

vastados por el sida: hemofílicos, homosexuales masculinos y drogadictos (Fisher y Fisher, 1992b), y aumenta la evidencia de que los heterosexuales también se hallan en riesgo (Ickovics y Rodin, 1992). Con todo, sin importar la orientación sexual, las personas jóvenes sexualmente activas todavía no tienen la costumbre de tomar las medidas preventivas, como el uso del condón (Catania, Coates, Stall, Turner, Peterson, Hearst, Dolcini, Hudes, Gagnon, Wiley y Groves, 1992; McCusker, Stoddard, McDonald, Zapka y Mayer, 1992).

¿Por qué corren el riesgo de entregarse al sexo no protegido? Un factor potencialmente importante son las actitudes. Muchos tienen una actitud negativa hacia el uso del condón o hacia instigar a los demás a adoptar estrategias de protección (por ejemplo, la abstinencia) pues creen que tienen consecuencias indeseables. Por ejemplo, quizá una joven piense que su novio se sentiría insultado si le pide que se ponga un condón, o un muchacho opinará que los condones reducen el placer y que, por otro lado, su novia está totalmente sana. Pero la realidad es que el VIH se ha infiltrado entre la población en general y cualquier contacto sexual sin protección es riesgoso.

En este capítulo, describiremos las investigaciones de la psicología social y las teorías sobre las actitudes. Empezaremos por definir el concepto de actitudes y después analizaremos su formación. Seguiremos con la descripción de su efecto en el procesamiento de la información y, por último, abordaremos el influjo de las actitudes en la conducta. Vamos a centrarnos en aspectos de las actitudes importantes desde el punto de vista social, como las conductas sexuales y las enfermedades de transmisión sexual.

## Definición de las actitudes

El término *actitud*, es común en la vida diaria y cualquiera tiene una idea de su significado. "Zutano ama los arces", "Perengana piensa que es conveniente castigar con la pena de muerte a los asesinos", "Mengano es un prejuicioso intolerante" o "Ellos respaldan la política de la ONU en Bosnia" son ejemplos cotidianos del concepto de actitudes.

¿Cómo definen las actitudes los psicólogos sociales? A través de los años, se han propuesto muchas definiciones, de las simples (como "lo que gusta y lo que no gusta", Bem, 1970) a las complicadas (como "un estado mental o neuronal dispuesto, organizado por

medio de la experiencia, que ejerce una influencia recíproca o dinámica en la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona", Allport, 1935). La definición que adoptaremos en este capítulo afirma que una *actitud es un juicio evaluativo (bueno o malo) de un objetivo*. Así, una actitud representa la propensión favorable o negativa del individuo hacia el objetivo.

Zanna y Rempel (1988) identificaron cuatro rasgos esenciales del concepto de actitudes. Primero, las actitudes se refieren a un estímulo; es decir, siempre tienen un referente. Las actitudes siempre se dirigen a un objetivo (un asunto, una conducta, una persona, un grupo o cualquier otro aspecto identificable del medio). En consecuencia, tenemos actitudes hacia los entes, las cuales varían de objetivos específicos o concretos como "Bruce Springsteen" y "uso del condón" a abstractos y generales como "libertad" y "salud". Los psicólogos sociales no recurren a frases como "Fulano tiene mala actitud", porque es vaga y no especifica un objetivo.

Segundo, las actitudes se refieren a las *evaluaciones* que hacen los individuos de los objetivos. Son



Las actitudes pueden ser muy intensas, como el amor entre hermanas.

juicios en el contexto de una dimensión evaluativa (de lo bueno a lo malo) que reflejan impresiones agradables o desagradables hacia el objetivo. Las actitudes se miden al pedir a las personas su valoración del objetivo (por ejemplo, "Bruce Springsteen" o "usar un condón cada vez que tengo sexo") en varias dimensiones evaluativas, como bueno o malo, favorable o desfavorable, sensato o insensato, agrado o desagrado (Osgood, Suci y Tannenbaum, 1957). Otra manera de medir las actitudes es pedir a la gente que califique su acuerdo o discrepancia con diversos enunciados que expresan evaluaciones de los objetivos (Likert, 1932), como "Los condones protegen contra la transmisión de enfermedades sexuales", "Sacar el tema de los condones ofenderá a mi pareja" o "Los condones reducen el goce sexual de los hombres".

