



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE EL GIRÓN

CARRERA DE PSICOLOGÍA

INFLUENCIA SOCIAL Y TOMA DE

DECISIONES. ANÁLISIS DE LOS

DISCURSOS DE JÓVENES

UNIVERSITARIOS ENTRE 18 A 25 AÑOS DE

QUITO, ECUADOR DURANTE EL 2022

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Psicología

AUTOR: MOSQUERA ESTRELLA ALEX
SEBASTIÁN

TUTOR: VILLALOBOS ARQUEROS JUAN
ALEJANDRO

Quito - Ecuador

2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Mosquera Estrella Alex Sebastián con documento de identificación N° 1726988569 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 9 de febrero del año 2023

Atentamente,



Mosquera Estrella Alex Sebastián

1726988569

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Mosquera Estrella Alex Sebastián con documento de identificación No. 1726988569, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado/titulación: “INFLUENCIA SOCIAL Y TOMA DE DECISIONES. ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS DE JÓVENES UNIVERSITARIOS ENTRE 18 A 25 AÑOS DE QUITO, ECUADOR DURANTE EL 2022”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de “Licenciado en Psicología”, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 9 de febrero del año 2023

Atentamente,



Mosquera Estrella Alex Sebastián

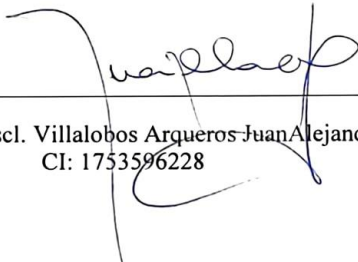
1726988569

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Villalobos Arqueros Juan Alejandro con documento de identificación N° 1753596228, docente de la Universidad Politécnica Salesiana declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “INFLUENCIA SOCIAL Y TOMA DE DECISIONES. ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS DE JÓVENES UNIVERSITARIOS ENTRE 18 A 25 AÑOS DE QUITO, ECUADOR DURANTE EL 2022”, realizado por Mosquera Estrella Alex Sebastián con documento de identificación N° 1726988569, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción investigación, que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 9 de febrero del año 2023

Atentamente,



PscI. Villalobos Arqueros Juan Alejandro Msc
CI: 1753596228

Resumen

El presente trabajo de investigación se refiere al tema de influencia social y toma de decisiones, que se enmarca dentro del campo de la psicología social. Este fenómeno ha sido ubicado como un tema central de análisis en distintas ramas como la economía, el marketing, la política y la psicología debido a su enorme impacto en el comportamiento individual y colectivo en función a las demandas de los entornos sociales.

La propuesta metodológica del proyecto está fundamentada bajo un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, donde se busca determinar la relación entre influencia social y toma de decisiones en jóvenes universitarios. Para el proceso de recolección, análisis e interpretación de datos se realizaron entrevistas semiestructuradas que posteriormente fueron divididas por categorías de análisis y finalmente interpretadas a partir del discurso de los participantes.

El criterio de la población con el cual se trabajó corresponde a ocho jóvenes universitarios en total, cuatro de sexo masculino y cuatro de sexo femenino de entre 18 a 25 años por cada universidad (Universidad Politécnica Nacional, Universidad Central del Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Universidad San Francisco de Quito). Dichos participantes fueron seleccionados a partir de un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Los resultados obtenidos a partir del trabajo de investigación apuntan a que el rechazo social y la presión grupal están estrechamente presentes en las relaciones, vínculos grupales y toma de decisiones de los participantes.

Palabras clave: Influencia social, toma de decisiones, análisis de los discursos.

Abstract

The current investigation work, concerns the topic of social influence and decision-making, which is framed within the field of social psychology. This manifestation has been placed as a central topic of analysis in different branches, such as economics, marketing, politics and psychology due to its huge impact on individual and collective behavior according to the demands of social environments.

The methodological proposal of the project is based on a descriptive qualitative approach, which seeks to determine the relationship between social influence and decision-making in young university students. To the process of data collection, analysis and interpretation, semi-structured interviews were made and divided into categories of analysis and finally interpreted from the participants discourse.

The criterion of the population, corresponds to eight young university students in total, four male and four female between 18 and 25 years old for each university (Universidad Politécnica Nacional, Universidad Central del Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador and Universidad San Francisco de Quito). These participants were selected from a non-probabilistic sampling for convenience.

The results which were obtained from the investigation work, suggest that social rejection and group pressure are closely present in the relationships, group interactions and decision-making of the participants.

Key words: Social influence, decision-making, analysis of discourse.

Índice de Contenido

I. Datos informativos del proyecto.....	1
II. Objetivo	1
III. Eje de la intervención o investigación	2
IV. Objeto de la investigación.....	9
V. Metodología.....	10
VI. Preguntas clave	12
VII. Organización y procesamiento de la información	12
VIII. Análisis de la información	18
IX. Justificación	18
X. Caracterización de los beneficiarios	19
XI. Interpretación	20
XII. Principales logros del aprendizaje	28
XIII. Conclusiones y recomendaciones	29
XIV. Referencias bibliográficas	31

I. Datos informativos del proyecto

- **Título del trabajo de titulación:** Influencia social y toma decisiones. Análisis de los discursos de jóvenes universitarios entre 18 a 25 años de Quito, Ecuador durante el 2022.
- **Nombre del proyecto, estudio y/o grupo de investigación en el que se inserta la práctica de investigación/intervención:** Psicología Social/Comunitaria.
- **Delimitación del tema:** Influencia social y toma de decisiones en jóvenes universitarios entre 18 a 25 años de Quito, Ecuador.

II. Objetivo

Objetivo General: Determinar la relación entre influencia social y toma de decisiones en jóvenes universitarios entre 18 a 25 años diferenciados por nivel socioeconómico mediante el discurso.

Objetivos Específicos:

- Establecer las características socioeconómicas y personales que poseen los jóvenes universitarios.
- Identificar los elementos asociados a la influencia social que afectan a la toma de decisiones en jóvenes universitarios.
- Analizar los procesos de toma de decisiones a los que se enfrentan los jóvenes universitarios.

III. Eje de la intervención o investigación

Todas las personas a lo largo de nuestras vidas nos vemos relacionadas con procesos de influencia social. Nuestras relaciones, pensamientos o hábitos se fundamentan bajo intercambios de información que son ejercidos por los demás. En esta primera parte se procederá a conceptualizar los elementos derivados de la influencia social y al fenómeno en cuestión, con el fin de poder comprender de mejor manera sus manifestaciones, efectos e impacto.

La influencia social corresponde a uno de los objetos de estudio centrales dentro de la psicología social, Allport (1989) lo define como una forma de comprender y explicar la forma en la que los sentimientos, pensamientos y conductas de las personas se ven influenciados por la presencia real o imaginaria de otros.

De la misma manera, a través de la influencia social se pueden comprender diversas interacciones sociales, interpersonales y grupales. Según Huici, Molero, Ángel, & Morales (2012):

La influencia social puede definirse como el conjunto de procesos mediante los cuales las interacciones sociales modifican la percepción, los juicios, los modos de pensar o de actuar de un individuo. Así pues, la influencia social estudia las relaciones interpersonales, las relaciones en el interior de un grupo y las relaciones entre grupos con el fin de comprender por qué un individuo responde de una determinada manera a una situación dada, y cómo hacer para que lo haga de manera diferente. (p. 286)

Uno de los precursores en investigar y poner en relevancia el efecto e impacto de la influencia social y conformidad en grupos fue Solomon Asch, quien a través de sus experimentos desarrollados durante los años 50, contribuyó de gran manera a la identificación de este fenómeno.

Asch (1952) concluyó que las personas presentaban un conflicto respecto a la información procedente de dos fuentes: sus propios sentidos y los juicios de los demás. En este sentido, los sujetos consideraban que existía un error en sus percepciones y que la opción de la mayoría del grupo emitía juicios correctos. De igual forma, Solomon reconoció que algunos individuos decidieron inclinarse a la conformidad grupal por no parecer diferentes y evitar sentir exclusión por parte de los demás.

