de las minorías*, Barcelona, RAI
- Mugny, G., (1981b). Identificación social e influencia social. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 1, pp. 124-128
- Mugny, G., Ibáñez, T., Elejabarrieta, F., Iñiguez, L. y Pérez, J.A., (1986). Conflicto, identificación y poder en la influencia minoritaria. *Revista de Psicología Social*, 1, pp. 39-56
- Mugny, G., Kaiser, C. y Papastamou, S., (1983). Influence minoritaire, identification et relations entre groupes: Etude expérimentale autour d'une votation. *Cahiers de Psychologie Sociale*, 19, pp. 1-30
- Mugny, G., Kaiser, C., Papastamou, S. y Pérez, J.A., (1984). Intergroup relations, identification and social influence. *British Journal of Social Psychology*, 23, pp. 317-322
- Mugny, G. y Papastamou, S., (1982). Minority influence and psycho-social identity. *European Journal of Social Psychology*, 12, pp. 379-394.

- Pérez, J.A., Mugny, G. y Navarro, E., (1991). El efecto de la "parálisis intragrupal": niveles de categorización del yo y niveles de influencia social. *Anthropos. Revista de Documentación Científica de la Cultura*, 27/suplemento, pp. 121-132
- Pérez, J.A., Mugny, G., Roux, P. y Butera, F., (1991). Influence via la comparaison, et influence via la validation, en J.L. Beauvois, R.V. Joule y J.M. Montiel (eds.), *Perspectives cognitives et conduites sociales*, Cousselet, Delval, Vol. 3, pp. 81-104
- Petty, R.E., Cacioppo, J.T., (1986). *Communication and persuasion*. Nueva York, Springer-Verlag
- Sánchez-Mazas, M., Pérez, J.A., Navarro, E., Mugny, G. y Jovanovic, J., (1993). De la paralysie intragroupe au conflit normatif: études sur l'avortement, la contraception et la xénophobie, en J.A. Pérez, G. Mugny y cols. *Influences sociales. La théorie de l'élaboration du conflit*, Paris, Delachaux-Niestlé
- Tajfel, H., Billig, M., Bundy, R.P. y Flament C., (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1, pp. 149-178
- Tajfel, H. y Turner, J.C., (1979). An integrative theory of intergroup conflict, en W.G. Austin y S. Worchel (eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, Brooks/Cole
- Turner, J.C., (1981). Towards a cognitive redefinition of the social group. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 1, pp. 93-118
- Turner, J.C., (1991). *Social influence*. Milton Keynes, Open University Press
- Turner, J.C., Hogg, M., Oakes, P.J., Reicher, S.D. y Wetherell, M.S., (1987). Rediscovering the social group. A self-categorization theory. Oxford, Blackwell
- Volpato, C., Maass, A., Mucchi-Faina, A. y Viti, E., (1990). Minority influence and social categorization. *European Journal and Social Psychology*, 20, pp. 119-132
- Wilder, D.A., (1977). Perception of groups, size of oppositions, and social influence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, pp. 253-268
- Wilder, D.A., (1978). Homogeneity of jurors: The majority's influence depends upon their perceived independence. *Law and Human Behavior*, 2, pp. 363-376
- Wilder, D.A., (1990). Some determinants of the persuasive power of in-groups and out-groups: organization of information and attribution of independence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, pp. 1202-1213