Tercero, las actitudes están *representadas en la memoria*. Por eso, se ajustan a nuestra red o estructura de representaciones en la memoria (Pratkanis y Greenwald, 1989). Por ejemplo, pensar en sus actitudes hacia los médicos activará también sus actitudes hacia los objetos que se les relacionan como hospitales, enfermeras y jeringas. Las actitudes también difieren en cuanto al grado de dificultad para recuperarlas de la memoria, un concepto al que se ha llamado *accesibilidad* de las actitudes (Fazio, 1990). Como veremos, las actitudes muy accesibles son más "consecuenciales" que las inaccesibles; es decir, tienen un efecto más poderoso en el procesamiento de la información y en la conducta.

El cuarto y último rasgo clave de las actitudes es que *se desarrollan a partir de la información cognoscitiva, afectiva o conductual*. Esto significa que las evaluaciones de los objetos se basan en el conocimiento y las ideas sobre ellos (información cognoscitiva), reacciones emocionales y sentimientos (información afectiva) y conductas y respuestas anteriores (información conductual). Por ejemplo, Susana quizá tiene una actitud favorable hacia Jorge, un compañero de una de sus clases, porque pensó que es honesto y amistoso (conocimiento), se sintió muy atraída por él (afecto) o se tomó el tiempo para explicarle un tema cuando lo vio confundido en clase (conducta). A menudo, las actitudes se basan en las tres fuentes (por ejemplo, si fueran verdad los tres hechos sobre Susana), aunque no siempre serán congruentes. Por ejemplo, quizá a usted le guste el sabor del pastel de chocolate (afecto positivo) pero sabe que no es saludable (convicción negativa); o sabe que debe hacer ejercicio (idea positiva) pero no lo disfruta (afecto negativo). A pesar de las incongruencias entre las tres fuentes, las actitudes representan un concepto que integra cognición y afecto —un punto de

vista "sinérgico" (que asume la influencia recíproca entre los componentes) que Sorrentino y Higgins (1986) llaman "la mirada cálida" y argumentan que dicha perspectiva es de lo más importante para los psicólogos sociales. Cuando analicemos la formación de actitudes en la siguiente sección, trataremos por separado las tres fuentes posibles de actitudes.

Por supuesto, las *consecuencias* de las actitudes son las que explican la importancia del concepto en las teorías e investigaciones de la psicología social. Ya en 1935, Allport describió las actitudes como "el concepto más distintivo e indispensable de la psicología social estadounidense contemporánea", y esta declaración es todavía cierta (véase Petty, Wegener y Fabrigar, 1997). Los psicólogos sociales dirigen mucha atención a las actitudes porque las evaluaciones de los objetos tienen efectos significativos en las percepciones, las emociones y la conducta. Si queremos comprender por qué los jóvenes no practican el sexo seguro, son comunes los conflictos étnicos y raciales, algunos ahorran energía y otros la derrochan y la razón por la cual el tema del aborto despierta emociones tan fuertes, debemos estudiar y comprender las actitudes.

## ¿Por qué tenemos actitudes?

Nos formamos actitudes de manera rápida y sin esfuerzo; somos capaces de evaluar objetos a partir de relativamente poca información y sin deliberación. Piense en su primera clase del año. Es probable que se haya hecho de una actitud inicial hacia el profesor (agrado, desagrado, interés, aburrimiento) en los primeros minutos. Su actitud fue tentativa, por supuesto, pero sin duda real. ¿Por qué se forman "automáticamente" las actitudes? Zajonc (1980) argumenta que las respuestas de afecto o evaluación son más "primitivas" que las que se relacionan con la cognición (muchas especies, además de los seres humanos, experimentan afecto, pero pocas "piensan" en una manera que siquiera se aproxime a la cognición humana). En un sentido evolutivo, las reacciones afectivas son anteriores o más elementales que las cognoscitivas. Zajonc afirma que las respuestas afectivas básicas (agrado o desagrado) ocurren antes de que el individuo esté consciente del objeto (antes de la categorización y reconocimiento).