De hecho, autores como Sherif & Sherif (1953) reconocen que gran parte de las posiciones propias como el comportamiento, juicios y actitudes se originan en las normas sociales, es decir, existe una tendencia a reproducir las normas aceptadas por un colectivo o grupo.

Posteriormente, Deutsch & Gerard (1955) clasifican en dos formas fundamentales a la influencia social, que tienen su origen en la manera que regulamos nuestra conducta en función al entorno. Estas se pueden catalogar como influencia informativa-norma descriptiva y la Influencia normativa-preceptiva. La primera la podemos definir como la inclinación a fiarnos de terceros para adquirir una visión adecuada del medio en el que nos rodeamos. Otra definición asociada al tipo informativo norma-descriptivo viene por parte de Sevillano y Olivos (2019) donde exponen que “Las normas descriptivas indican el comportamiento típico de lo que la mayoría de la gente hace y motivan el comportamiento porque resultan eficaces en la toma de decisiones y son fuente de gratificación por reconocimiento social” (p. 183).

La segunda, es decir, la influencia normativa-preceptiva, Deutsch & Gerard (como se citó en Morales, Moya, Gaviria & Cuadrado, 2007) la catalogan como “Aceptación a las normas y expectativas aprobadas por el medio social en el que se desenvuelven, unas veces para evitar un castigo o el rechazo social otras para conseguir una evaluación positiva (p. 568).

Del mismo modo, Sevillano y Olivos (2019) en relación a este tipo de influencia, acotan que “Indican las reglas de comportamiento, lo que se aprueba o desaprueba socialmente, e implican una sanción si no se cumplen” (p. 183).

A continuación, se mencionan algunos elementos que se relacionan con la influencia social, como la identificación, normalización, conformidad y obediencia.

El primero, correspondiente a la identificación, se lo puede entender desde la propia apreciación del individuo frente a los ideales colectivos o grupales. “La persona debe percibir cierta concordancia entre su identidad colectiva y la de la mayoría. Es decir, tanto la persona a influenciar como el agente de influencia deben compartir una determinada categoría social” (Páez, 2004, p. 676).

De la misma manera, el autor propone una serie de pautas asociadas a procesos de influencia social y la identificación, en la que la persona debe:

1) categorizarse o clasificarse en el mismo grupo social que la mayoría que busca influenciarlo; 2) auto-esteriotiparse como miembro del grupo; aprender las normas estereotipadas de éste e y por ende atribuirse las creencias y las conductas prototípicas del grupo; 3) mostrar conformidad con la mayoría. (Páez, 2004, p. 676)

En cuanto a la normalización, Páez (2004) indica que se trata de “La influencia entre personas de estatus similar ante un estímulo ambiguo que no les implica mucho y del que no tienen una norma previa formada” (p. 673).

Otro elemento asociado a la influencia social y del que vale la pena hablar es la conformidad, que según Myers (2003) consiste en un “Cambio en el comportamiento o en las creencias como resultado de una presión grupal, real o imaginaria” (p. 107).

En este mismo sentido, Asch (1951) puntualiza que el conformismo constituye un proceso de reorganización cognitiva donde el sujeto reestructura sus ideas y pensamientos

acerca del fenómeno sobre el que presenta conformidad, donde se ven involucrados procesos de disonancia cognitiva.

Finalmente, se conceptualiza a la obediencia como último elemento asociado a la influencia social. Para French y Raven (como se citó en Páez, 2004) “La institucionalización de la autoridad y la norma de obediencia a ésta, se asocian a la percepción de los subordinados de que ésta es legítima” (p. 628).

Referente a la obediencia, esta impresión hace alusión a la percepción de obtener una recompensa, respeto o reconocimiento proveniente una persona de mayor jerarquía, donde el afectado se auto percibe con el individuo de alto estatus y con su capacidad de propiciar un castigo (Carson, Carson y Roe, 1993).

Por otro lado, está la persuasión, que no forma parte de un aspecto o elemento asociado a la influencia social pero puede ser entendido como una manifestación de la misma, por lo que es pertinente establecer su significado y características que nos permitirán diferenciarla del tema central de análisis.

La persuasión corresponde a un término que ha tenido un alto grado de relevancia en tiempos pasados y la actualidad. Desde la perspectiva de López (2018) “La persuasión es una forma de la influencia social que está necesariamente relacionada con la manera como los hombres consienten en aceptar lo que se les propone, en un juego de captar la atención, proponer y conseguir aceptación” (p. 2). Es decir, la persuasión estaría ligada a la representación de las diferencias que se experimentan con los pares, con la intención de modificar su manera de pensar.

Este fenómeno ha estado estrechamente vinculado al funcionamiento de las relaciones humanas y a la sociedad en cuestión, dicha idea coincide con lo propuesto por autores como Aronson & Pratkanis (1992) donde sugieren que “Toda sociedad necesita un mecanismo

para tomar decisiones, limar diferencias y coordinar actividades. Nuestra sociedad ha optado por la persuasión” (p. 24).

Una de las diferencias más significativas entre “persuasión” e “influencia social” radica en que la persuasión generalmente se da entre un grupo reducido de personas, mientras que la influencia social característicamente se gesta de manera grupal en la mayoría de situaciones. “Casi todas las facetas de nuestra vida conllevan persuadir a alguien (incluso a nosotros mismos) para que haga las cosas que queremos que haga y así nosotros podamos tener más de lo que queremos” (Lakhani, 2018, p. 27).

En diferentes contextos y época, no todo ha sido benevolente respecto a este fenómeno. Basta con remontarnos a los años cuarenta durante el apogeo del tercer Reich en Alemania, para dimensionar un claro ejemplo de medidas persuasivas que han ido cargadas de mala intención y odio.

El ministro alemán de “ilustración popular” y propaganda desde 1933 hasta 1945, Joseph Goebbels, comprendía el poder de la persuasión. Al dársele el control de las publicaciones, los programas radiales, el cine y las artes, se propuso persuadir a los alemanes para que aceptaran la ideología nazi. (Myers, 2003, p. 145)

Este hecho histórico nos permite tener un acercamiento sobre una manifestación de influencia que ha sido destructiva y negativa para la sociedad, por lo que es prudente iniciar la diferenciación entre influencia social y persuasión, donde una de las principales características se fundamenta en que la primera está mayormente asociada con procesos de influencia colectivos en relación a la segunda, Morales et al., (2007) mencionan además que:

Otra diferencia entre influencia y persuasión radicaría en los objetivos de cambio que ambas proponen. En los estudios que caen bajo la denominación de persuasión, se estudia estrictamente el cambio de actitudes dentro de un paradigma muy concreto, en el cual una fuente dirige un mensaje a una audiencia con la intención de formar,

reforzar o cambiar sus actitudes. Por el contrario, los objetivos de cambio buscados en los denominados fenómenos de influencia, abarcan variaciones en las percepciones, opiniones, actitudes y conductas de las personas, en una variedad de situaciones mucho más amplia que en persuasión. (p. 492)

Una vez explicado esto, procederemos a conceptualizar los aspectos relacionados a procesos de toma de decisiones que forman parte del tercer objetivo específico dentro de la investigación en los que constan la toma de decisiones, juicios de valor, pensamiento crítico y la emocionalidad.

Para autores como Janis & Mann (1977) el proceso de tomar decisiones se fundamenta bajo un proceso que conlleva un conflicto de decisión generador de estrés. Según los autores, esta decisión se ve influenciada por dos factores: la preocupación por pérdidas objetivas y la preocupación por pérdidas subjetivas.

En este mismo sentido, Janis & Mann (1977) hacen hincapié en la importancia de la consideración de la autoconfianza de la persona a la hora de tomar una decisión, ya que este factor puede afectar al proceso de toma de decisiones y verse al mismo tiempo perjudicada por los resultados de una decisión juzgada como exitosa o errónea por los demás.