Además de que las elaboramos en forma fácil y rápida, defendemos con firmeza las actitudes que tenemos. En pocas palabras, resguardamos nuestras actitudes del cambio mediante mecanismos como la réplica, la omisión de información y la racionalización. Aunque las actitudes cambian, hay una resistencia psi-

cológica a hacerlo. Es más fácil convencer a alguien de que una película es buena o mala si no posee una actitud al respecto (por ejemplo, si no han visto la película) que si ya tiene una evaluación clara.

Estas cualidades de las actitudes —formación rápida y sin esfuerzo con resistencia al cambio— revelan que cumplen *funciones* psicológicas importantes. ¿Por qué evolucionamos para hacer juicios evaluativos rápidos? ¿Cuáles son los beneficios de las actitudes? Estas cumplen una función de supervivencia crucial. Debido a que motivan conductas congruentes con la evaluación, es característico que nos acerquemos a lo que evaluamos de manera favorable y evitemos lo que reprobamos. Si suponemos que las actitudes buenas surgen cuando encontramos alguna satisfacción en los objetos, mientras que las desfavorables aparecen cuan-

do éstos nos hostigan, el acercamiento o la evitación que incitan sirven para aumentar la recompensa y disminuir el castigo. Para los seres vivos, es imperativo identificar rápidamente las amenazas del ambiente tanto como las posibles fuentes de recompensa. Las actitudes cumplen estos objetivos guardando en la memoria un resumen de las evaluaciones de los estímulos.

Varios teóricos han especulado acerca de las funciones de las actitudes. El análisis más conocido es el de Katz (1960), quien identificó cuatro funciones posibles de las actitudes. Primera, las actitudes sirven para maximizar las recompensas y minimizar los castigos, como dijimos; Katz la llamó *función utilitaria*. Segunda, las actitudes permiten que los observadores comprendan su entorno al proporcionar evaluaciones resumidas de objetos y grupos de objetos; según Katz,

ésta es la *función de conocimiento*. Tercera, las actitudes algunas veces comunican los valores y la identidad de los individuos hacia los demás (por ejemplo, las actitudes de los adolescentes hacia la música y la ropa); Katz llamó a ésta *función expresiva del valor*. En este contexto, los psicólogos sociales distinguen entre actitudes y valores; los últimos se refieren a normas o metas más amplias que consideramos importantes, como la igualdad, la libertad y la salud (véase Seligman, Olson y Zanna, 1996). Por último, las actitudes nos sirven para evadir verdades dolorosas. Por ejemplo, un mal profesor protege su ego formándose una actitud desfavorable hacia los alumnos ("no logran estar a la altura de mis brillantes razonamientos"); Katz llamó a esto *función defensiva del ego*. Desde que apareció la obra de Katz, muchos investigadores han estudiado las características de las actitudes que cumplen las diferentes funciones (por ejemplo, Herek, 1986; Maio y Olson, 1995; Shavitt, 1990).

Así, es fácil comprender por qué aprendimos a evaluar los objetos con rapidez y sin esfuerzo. Por supuesto, esta propensión a formar actitudes tiene consecuencias indeseables; por ejemplo, cuando se hacen evaluaciones negativas apresuradas de una persona o un grupo. Pero el hecho es que las actitudes satisfacen funciones psicológicas importantes.

## Formación de actitudes

Cuando definimos las actitudes, expusimos que se basan en tres clases de información: cognoscitiva, afectiva y conductual. Muchas actitudes son una combinación de dos o tres categorías. En esta sección detallaremos el establecimiento de actitudes según cada clase de información.