Así pues, podemos dilucidar en que nuestra toma de decisiones parecería verse influenciada por los demás en caso de no contar con una autoconfianza o autoestima óptima.

En lo que corresponde a la definición de juicio de valor, de manera simplificada un juicio de valor podría catalogarse como una opinión acerca de un objeto o persona en base a creencias, vivencias y valores personales. Para Umanzor (2011) corresponde a:

Una valoración que emitimos acerca de una situación o estado de una cosa, este juicio puede ser correcto o errado, basado en un conjunto particular de valores. El juicio de valor también puede referir a un juicio tentativo basado en una valoración apresurada

y tomada con la información que se tiene en ese momento. Esto puede llegar a tener consecuencias funestas al no tomar la prudencia necesaria. (p. 14)

En relación al pensamiento crítico, Umanzor (2011) propone que “Pensar críticamente está relacionado con la razón, la honestidad intelectual y la amplitud mental en contraposición a lo emocional, a la pereza intelectual y a la estrechez mental” (p. 15).

Otro concepto importante en materia de toma de decisiones es la emocionalidad, que puede ser concebida como un atajo mental y dependiendo de la emoción; una decisión propia o colectiva puede verse modificada o alterada. Bedregal (2010) señala que: “El estado anímico y las emociones incidentales tiene una gran influencia en el juicio y las elecciones”.

Por último, se procederá a conceptualizar al análisis de los discursos ya que representa el método central de construcción del trabajo de investigación. “El discurso es una creencia, práctica o conocimiento que construye realidad y proporciona una forma común de entender el mundo por los individuos y pragmáticamente, es el lenguaje en uso y sus efectos en los distintos contextos sociales” (Urra, Muñoz, & Peña, 2013, p. 52).

“Un discurso se refiere al uso del lenguaje de individuos relacionado a la formación cultural, social y política determinadas por sus interacciones dentro de la sociedad” (Urra et al., 2013).

El discurso también estaría asociado con procesos de influencia tal y como describe Urra et al., (2013):

Es un sistema coherente de significados. Las personas usan sus entendimientos culturalmente disponibles como patrones coherentes de un tópico, por ejemplo; las metáforas, las analogías o las fotos como pinturas de la realidad y son expuestas como enunciados de la realidad, las que solo son posibles de ver a través de algún sistema ordenado de enunciados, es decir un discurso. (p. 52)

IV. Objeto de la investigación

Según Morales et al., (2007) mencionan que a lo largo de nuestras vidas, nos hemos visto estrechamente vinculados con procesos de influencia social. Esto ha permitido que podamos aprender y realizar actividades básicas para la supervivencia humana tales como caminar o hablar, los cuales no podrían ser desarrollados sin la propia interacción con otras personas pertenecientes a nuestro medio, en este caso, nuestros padres si nos remontamos a la edad infantil.

En esta misma línea, podemos llegar a preguntarnos; ¿Cuáles son las fuerzas o motivos que hace que votemos por un partido predeterminado? ¿Por qué nos vestimos según las tendencias de moda anuales? Es por este motivo, que los procesos de influencia corresponden a un tema central y de interés sobre todo para la rama de la psicología social (Morales et al., 2007)

Los procesos de influencia no son del todo adversos, ya nos permiten en gran medida explicar el funcionamiento de las interacciones y relaciones sociales humanas, autores como (Huici et al., 2012) indican que:

Desde la perspectiva de la influencia social se puede analizar la casi totalidad del funcionamiento humano. Por ejemplo, la influencia social permite dar cuenta de cómo el aprendizaje de un niño se ve afectado por el tipo de relación que mantiene con su profesor o con sus compañeros de clase, o de cómo una persona cambia su opinión bajo la presión de un grupo. (p. 286)

Los orígenes de la implementación de esta técnica son tan antiguos como la sociedad misma, en tiempos más arcaicos este término era conocido como retórica, el cual era visto como el arte de perusadir, así lo indica también López (2018), “En la antigüedad griega la retórica estuvo presente como un tema significativo de la reflexión filosófica, asociada a la invención de la justicia y la terapia, al origen de la democracia y el diálogo” (p. 2).

Existe cierta polarización de opiniones respecto a la concepción moral de la persuasión o influencia, volviendo a la antigüedad, algunos filósofos la catalogan como algo “adverso”. Platón por su lado consideraba a la “retórica” como la manera de halagar e influenciar a las personas, apelando a sus peores instintos. Kant, de la misma forma consideraba que esta práctica era indebida porque las personas eran tratadas como un medio a través del cual la persona que ejercía esta habilidad conseguía su cometido (Morales et al., 2007).

Estos fenómenos no solamente pueden limitarse al alineamiento de actitudes y creencias por parte del emisor, sino también afectar a otras áreas del comportamiento humano tales como la constante exposición a redes sociales, la influencia ejercida por la propaganda e incluso estar vinculado a conductas de riesgo ligadas al desarrollo de trastornos de alimentación (Holland & Tiggermann, 2016).

En lo que concierne al presente proyecto de investigación, se busca conocer la relación entre influencia social y toma de decisiones debido al desconcierto y poco conocimiento que se tiene acerca de este fenómeno en el contexto ecuatoriano universitario y los tipos de influencia que se manifiestan en las relaciones personales y grupales de las personas.

Por este motivo, es fundamental conocer más a detalle acerca de los procesos de influencia y su relación en la toma de decisiones en las que se ven inmiscuidos los jóvenes universitarios y la población en general.

V. Metodología

El presente trabajo de investigación se ubica bajo una orientación cualitativa, ya que no implementa un método de recolección de datos estandarizado que, según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos

de vista de los participantes como sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos” (p. 8).

El abordaje de la investigación se fundamenta en un enfoque fenomenológico, donde se pretende buscar y entender las experiencias mediante el discurso de las personas sobre el fenómeno de influencia social y toma decisiones con el fin de obtener varias perspectivas y opiniones referentes a éste. “En este tipo de estudios, pueden implementarse como herramientas de recolección de la información desde la observación, hasta entrevistas personales o grupos de enfoque, con preguntas abiertas, semiestructuradas y estructuradas” (Hernández et al., 2014, p. 493).

Adicionalmente, la investigación tiene un alcance descriptivo debido a que dicho enfoque nos permite describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; y de esta forma detallar cómo son y conocer sus diferentes manifestaciones. “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2014, p. 92).

El método por el cual se interpretó la información se basa en el análisis de los discursos de jóvenes universitarios que para Urra et al., (2013) “Proporciona un marco de referencia para el debate de los valores en la forma de conversar sobre la realidad de otros” (p. 52).

En lo que corresponde al instrumento implementado en el trabajo de investigación, se trató de entrevistas semiestructuradas a jóvenes universitarios provenientes de diferentes universidades seleccionados por su nivel socioeconómico, lo que evidencia la implementación de una técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, que según Otzen y Manterola (2017) “Consiste en seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser

incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p. 230).

El instrumento fue aplicado a personas de sexo masculino y femenino por cada universidad (Escuela Politécnica Nacional, Universidad Central del Ecuador, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Universidad San Francisco de Quito). La información recolectada fue sistematizada utilizando un análisis cualitativo por categorías, donde posteriormente fue analizada e interpretada.

El diseño es considerado como no experimental, debido a que no pretende modificar las variables, por el contrario, se buscará entender la manifestación natural del fenómeno en cuestión y así determinar la relación entre influencia social y toma de decisiones de los jóvenes universitarios.

VI. Preguntas clave

- ¿Qué características socioeconómicas y personales poseen los jóvenes universitarios?
- ¿Qué elementos asociados a la influencia social afectan a la toma de decisiones en jóvenes universitarios?
- ¿Cuáles son los procesos de toma de decisiones a los que se enfrentan los jóvenes universitarios?