### Actitudes basadas en la información cognoscitiva

Parecería obvio que la manera en que evaluamos un objeto (nuestra actitud hacia el objeto) estará influida por lo que sabemos o creemos de él (información cognoscitiva). Pero, ¿cómo se relacionarán el conocimiento y la evaluación?

Tal vez el modelo de actitudes más conocido que vincula creencias y evaluaciones sea la teoría de la *acción razonada* (Fishbein y Ajzen, 1975). De acuerdo con el modelo, nos consideramos seres racionales, pensadores deliberados que actuamos a partir de nuestros conocimientos (de aquí el título "acción razonada").

Esta teoría es un modelo general de las relaciones entre actitudes, convicciones, presión social, intenciones y conducta, pero por ahora nos centraremos sólo en sus implicaciones para la formación de actitudes (regresaremos más tarde al modelo cuando analicemos la congruencia entre actitud y conducta). Fishbein y Ajzen plantearon la hipótesis de que las actitudes están determinadas por las características que los observadores asocian con un objeto (sus *creencias* acerca del objeto); esto es, una actitud está determinada por cualquier característica que parezca importante a los individuos (vienen a la mente fácil y rápidamente cuando pensamos en el objeto), sopesadas por el hecho de si son características buenas o malas. Imaginemos que le preguntamos a Susana su actitud acerca de los perros y digamos que nos contesta que es moderadamente positiva: +2 en una escala de -3 a +3. Otro individuo, Guillermo, señala una actitud un poco negativa: -1 en la misma escala. Fishbein y Ajzen pronosticarían que las creencias de Susana acerca de los perros son más positivas que las de Guillermo. En la tabla 5.1 se presentan las creencias hipotéticas que informan estos dos individuos. Si a Susana se le pidiera una lista de lo primero que se le ocurre cuando piensa en los perros, diría: "amistosos, lindos, ruidosos y juguetones". Guillermo anotaría: "violentos, escandalosos y leales". Es evidente que estas creencias distintas explicarían las actitudes generales diferentes.

Fishbein y Ajzen (1975) presentaron una fórmula que especifica cómo se integran las creencias importantes de los individuos para formar una actitud general. La fórmula es:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

en la que  $A_o$  es la actitud hacia el objeto,  $\Sigma$  significa "suma de todo",  $b_i$  es la creencia  $i$  sobre el objeto,  $e_i$  es la evaluación de la característica involucrada en la creencia  $i$  y  $n$  es el número de creencias importantes. Cada convicción ( $b$ ) es una probabilidad de 0 a 1 que manifiesta la certeza con la que se relaciona la característica con el objeto (la *intensidad* de la creencia). Cada evaluación ( $e$ ) es una valoración de -3 a +3, que refleja el valor positivo o negativo de la característica. Para volver al ejemplo de los perros, Susana está segura de que los perros son amistosos ( $b = .9$ ), moderadamente segura de que son lindos ( $b = .7$ ), algo segura de que son ruidosos ( $b = .4$ ) y muy segura de que son juguetones ( $b = .8$ ). Además, evaluó lo amistosos en forma muy positiva ( $e = +3$ ), la agudeza como ligeramente positiva ( $e = +1$ ), lo ruidosos algo negativamente



Aunque dispuestos en actitud para aceptar lo nuevo y extraño, los turistas que viajan al extranjero llegan a sentirse amenazados por lo desconocido y sienten que los estímulos del ambiente los hostigan.

y eso fue lo que me dijeron. Antes de venir nunca usaba condones ni pensaba mucho en tales

TABLA 5.1 ACTITUDES BASADAS EN LAS CREENCIAS SOBRE EL OBJETIVO

La calificación de la actitud general de Susana hacia los perros es +2  
Creencias importantes de Susana acerca de los perros:

	Intensidad (b)	Evaluación (e)	$b \times e$
Amigables	0.9	+3	+2.7
Lindos	0.7	+1	+0.7
Ruidosos	0.4	-1	-0.4
Juguetones	0.8	+2	+1.6
Suma:			+4.6

La calificación de la actitud general de Guillermo hacia los perros es -1  
Creencias importantes de Guillermo acerca de los perros:

	Intensidad (b)	Evaluación (e)	$b \times e$
Violentos	0.7	-3	-2.1
Escandalosos	0.8	-1	-0.8
Leales	0.6	+2	+1.2
Suma:			-1.7

( $e = -1$ ) y juguetones moderadamente positivo ( $e = +2$ ). Para conseguir una estimación de la actitud general de Susana a partir de estos componentes de sus creencias, Fishbein y Ajzen multiplicarían .9 por +3 (amigables), .7 por +1 (agudeza), .4 por -1 (ruidosos) y .8 por +2 (juguetones) y sumarían los productos ( $2.7 + 0.7 - 0.4 + 1.6 = +4.6$ ). Por eso, la actitud general de Susana sería favorable; lo que tiene sentido porque sus convicciones acerca de los perros son positivas. Observe que las "calificaciones" derivadas de esta forma no corresponderán exactamente a las valoraciones personales en una escala de actitud evaluativa (por ejemplo, la actitud de +2 hacia los perros que había informado Susana) debido a que las calificaciones de las creencias no se restringen al margen de -3 a +3. Las calificaciones obtenidas de la combinación de creencias debe correlacionarse con las puntuaciones (predichas) en la escala sobre la actitud general. Así, por ejemplo, la calificación derivada de las creencias de Guillermo será menos positiva que la de Susana, como se ejemplificó en la tabla 5.1.

Parecería poco probable que "calculáramos" nuestras actitudes de esta manera. En efecto, si experimentamos alguna aritmética mental, esto no es consciente. Pero integramos la información de modos sorprendentemente complejos sin darnos cuenta de las reglas combinatorias (por ejemplo, véase Anderson, 1981). Además, la noción de que una parte sustancial de creencias positivas (o negativas) equivalen a actitudes positivas (o negativas) no está muy equivocada. En efecto, los investigadores que han puesto a prueba la teoría de la acción razonada encontraron buenos fundamentos para la relación hipotética entre creencias y actitudes en muy diferentes campos, como las actitudes hacia los métodos de control natal, los candidatos políticos y los grupos raciales (para una revisión, véase Ajzen y Fishbein, 1980; Eagly y Chaiken, 1993).

En una serie de estudios recientes sobre conductas de sexo seguro, Fisher, Fisher y Rye (1995) probaron la utilidad de la teoría de la acción razonada. Obtuvieron tres muestras compuestas por hombres homosexuales, universitarios heterosexuales y estudiantes de prepara-

toria heterosexuales. Se midieron las actitudes de los participantes hacia diversas conductas de sexo seguro (por ejemplo, uso de condones, rehusarse al sexo sin protección, preguntarle a la pareja si ya se practicó el examen del VIH), lo mismo que sus creencias principales acerca de cada conducta, —es decir, sus características o consecuencias notables (por ejemplo, por usar condones, las creencias importantes comunes fueron la reducción del riesgo de SIDA, de otras enfermedades de transmisión sexual y el temor de contraer dicha enfermedad). En las tres muestras, se correlacionaron en forma significativa 25 de las 30 actitudes con puntua-

gorías principales de creencias: las basadas en las experiencias personales directas con el objeto y las que se basan en información indirecta obtenida de otras personas.

Con respecto a la experiencia directa, muchas de nuestras creencias vienen de nuestro contacto con los objetos y las personas. Aprendemos de primera mano que nuestra madre nos reconforta, que los plátanos saben bien, que el agua del lago en el que vacacionábamos de niños es fría, que podemos picarnos con una aguja, que el ejercicio nos cansa y que es interesante el estudio de la psicología social. Cada una de



Especule sobre las actitudes y creencias que este padre inculca en su hijo.

ciones derivadas de las creencias (multiplicando creencias por evaluaciones y sumando los productos). Entonces, para estas conductas sexuales, los individuos que creyeron que las acciones traerían consecuencias más positivas también expresaron evaluaciones positivas de las conductas; por consiguiente, la teoría de acción razonada resistió bien esta prueba.