VII. Organización y procesamiento de la información

A continuación, se muestra una matriz de doble entrada, donde se relacionó cada objetivo específico que corresponde a una dimensión con las preguntas detalladas en el instrumento, así como las principales observaciones referentes a cada pregunta.

Tabla 1

Observaciones durante las entrevistas en función a cada pregunta.

Objetivo específico 1: Establecer las características socioeconómicas y personales que poseen los jóvenes universitarios.	OBSERVACIONES
¿En qué universidad y cuál carrera se encuentra estudiando?	Se contó con una (1) persona de sexo masculino y femenino por cada universidad provenientes de: Universidad Central del Ecuador, Escuela Politécnica Nacional, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Universidad San Francisco de Quito. En cuanto a la carrera que se encuentran cursando, un total de cuatro (4) jóvenes universitarios estudia carreras relacionadas con ingeniería, dos (2) vinculadas a la salud física, una (1) en humanidades y una (1) en el ámbito financiero.
¿Paga de manera independiente sus estudios?	La mayoría de los jóvenes universitarios participantes del proyecto coincide en recibir apoyo económico de sus padres referente a la financiación de sus estudios, además, las personas tres (3) y cuatro (4) provenientes de la Universidad San Francisco de Quito recalcan que sus estudios son cubiertos con un porcentaje de beca por la universidad. Sin embargo, el sujeto número ocho (8) procedente de la Universidad Central del Ecuador indica que se encuentra trabajando y de esta forma sustenta los gastos adicionales de su carrera.
¿Con quién reside?	De forma unánime los participantes detallan que se encuentran residiendo junto a sus padres, y no de manera independiente. Existen algunas particularidades en lo que concierne a esta pregunta, por ejemplo, la persona número uno (1) de sexo masculino de la Escuela Politécnica Nacional indica que además de vivir con sus padres, vive junto a su abuelo. En el caso de la entrevistada siete (7) procedente de la Universidad Central del Ecuador, señala que solo vive junto a su madre.

¿En qué sector vive? Siete (7) de las ocho (8) personas entrevistadas señalan que se encuentran residiendo al norte de la ciudad de Quito, mientras la que no, indica que vive al sur de la ciudad.

¿Se encuentra trabajando? ¿Dónde? La mayoría de los participantes indica que al momento no se encuentran trabajando y únicamente se mantienen estudiando, sin embargo, dos (2) personas señalan que trabajan a tiempo parcial debido a que le consumiría mucho tiempo. Tal es el caso del participante cuatro (4) de la Universidad San Francisco de Quito, que relata que trabaja dentro de la misma universidad en proyectos individuales, es decir, pasantías referentes a la calidad del agua en Galápagos y sustentabilidad de productos de palma africana. La persona número ocho (8) señala que se encuentra trabajando, pero su modalidad de trabajo consiste en cubrir fines de semana en McDonald's.

Objetivo específico 2:

Identificar los elementos asociados a la influencia social que afectan a la toma de decisiones en jóvenes universitarios.

OBSERVACIONES

¿Qué tipos de actividades realiza en sus tiempos libres? Primordialmente, los entrevistados señalan que la mayor parte del tiempo, dedican tiempo a actividades relacionadas con su carrera o que tengan que ver directamente con ella, fuera de esto, se percibe una inclinación a actividades recreativas tales como: hacer ejercicio, tiempo en redes sociales, jugar videojuegos, leer, salidas sociales con amigos, etc.

¿A qué tipo de personas seguiría? (en redes sociales, reunión o evento social) Existen diversas opiniones en lo que respecta a esta pregunta, el entrevistado No. dos (2) indica que tendría mayor afinidad con la persona que realiza un evento o reunión ya que esta puede percibir cierto interés en su asistencia, los/as entrevistado/as uno (1) tres (3) cuatro (4) y cinco (5) comentan que suelen seguir más a personas que ya conocen en su entorno. Por otro lado, los/as entrevistado/as cinco (5) y siete (7) prefieren relacionarse con gente "animada" o extrovertida y finalmente el participante ocho (8) señala que se vincularía mejor con personas que tengan gustos y cualidades similares a las suyas.

¿De qué clase de personas prestaría atención si hablan de usted? Los participantes de manera general señalan que no les afectaría que hablen acerca de ellos personas que no conocen, sin embargo, para las participantes uno (1), tres (3), cinco (5) y seis (6) hacen especial énfasis en que sería más doloroso o

les afectaría en mayor medida si se trata de un amigo o conocido de su entorno. Para el participante cuatro (4) le afectaría de mayor forma si se trata de personas importantes o que representen una figura de autoridad como un profesor. Para los participantes dos (2) y siete (7) les resulta indiferente de quien provenga el comentario, ya que se perciben como personas introvertidas en base a su relato. Finalmente, el participante ocho (8) hace hincapié en que le resultaría más doloroso un comentario proveniente de su círculo familiar.

¿Cree que en la actualidad, al momento de tomar una decisión es importante conocer la opinión de otras personas?

En relación a esta pregunta, se percibe una opinión mayoritaria en consultar a terceros antes de tomar una decisión, pero se manifiesta en gran medida el tipo de decisión que se vaya a tomar. Las personas uno (1), tres (3) y ocho (8) se percibe notablemente su interés en conocer la opinión de los demás antes de tomar una decisión. En el caso del entrevistado dos (2), cuatro (4), cinco (5), seis (6) y siete (7) se mantienen en una postura de gestión de decisiones más independiente, pero finalmente se decantarían por escuchar a otra persona. Adicionalmente, la persona siete (7) menciona que realiza esta práctica por “validación” de los demás.

¿Considera que la sociedad presta especial atención al estatus o clase social de los demás?

De manera generalizada los ocho (8) entrevistados coinciden en que la sociedad presta especial atención al estatus o clase social de los demás, arrojando algunas opiniones aportativas que son necesarias revisar. Empezando con el entrevistado uno (1), considera que tienen más privilegios y se pueden obtener beneficios de las demás personas, la persona dos (2) indica que la diferenciación se traslada a su día a día donde la gente mediante la primera impresión de la forma en cómo se viste emite comentarios acerca de su posición económica o lugar en el que estudia. El sujeto tres (3) señala que no ha percibido este “trato”, sin embargo, indica que ha notado que demás personas provenientes de una clase social más baja si puede auto percibir rechazo cuando interactúan con personas de mayor estatus o dinero. La persona cuatro (4) considera que las apariencias son importantes y las etiquetas nos permiten tener una primera impresión de algo o alguien, asimismo señala que ha notado que personas se autoexcluyen por tener beca y no estar en el mismo rango de los demás dentro de su universidad. Los/as entrevistado/as cinco (5) y seis (6) afirman que la premisa es verdadera pero no aportan de manera significativa del porqué. La persona siete (7) comenta que tendemos a seguir a individuos con “más dinero” o estatus porque buscamos pertenecer a ese extracto de la sociedad. Finalmente, el sujeto ocho (8) comunica que la sociedad en la actualidad se maneja por grupos y dichos grupos están compuestos por personas del mismo estatus social.

Cuando se encuentra con otras personas en un grupo ¿Se adapta a sus ideas? ¿Qué sucede si no asume las ideas del grupo?

Los/as entrevistado/as uno (1), cinco (5) y seis (6) señalan que no tienen problema en adaptarse a los temas de conversación que puedan surgir y se catalogan como personas abiertas. En el caso del sujeto dos (2) comenta que podría adaptarse, pero no hablar al respecto ya que las personas generalmente tienen su criterio muy aferrado. La persona tres (3) indica que prefiere guardar su ideología o pensamientos personales con personas con las cuales no tenga mucha confianza. El sujeto cuatro (4) por el contrario asume una postura de no cuestionamiento acerca de lo que piensa el grupo. La persona siete (7) ha sentido que tiene que adaptarse al grupo, pero no siempre se alinea con las ideas o convicciones que este pueda tener. El sujeto ocho (8) prefiere relacionarse con personas que tengan una opinión similar para sentirse con mayor confianza de dar su punto de vista u opinión.

En lo que respecta a lo que pasaría si no asumen las ideas grupales la mayoría prefiere tomar una postura distante con el grupo o tratar de escuchar la opinión diferente a modo de retroalimentación. A su vez el sujeto cuatro (4) señala que “suele existir confrontación de ideas, pero las personas tienden a adaptar sus ideas a las del grupo dominante”. Asimismo, la persona seis (6) enfatiza que: “Al no adaptarse a las ideas del grupo, muchas veces te hacen de lado”

¿Se ha sentido presionado o intimidado en un grupo al punto de tener que cambiar su punto de vista?

Existen opiniones polarizadas en los participantes, algunos han experimentado este comportamiento adoptado por un grupo como lo son las personas uno (1), dos (2) y ocho (8) que enfatizan acerca de la presión grupal y su accionar en sus propias tomas de decisiones, donde incluso se han visto forzados a pensar de determinada manera y la entrevistada uno (1) indica que ha sentido mucho agobio y estrés cuando esto sucede. Por otra parte los participantes tres (3), cuatro (4), cinco (5), seis (6) y siete (7) argumentan no haber experimentado esta situación, sin embargo, consideran mantenerse fieles a sus convicciones y razones, por lo que preferirían distanciarse de ese grupo.

Objetivo específico 3:

Analizar los procesos de toma de decisiones a los que se enfrentan los jóvenes universitarios.

OBSERVACIONES

¿Le resulta fácil confiar en los demás en un nuevo entorno?

Siete (7) de los ocho (8) participantes coincide en que no confían inicialmente en los demás en un nuevo entorno, dependiendo de cómo se muestre la persona, amigos en común, o percibir si se trata de una persona fiable. El entrevistado ocho (8) por el contrario señala que le resulta demasiado fácil confiar en los demás debido a que hay

	<p>personas que tienen carisma o cualidades sociales que le incitan a confiar.</p>
<p>¿En qué se basa para tomar decisiones?</p>	<p>Mayoritariamente los participantes tres (3), cuatro (4), cinco (5), siete (7) y ocho (8) respondieron que se basan en experiencias tanto propias como de otras personas. En el caso de los entrevistados uno (1), dos (2) y (6) conciben a la toma de decisiones como una acción de riesgo-beneficio, es decir, los pros y contras que obtendrían en optar por determinada decisión.</p>
<p>¿Si se encuentra rodeado en un grupo de personas, le resulta fácil o difícil tomar una decisión?</p>	<p>Los participantes dos (2), cinco (5), seis (6), siete (7) y ocho (8) comulgan en que es más sencillo el tomar una decisión al encontrarse rodeados por más personas, debido a que señalan en que es más fácil adaptarse a la decisión de la mayoría y es más sencillo sumarse a la propuesta colectiva. En el caso de la persona uno (1) señala que es más complicado debido a que hay menos tiempo para analizar todas las perspectivas y de igual forma no todas las personas se adaptan al consenso de estar de acuerdo con algo. La participante tres (3) por su lado, señala que es algo complicado debido a que cuando aumenta el número de personas en un grupo, su participación se vuelve nula ya que percibe que los demás pueden dar mejores aportaciones. Y para el entrevistado cuatro (4) indica que no tiene relevancia ya que él se basa en su predisposición y opinión propia.</p>
<p>¿Considera que es una persona objetiva y neutral tomando decisiones?</p>	<p>Los participantes uno (1), tres (3), siete (7) y ocho (8) relatan que suelen tener de por medio emociones, pensamientos o sentimientos, que pueden afectar a la neutralidad al momento de tomar una decisión. Por otro lado, los sujetos dos (2), cuatro (4), cinco (5) y seis (6) se perciben como personas neutrales tomando decisiones, indicando que se les facilita diferenciar aspectos subjetivos de la neutralidad al momento de tomar una decisión.</p>
<p>¿Qué hace para tomar decisiones? ¿Le resulta fácil o difícil tomar decisiones?</p>	<p>De manera casi general, las personas uno (1), dos (2), cuatro (4), cinco (5), seis (6), siete (7) y ocho (8) indican que analizan detalladamente las alternativas y opciones antes de tomar una decisión. La persona tres (3) hace énfasis en que sus emociones y sentimientos actúan de manera negativa ya que le impiden pensar con claridad a como lo haría normalmente.</p>

Nota. Elaboración propia

VIII. Análisis de la información

El trabajo de investigación se fundamenta bajo un tipo de análisis de contenido cualitativo por categorías, el cual es implementado con frecuencia en trabajos de investigación en el área de la psicología o ciencias sociales; tal y como explica Echeverría (2005) “La versión cualitativa pretende interpretar los significados, suponiendo en ellos un contenido manifiesto y un contenido latente” (p. 6).

En el mismo sentido Ibáñez (como se citó en Echeverría, 2005) complementa esta idea añadiendo que “El investigador es considerado parte del proceso, interviene en él, sin la pretensión de ser objetivo para capturar una realidad dada, sino más bien busca reflejar el azar y transformarlo en sentido” (p. 6).

Del mismo modo se señala que cuando se implementa este tipo de análisis “No se busca reconstituir el discurso social en su conjunto y globalidad, sino más bien rescatar temáticas, ideas y sentires que se encuentran presentes en las narrativas recogidas” (Echeverría, 2005, p. 9).

IX. Justificación

El aporte que se pretende lograr con el trabajo de investigación es fundamental debido a las nuevas formas que nos permiten emitir y recibir un mensaje o estímulo (whatsapp, twitter, instagram) sin restar importancia a la interacción personal con la que ya estamos familiarizados. De hecho, autores como Deutsch & Gerard (1955) consideran que las interacciones basadas en el contacto interpersonal entre miembros de un grupo, es decir, la interacción cara a cara, propicia los procesos de influencia social.

Al tratarse de un fenómeno intangible y del cual poco se ha hablado fuera del campo de la psicología social, al día de hoy conocemos de primera mano sus efectos, pero sus causas aún se mantienen en el desconcierto en gran parte de la población. El presente trabajo pretende contribuir a nivel teórico sobre el conocimiento de los tipos y categorías que abarcan

este tipo de temáticas, para así lograr colaborar con el bagaje académico en un tema que ha sido de interés desde los inicios del estudio de la psicología y que cobra más sentido aún en tiempos modernos.

Además de la contribución teórica, a nivel metodológico el trabajo investigativo aporta desde una perspectiva cualitativa, el conocimiento necesario para determinar a través del discurso, la relación entre influencia social y su manifestación en toma de decisiones de los estudiantes universitarios.

X. Caracterización de los beneficiarios

El trabajo de investigación está dirigido a jóvenes universitarios provenientes de universidades de la ciudad de Quito, dichas universidades fueron seleccionadas con el fin de cubrir los distintos niveles socioeconómicos de la población universitaria.

La población objetivo con la que se trabajó en el presente proyecto fueron jóvenes universitarios de entre 18 a 25 años, la muestra que se utilizó fue de ocho personas (cuatro hombres y cuatro mujeres) que se encuentren actualmente estudiando en un centro universitario y que se encuentren residiendo dentro de la ciudad de Quito.

Se implementó un tipo de muestreo no probabilístico debido a que los sujetos de estudio no fueron escogidos al azar o de forma aleatoria, esto con el fin de analizar a fondo las características de la muestra establecidas por el investigador. Asimismo, el muestreo fue específicamente intencional o por conveniencia debido a que “Este método se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas cualitativamente, mediante la inclusión de grupos aparentemente típicos” (Hernández & Carpio, 2019, p. 78).

Una vez aplicado el instrumento, se pudo notar que la muestra seleccionada tenía condiciones personales similares a pesar de encontrarse en niveles socioeconómicos variados. Esto se evidencia en que todos los participantes convivían aún con sus padres y la mayoría no

se encontraba trabajando, quitando a dos personas que supieron indicar que parte de su trabajo estaba vinculado con la misma universidad en forma de pasantías.