### Orígenes de las creencias

Si las actitudes se basan en las creencias, entonces comprender la formación de actitudes demanda que retrocedamos y consideremos los orígenes de las creencias. ¿De dónde sacamos nuestros conocimientos de las características de los objetos, grupos, etc.? Hay dos cate-

estas creencias comprende la asociación de características, como el buen sabor, con un objetivo, como los plátanos.

Resulta que las actitudes basadas en experiencias directas con un objeto son más accesibles (se traen con mayor facilidad a la mente), se retienen mejor y son más claras que las actitudes basadas en experiencias indirectas (véase Fazio y Zanna, 1981). No es sorprendente enterarnos de que las actitudes basadas en las experiencias directas también predicen mejor las conductas que las basadas en la información indirecta. Confiamos en nuestras sensaciones más que en la información de los demás.

Por supuesto, en lo que atañe a numerosos objetos (por ejemplo, los rusos, la cocaína, el programa espa-

cial de la NASA) y muchos temas (el aborto, la pena de muerte), la mayoría de nosotros no tenemos una experiencia personal y debemos confiar en la información recabada de otras fuentes. ¿Cuál es la fuente más importante de nuestra información indirecta acerca del mundo?

Nuestra primera exposición es a nuestros padres, quienes ejercen una profunda influencia en nosotros. Los niños comparten muchas creencias de sus progenitores. Para citar un par de ejemplos, los niños tienden a apoyar el mismo partido político que sus padres (Jessor, 1982) y exhiben grados similares de prejuicios raciales que ellos (Epstein y Komorita, 1966). Es difícil exagerar el efecto que los padres tienen en la formación de las actitudes y las creencias de sus hijos.

También nos influyen nuestros amigos. Los compañeros de clase ejercen influencias importantes en nuestras actitudes, que van de las inocuas como la ropa y la música hasta las más sustantivas como las ideas religiosas y raciales. Los camaradas fungen como grupo de referencia, el grupo cuyas ideas, actitudes y conductas proporcionan un criterio para compararnos. En un estudio muy conocido de grupos de referencia, realizado por Newcomb (1943), se examinó a un grupo de estudiantes de primer grado en el Bennington College, que en ese tiempo era una pequeña universidad con orientación a la carrera de humanidades para mujeres en Nueva Inglaterra. La mayoría de los maestros y las estudiantes de años superiores eran bastante liberales, mientras las familias de muchas de las alumnas eran muy conservadoras. Newcomb siguió una clase durante cuatro años y encontró un cambio evidente hacia actitudes más liberales. Por otra parte, el liberalismo que expresaron las estudiantes se correlacionó con su popularidad y prestigio en el plantel. Asimismo, muchas de las mujeres que continuaron siendo conservadoras expresaron intensos sentimientos de cercanía e identificación con sus familias. Así, los docentes y las estudiantes de años superiores sirvieron como un grupo de referencia para la mayoría de las alumnas, y el resultado fue actitudes más liberales, mientras que la familia siguió siendo el grupo de referencia fundamental para una minoría de estudiantes, que se obstinaron en sus actitudes conservadoras. Por último, como dato interesante, Newcomb hizo un seguimiento del estudio 20 años más tarde (Newcomb, 1963) y encontró que la muestra de graduadas del Bennington College mostraron actitudes más liberales y tuvieron esposos más liberales que un grupo equivalente de mujeres con antecedentes socioeconómicos similares. Las compañeras del grupo de Bennington tuvieron un impacto permanente en las actitudes y la vida de estas mujeres.

Otra fuente de información indirecta son las instituciones sociales. Por ejemplo, las escuelas son una fuente importante de conocimientos generales, pero también dan información sobre valores sociales como la honestidad, democracia y libertad. Las instituciones religiosas también nos enseñan sus temas (profetas, vida después de la muerte) y otros (la función de la mujer, la importancia del trabajo).

Por último, los medios de comunicación son también una importante fuente de información. Televisión, radio, cine, periódicos y revistas son tan fundamentales en nuestra vida que es difícil imaginar cómo sería sin ellos (muchos tienen menos de 100 años). Con frecuencia, los medios son la única fuente de información sobre acontecimientos lejanos, pero incluso dan forma a los sucesos personales o locales como la delincuencia, el cuidado de la salud y los impuestos (véase Haney y Manzolati, 1984; Oskamp, 1991; Roberts y Maccoby, 1985).

### Actitudes basadas en la información afectiva

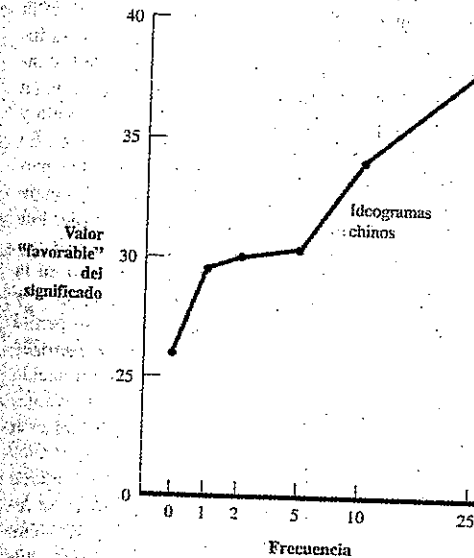
Hasta este momento, nos hemos concentrado en la influencia del conocimiento de los objetos en nuestras evaluaciones acerca de éstos. Por supuesto, el conocimiento también induce respuestas afectivas, como sentimientos de aprecio por un amigo que posee características agradables o sensaciones de enojo porque sabemos que alguien se benefició de manera deshonestamente. En estos ejemplos, la información cognoscitiva y afectiva son interdependientes.

Pero, ¿el afecto también se vincula a los objetos de manera independiente del conocimiento? En otras palabras, ¿tenemos sentimientos buenos o malos acerca de un objeto por razones que no atañen a nuestras creencias? La respuesta es afirmativa. En esta sección, describiremos dos procesos psicológicos a través de los cuales el afecto se vincula con los objetos sin mediación cognoscitiva: la **exposición pura** y el **condicionamiento clásico**.

#### Exposición pura

En 1968, Zajonc (el mismo psicólogo que argumentó que las respuestas afectivas preceden a la cognición) propuso que la exposición repetida a un objeto conduce a una actitud más favorable hacia éste; es decir, "la familiaridad enseña el aprecio" (en vez del desprecio). Zajonc documentó el fenómeno con varios experimentos en los cuales los participantes se expusieron a dife-

FIGURA 5.1 TENDENCIA FAVORABLE DE LOS SIGNIFICADOS ASIGNADOS A IDEOGRAMAS CHINOS EN FUNCIÓN DE LA FRECUENCIA DE EXPOSICIÓN



Fuente: Zajonc (1968), p. 14.

rentes frecuencias de presentación de estímulos nuevos y ofrecieron sus evaluaciones de éstos. Por ejemplo, en uno de los estudios el experimentador le dijo a los participantes que estaba investigando el aprendizaje de un idioma extranjero. Así, les mostró ideogramas chinos en diversas frecuencias: nunca, una vez, dos, cinco, 10 o 25 veces durante dos segundos cada uno y les preguntó si creían que las palabras que se formaban tenían un significado favorable o desfavorable (explicó que los ideogramas eran adjetivos con connotaciones evaluativas). En la figura 5.1 se presentan los resultados del estudio. Como se predijo, los participantes que vieron los ideogramas con mayor frecuencia estimaron el significado de manera más favorable. Así, las exposiciones repetidas a los ideogramas los condujeron a que les gustaran mucho más.