Además, siete de ocho participantes indicaron que residían al norte de la ciudad de Quito, mientras que uno señaló que vivía al sur de la ciudad. El nivel de participación fue alto por parte de todos los participantes donde muchos de ellos se mostraron interesados por el tema e hicieron preguntas adicionales acerca de la investigación.

Por último, los elementos que pueden ser considerados relevantes para ser tomados en cuenta en proyectos de investigación similares, es la ampliación del tema acerca de influencia social en diferentes contextos y con poblaciones que no sean tan típicas como se encuentran actualmente especificados en textos que abordan el fenómeno.

XI. Interpretación

Interpretación de los resultados

Para el análisis de los discursos extraídos de las entrevistas realizadas a jóvenes universitarios, tomaremos como referencia el marco teórico del presente trabajo de investigación, donde se relacionará la parte teórica con las citas provenientes de los entrevistados.

Elementos asociados a la influencia social

En lo que corresponde al tipo de influencia informativa-norma descriptiva, se pudo evidenciar que varios de los participantes coinciden con la manifestación de este elemento asociado con la influencia social que consiste en la inclinación a fiarnos de terceros para adquirir una visión adecuada del medio en el que nos rodeamos (Deutsch & Gerard, 1955).

Esto se puede evidenciar y destacar de manera clara en el siguiente discurso: *“Soy desconfiada si es que obviamente no conozco, pero si son dentro de amigos de mis amigos si confío un poco”* (entrevistado 5). De esta manera podemos entender que la mayoría de los jóvenes universitarios prefieren fiarse o vincularse con los demás incluso si se tratase de

desconocidos con el fin de establecer una visión adecuada de su entorno o de un grupo nuevo.

Así también, de acuerdo con Sevillano y Olivos (2019) “Las normas descriptivas indican el comportamiento típico de lo que la mayoría de la gente hace y motivan el comportamiento porque resultan eficaces en la toma de decisiones” (p. 183). Analicemos la siguiente cita donde se puede ver el funcionamiento de este tipo de influencia desde otra perspectiva: *“Trato de adaptarme al grupo en el que esté, y como que tengo que estar de acuerdo con esas personas” (entrevistado 7).*

Primordialmente lo que se puede resaltar con lo anterior mencionado, es que los participantes al momento de encontrarse en nuevo entorno o situación a las que estaban poco familiarizados, tienden a confiar y seguir el comportamiento mayoritario para poder tener una visión más clara de una situación o lugar, donde de acuerdo a las entrevistas realizadas se pudo recabar y observar que las opiniones mayoritarias pueden jugar un papel fundamental en la toma de decisiones de las personas si se encuentran en el rol de “persona nueva” en determinado entorno o lugar.

Referente al tipo de influencia normativa-preceptiva, que según Deutsch & Gerard (como se citó en Morales et al., 2007) se define como “Aceptación a las normas y expectativas aprobadas por el medio social en el que se desenvuelven, unas veces para evitar un castigo o el rechazo social otras para conseguir una evaluación positiva (p. 568).

La mayoría de los participantes concordó en haber percibido rechazo o incomodidad al encontrarse en situaciones donde el grupo poseía un pensamiento generalizado o sus ideas y creencias permanecían fuera de la aceptación grupal. Esto se manifiesta en el siguiente relato: *“Prefiero guardarme mi ideología y no entrar en conflicto porque no sé cómo la otra persona vaya a reaccionar” (entrevistado 3).*

Concretamente en esta cita, la persona hace alusión de que prefiere no opinar sobre temas ideológicos principalmente ya que esto podría ocasionarle hacia los demás una opinión

dispar, además se aprecia que existe un fuerte estigma en la actualidad en relación a la posición ideológica de las personas ya que varios entrevistados se mostraban algo herméticos en responder preguntas que podían traer a colación temas ideológicos o de carácter personal, por tanto, esto podría estar vinculado a una correlación entre demostración de posturas ideológicas o personales, con rechazo en el medio social.

Así también, podemos asociar la definición de influencia prescriptiva de Sevillano y Olivos (2019) donde mencionan que “Indican las reglas del comportamiento, lo que se aprueba o desaprueba socialmente, e implican una sanción si no se cumplen” (p. 183). Varios entrevistados exteriorizaron el haberse percatado de recibir una “sanción” o desaprobación grupal cuando no se alineaban a la opinión colectiva mayoritaria, dicho concepto se manifiesta en la cita a continuación: *“Creo que depende del grupo, porque hay gente que lo toma bien y siguen normalmente, pero hay otros que te hacen de lado”* (entrevistado 6). Si bien se entiende que no todos los grupos sociales son iguales, se pudo notar a través del discurso de los jóvenes universitarios una fuerte percepción de rechazo, desaprobación e incluso exclusión directa por parte de un grupo al no cumplirse con los estatutos o pensamientos establecidos por el mismo.

De esta forma, se percibe que los dos tipos de influencia (descriptiva y preceptiva) están presentes en la toma de decisiones de los jóvenes universitarios que, mediante su discurso, muestran una mayor tendencia por el tipo preceptivo.

La siguiente subcategoría corresponde a la normalización, que su significado expresa “La influencia entre personas de estatus similar ante un estímulo ambiguo que no les implica mucho y del que no tienen una norma previa formada” (Páez 2004, p. 673).

Cuando se formuló a los participantes las preguntas asociadas con esta subcategoría de influencia, una fracción supo indicar que podrían adaptarse a las ideas o pensamientos grupales principalmente si no poseían información a detalle o si percibían un estímulo

relativamente nuevo, esto puede apreciarse en la siguiente cita: *“Tomaría su punto de vista y lo compararía con el que yo tengo y si veo que ellos tienen más puntos que tienen sentido, yo trataría de cambiar mi perspectiva o cambiaría de opinión”* (entrevistado 1).

Mediante este relato podemos comprender la adaptación al punto de vista mayoritario o también puede entenderse como la aceptación a las normas implícitas grupales, donde en determinados grupos si no son aceptadas pueden tener como consecuencia una sanción, por ende, este participante está presto a escuchar lo establecido por el grupo, pero para evitar una confusión frente a sus ideales o entrar en disonancia cognitiva prefiere adaptarse a la opinión generalizada.

La implantación de normas sociales implícitas o explícitas que se adoptan y rigen dentro de un grupo, generalmente son constituidas por personas del mismo estatus social, esto trae consigo segmentación hacia personas que sean de un estatus diferente y determina en gran medida las relaciones personales de los participantes dentro del grupo. Esta premisa se menciona en esta cita: *“La sociedad se maneja por grupos a mi parecer (...) se ve a menudo esas relaciones personales con personas del mismo estatus social”* (entrevistado 8).

Adicionalmente, es importante mencionar que, dentro de esta subcategoría, en ocasiones los participantes no solo asumían una posición de “afectado” o persona influida, también podían encontrarse en un rol ejecutante tal y como se señala en la cita a continuación: *“Luego de haber dicho alguna cosa y le haya parecido bien a la otra persona, si siento que cambió lo que ellos decían”* (entrevistado 4). De esta manera se puede entender que los procesos de influencia social toman una orientación bidireccional y las personas que son influidas también pueden adoptar una postura influyente.

Respecto a las preguntas sobre conformidad, que corresponde a otro elemento asociado con influencia social, los entrevistados indicaron que han percibido desde su posición o de manera externa, presión grupal real o simbólica que ha traído una modificación

a la hora de tomar decisiones de manera diferente a como lo harían en solitario, la teoría se alinea con este argumento ya que para Myers (2003) la conformidad es un “Cambio en el comportamiento o en las creencias como resultado de una presión grupal, real o imaginaria” (p. 107).

Este elemento asociado a procesos de influencia fue mencionado en reiteradas ocasiones y por la mayoría de los participantes, donde se lo puede analizar desde el siguiente discurso que ejemplifica un tipo de presión real: *“Si, por la presión social de que un grupo dice si, (...) al haber tantas personas que están diciendo una cosa, tú no tienes los suficientes argumentos para defender lo que quieres” (entrevistado 1).*

Aquí se puede apreciar que el participante a pesar de poder mantenerse discordante frente a una posición generalizada que mantiene el grupo, prefiere adaptar sus argumentos a la opinión mayoritaria para poder tener aceptación y coherencia entre sus pensamientos e ideas, donde autores como Asch (1951) puntualizan que el conformismo constituye un proceso de reorganización cognitiva donde el sujeto reestructura sus ideas y pensamientos acerca del fenómeno sobre el que presenta conformidad, donde se ven involucrados procesos de disonancia cognitiva.

La siguiente cita en su defecto, evidencia un tipo de presión grupal imaginaria o simbólica *“En un grupo me decían como que “oye ven, si no vienes me enoja”, me intentaban presionar” (entrevistado 2).* Ahora bien, en este relato se puede dar cuenta de la adopción de represalias o castigos por parte del grupo al miembro que se encuentra desacorde con el pensamiento o norma implícita, donde a través del enojo o intimidación se busca ajustarlo a la perspectiva normativa general.

Finalmente, en lo que concierne al último elemento asociado a influencia social, corresponde a la obediencia, donde esta impresión apoya la percepción de obtener una recompensa, respeto o reconocimiento de una persona de alto estatus. Está asociada con el

proceso de percibirse con el individuo de alto estatus y con su capacidad de propiciar un castigo (Carson, Carson y Roe, 1993).

Se pudo obtener una cita que demuestra en gran medida la obediencia hacia una figura de autoridad y la afectación que tendría hacia el entrevistado: *“Creo que me afectaría más si son personas que considero que me parecen importantes, por ejemplo, un profesor (...) supongo que también tiene que ver por lo que se relaciona con una figura de autoridad, pero más con el hecho de fracasar en algo que debería saber”* (entrevistado 4).

La obediencia puede actuar incluso en contra de los propios principios morales de las personas, sin embargo, este no es el caso ya que refleja la importancia que le da el participante a la opinión del individuo de alto estatus en sus estudios y la manera en que este podría actuar de manera negativa si efectúa un comentario académico que no pueda responder.

Para French y Raven (como se citó en Páez, 2004) “La institucionalización de la autoridad y la norma de obediencia a ésta, se asocian a la percepción de los subordinados de que ésta es legítima” (p. 628). Es así que dentro del ámbito académico o en un aula de clases de universidad, se percibe a los profesores, ayudantes de cátedra o rector como figuras de alto estatus o autoridad, donde la persona subordinada implícitamente considera sus ideales, pensamientos o comportamiento como legítimos y si recibe una opinión en desaprobación por parte de una de estas figuras, puede percibir una sensación de ansiedad o fracaso.

Procesos de toma de decisiones

La toma de decisiones puede considerarse como un proceso en el que un individuo o grupo de individuos se ven involucrados en escoger entre una o varias alternativas. Para autores como Janis & Mann (1977) el proceso de tomar decisiones se fundamenta bajo un proceso que conlleva un conflicto de decisión generador de estrés. Según los autores, esta

decisión se ve influenciada por dos factores: la preocupación por pérdidas objetivas y la preocupación por pérdidas subjetivas.

Es de esta manera que el proceso para tomar una decisión puede para algunas personas no ser del todo fácil o intuitivo ya que representa en muchos casos un desencadenante de estrés o sobrepensamiento en los hechos o situación.

Referente a la categoría de procesos de toma de decisiones, se desglosan tres subcategorías a analizar las cuales son: juicio de valor, pensamiento crítico y emocionalidad.

Iniciando con juicio de valor, se lo puede definir como una opinión acerca de un objeto o persona en base a creencias, vivencias y valores personales. Se pudo recabar información relevante y asociada a este tipo de opinión, la cual se describe en las siguientes citas: *“Como yo estoy en una universidad pública no vamos tan arreglados que digamos, en cambio aquí un estudiante de la Salesiana viene con camisa o ropa de marca, entonces como que si nos diferencia.”* (entrevistado 2).

El comentario emitido por el entrevistado denota que existe una polarización entre personas de la universidad pública y privada en base a su forma de vestir y que, a simple vista mediante su aspecto, se puede saber en la universidad que estudian y, por ende, determinar su nivel socioeconómico. Se trata de un juicio de valor porque es de carácter apreciativo basado en el criterio personal del entrevistado e implica una estimación dicotómica.

Otro ejemplo de la apreciación de un juicio de valor se evidencia en la siguiente cita: *“Pero en general creo que si es importante las etiquetas como que dan la primera impresión de las personas y la primera impresión permite que la gente se comunique o no se comunique, etc.”* (entrevistado 4).

Aquí concretamente se habla sobre el etiquetado en las personas o también entendido como una clasificación hacia individuos para llegar a una valoración rápida del mundo que nos rodea sin tener que hacer un análisis exhaustivo constante. El entrevistado indica que es

fundamental establecer estas atribuciones iniciales a las personas para poder entablar una conversación o ver si es fiable comunicarse, este relato parte de la concepción de un juicio de valor por su carácter basado en criterio personal.

Una vez revisadas y analizadas las citas asociadas a juicios de valor, nos adentramos en la siguiente subcategoría de procesos de toma de decisiones que corresponde al pensamiento crítico, el cual Umanzor (2011) añade que: “Pensar críticamente está relacionado con la razón, la honestidad intelectual y la amplitud mental en contraposición a lo emocional, a la pereza intelectual y a la estrechez mental” (p. 15).

En cuanto a las preguntas que estaban direccionadas a conocer el pensamiento crítico o racionalidad de los participantes, se encontraron las siguientes citas: *“Sí, no veo el hacerle daño a alguien más, soy neutral, deajo muy aparte las emociones para poder tomar una decisión”* (entrevistado 6). Y *“Si, creo que no soy como sentimentalista en ese sentido para tomar una decisión o algo, siempre soy lo más neutral posible, lo más objetivo y por ahí sensato también”* (entrevistado 8). La mayoría de entrevistados varones supieron indicar que se les facilitaba apartar sus emociones o sentimientos al momento de tomar una decisión, tal y como se expone en las citas descritas que resumen y ejemplifican la opinión mayoritaria de los entrevistados de sexo masculino.

Lo que se pudo observar en referencia al pensamiento crítico, es que los cuatro participantes varones de los ocho entrevistados coincidieron en ser neutrales, objetivos y críticos en su proceso de toma de decisiones.

En materia de emocionalidad, antes de pasar con los discursos de los participantes, se debe entender su conceptualización, la emocionalidad puede ser concebida como un atajo mental y dependiendo de la emoción; una decisión propia o colectiva puede verse modificada o alterada. A continuación, se mencionan las citas relacionadas con esta subcategoría: *“Soy más sentimental, me deajo llevar mucho por el corazón y lo emocional, eso a veces me afecta*

en las decisiones que tomo y por eso necesito que otras personas externas (...) me digan "sabes que, yo opino esto" (entrevistado 3).

En la cita anterior mencionada, se identifica a una persona que cumple con las características para ser considerada emocional y señala esto afecta en gran medida su toma de decisiones ya que cuando se encuentra con un momento que le involucra emociones fuertes o sentimientos, se le imposibilita tomar una decisión de forma individual, por lo que necesita de un tercero para validar su opinión en torno a un momento o situación. La siguiente cita evidencia una postura similar: *“No sería tan objetiva o neutral, a veces si me dejo llevar por mis sentimientos o alguna otra cosa” (entrevistado 7).*

Del mismo modo, esta participante indica que sus sentimientos o emociones no le permiten lograr objetividad o tener un pensamiento crítico en su toma de decisiones, donde ambos relatos pueden entenderse desde la postura de Bedregal (2010) que señala: *“El estado anímico y las emociones incidentales tiene una gran influencia en el juicio y las elecciones”.*

A diferencia de la anterior subcategoría, en esta se aprecia que las cuatro participantes restantes de sexo femenino de los/as ocho en total, coinciden en ser más emocionales y señalan que involucran sentimientos y aspectos subjetivos en sus procesos de toma de decisiones.

XII. Principales logros del aprendizaje

La elaboración de este trabajo de investigación me hizo adentrar más en la psicología social, los fenómenos y efectos grupales que giran en torno a esta rama de la psicología.

Además de los aprendizajes teórico-prácticos, el elaborar una investigación de índole cualitativa me permitió tener una visión más amplia sobre las manifestaciones del tema y lograr un acercamiento más personal con las personas, esto propicia el reforzamiento de la escucha, la empatía, y el tener siempre presente que dentro de esta carrera se trabaja por

medio de personas con perspectivas y cosmovisiones diferentes que los hacen sujetos singulares y heterogéneos.

Hoy en día el modo de investigar ha evolucionado conforme han pasado los años, se cuentan con libros digitales, documentos, e incluso aplicaciones y programas que nos facilitan en mayor medida el desarrollo de una investigación, pero nunca dejará de ser importante el adentrarse en la información física y presencial que nos permite poder tener un contacto *vis a vis* con el tema a investigar.

XIII. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El propósito general del trabajo de investigación fue: “Determinar la relación entre influencia social y toma de decisiones en jóvenes universitarios entre 18 a 25 años diferenciados por nivel socioeconómico mediante el discurso”, por lo que se elaboró una serie de objetivos específicos que permitirían llegar a esta meta.

Referente al primer objetivo específico planteado, se pudo conocer y establecer las características socioeconómicas y personales acerca de los participantes, donde se evidenció que todos y todas aún conviven con sus padres a pesar de encontrarse en niveles socioeconómicos variados, además se pudo constatar que toda la muestra se ve relacionada en procesos de influencia social.

En cuanto al segundo objetivo específico que corresponde a “Identificar los elementos asociados a la influencia social que afectan a la toma de decisiones en jóvenes universitarios” se pudo encontrar que:

Mediante el análisis de discursos de los jóvenes universitarios, se encontró la presencia y manifestación de todos los elementos asociados a la influencia social que se incluyeron dentro de la investigación, aunque resaltan principalmente en sus relaciones y vínculos grupales los tipos de: influencia normativa preceptiva y conformidad; que dichos

elementos explican procesos de influencia relacionados al rechazo social, castigo y presión real o imaginaria.

De igual forma, se refleja que los participantes del proyecto de investigación a través de su discurso demuestran preferir mantener una posición de aceptación y conformidad grupal frente a estímulos generadores de estrés o tensión, principalmente cuando se ven involucrados en situaciones de interacción grupal que les demandan adaptación a normas implícitas o explícitas, lo que demuestra una sólida relación entre influencia social y toma de decisiones en la muestra seleccionada.

En cuanto al tercer objetivo planteado que corresponde a “Analizar los procesos de toma de decisiones a los que se enfrentan los jóvenes universitarios”, el análisis de los discursos refleja que:

Las participantes del proyecto de investigación de sexo femenino afirman que tienden a tomar decisiones desde el plano emocional y subjetivo, mientras que los participantes de sexo masculino señalaron ser más analíticos y objetivos en su proceso de toma de decisiones. De igual forma, mediante el discurso de los participantes se puede concluir en que el proceso de toma de decisiones generalmente se ve influenciado por las ideas de los demás a través del establecimiento de normas grupales implícitas o explícitas, conformidad grupal o presión social que demuestra la relación entre procesos de influencia y toma de decisiones en el medio social.

Recomendaciones

- Es importante ahondar en próximos trabajos de investigación de esta índole, acerca de las relaciones interpersonales de los jóvenes universitarios ya que pueden existir diversas variables o aspectos dentro de su entorno que pueden propiciar fenómenos de influencia.

- En el futuro se debe priorizar el establecimiento de trabajos en relación a toma de decisiones, pero desde una perspectiva mayormente diferenciada por sexos, ya que se pudo encontrar que existen diferencias significativas entre hombres y mujeres al momento de encontrarse en una situación determinada de toma de decisiones.
- En caso de realizarse un próximo trabajo de investigación relacionado a este tema, es pertinente tomar en cuenta muestras variadas o contextos diferentes que se alejen de los típicos para conocer desde otra perspectiva la actuación de los procesos de influencia.

XIV. Referencias bibliográficas

Allport, G., & Giddens, A. (1989). *La personalidad y su formación en la adolescencia*. La Habana: Pueblo y Educación.

Aronson, E., & Pratkanis, A. (1992). *La era de la propaganda (uso y abuso de la persuasión)*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Asch, S. (1951). *Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment*. Pittsburgh: Carnegie Press.

Asch, S. (1952). *Social Psychology*. Oxford: Oxford University Press.

Batlle, S. (2007). Clasificación en paidopsiquiatría. Conceptos y enfoques: enfoque cognitivo-conductual. *Universitat Autònoma de Barcelona*.

Bedregal, P. (2010). Reflexiones en torno a las emociones en la toma de decisiones éticas en medicina. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 21-30.

Carson, P., Carson, K. D., & Roe, C. (1993). Social power bases: A meta-analytic examination of interrelationships and outcomes. *Journal of Applied Social Psychology*, 1150-1169.

Chaiken, S., & Eagly, A. (1976). Communication modality as a determinant of message persuasiveness and message comprehensibility. *Journal of Personality and*

Social Psychology.

Deutsch, M., & Gerard, H. (1955). *A study of normative and informational social influences upon individual judgment*. New York: Research center for human relations.

Echeverría, G. (2005). *Análisis cualitativo por categorías*. Santiago de Chile: Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

Galarsi, M., Medina, A., Ledezma, C., & Zanin, L. (2011). Comportamiento, historia y evolución . *Fundamentos en humanidades*.

Garrido, A., & Alvarado, J. (2007). *Psicología Social: Perspectivas psicológicas y sociológicas*. Madrid : McGraw Hill.

Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo . *Revista científica del instituto nacional de salud*, 76-79.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw Hill.

Holland, G., & Tiggermann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes.

Huici, C., Molero, F., Ángel, G., & Morales, J. (2012). *Psicología de los Grupos*. Madrid: UNED.

Ibáñez, J. (1994). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica* . Madrid: Siglo XXI Editores.

Janis, I., & Mann, L. (1977). *Decision Making. A psychological analysis of conflict, choice, and commitment*. New York: Free Press.

Lakhani, D. (2018). *Persuasión: El arte de influir en las personas*. New Jersey: Amat editorial.

López, R. (2018). Retórica antigua, nueva retórica, figuras del pensamiento y

resumen de argumentos. *Apunte docente*, 18.

Morales, F., Moya, M., Gaviria, E., & Cuadradro, I. (2007). *Psicología Social*. Madrid: McGraw Hill.

Myers, D. (2003). *Psicología Social*. México D.F: McGraw Hill.

Páez, D. (2004). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson Educación.

Páez, D., Marques, J., & Insúa, P. (1994). *Cognición social. En J. F. Morales (Ed.), Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.

Ruiz, M. Á., Díaz, M., & Villalobos, A. (2012). *Manual de técnicas de intervención cognitivo conductuales*. Bilbao: UNED.

Sevillano, V., & Olivos, P. (2019). Comportamiento social y ambiente: Influencia de las normas sociales en la conducta ambiental. *Papeles del psicólogo*, 182-189.

Sherif, M., & Sherif, C. (1953). *Groups in harmony and tension*. New York: Harper & Brothers.

Turner, R., & Kylian, L. (1987). *Collective Behavior*. Englewood Hills: Prentice Hall.

Umanzor, C. (2011). ¿Cómo enseñar a tomar decisiones acertadas? Proceso para tomar decisiones. San Salvador: Casa Barak.

Urta, E., Muñoz, A., & Peña, J. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud. *Enfermería Universitaria*, 50-57.