Una razón por la que este estudio es interesante es que la exposición repetida no dio a los participantes nuevos conocimientos sobre el estímulo. No aprendieron nada nuevo sobre los ideogramas chinos aunque fueron expuestos en forma repetida a ellos. Al parecer, los

efectos de la exposición parecen no haber sido mediados por la información cognoscitiva (al menos, no por una cognición consciente), sino que reflejaron algún proceso afectivo básico que vinculó el afecto positivo con los objetos familiares.

Hay algunas limitaciones al efecto de la exposición pura (véase Bornstein, 1989). Por ejemplo, después de un gran número de repeticiones, el agrado se estabilizó y algunas veces se redujo, presumiblemente por saciedad y aburrimiento. Además, el efecto no ocurre siempre si un estímulo ya es desagradable desde el principio, lo que significa que la exposición repetida a un estímulo desagradable no da como resultado un aumento en el agrado e incluso conduce a un gran desagradado (Perlman y Oskamp, 1971). Si un estímulo es desagradable, su exposición no es placentera, sirve como castigo y da como resultado un afecto aún más negativo asociado al objeto.

A pesar de estas limitaciones, el efecto de la exposición pura es un fenómeno confiable y generalizable, como explicaremos con más detalle en el capítulo 9 sobre la atracción personal. La simple exposición, sin ninguna ganancia de conocimientos o información, da como resultado sentimientos más favorables hacia un objeto y tal afecto se manifiesta como evaluaciones más positivas.

### Condicionamiento clásico

El condicionamiento clásico ocurre cuando un estímulo llega a evocar una respuesta que no producía antes, merced sólo a que se parezca con el estímulo que la generaba de "manera natural". Si un hombre cada vez que golpea a su perro aprieta los puños antes, después de pocos episodios los puños cerrados producirán temor y miedo en el perro. Asimismo, si alimenta al animal cada vez que dice "banquete", la palabra sola causará salivación y excitación.

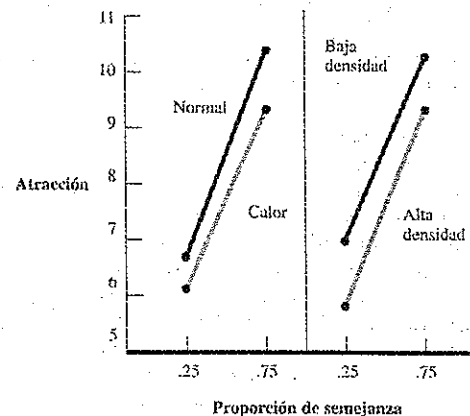
Quizá muchas de nuestras actitudes tengan algún afecto condicionado clásicamente. Sentimos afecto por personas y lugares asociados con experiencias felices, pero experimentamos desagradado por lo que recuerda experiencias negativas. Un estudio interesante de Grifitt y Veitch (1971) ilustra el proceso. Los participantes realizaron varias tareas en un cuarto pequeño. Se manipularon dos variables para influir en el afecto de los participantes: temperatura y densidad. Para la mitad, la temperatura del cuarto fue desagradablemente alta (34.5°C); para el resto, fue agradable (23°C). Además, la mitad de los participantes fue expuesta a las condiciones "incómodas" de compartir el sitio con 12 o 16



personas, en tanto que los otros realizaron el estudio en grupos de tres a cinco. Después de trabajar en las tareas, los participantes calificaron qué tanto les gustó un desconocido anónimo, que supuestamente estuvo de acuerdo con ellos en 18 de 24 o en 6 de 24 reactivos de actitudes. En la figura 5.2 se presentan los resultados. El desconocido con opiniones semejantes fue más apreciado que el extraño con opiniones disímiles. Como se ve en el sector izquierdo de la figura 5.2, las condiciones de acaloramiento produjeron significativamente menor simpatía por el desconocido que la condición a temperatura normal. En el lado derecho de la figura, las condiciones de densidad elevada (hacinamiento) produjeron de manera significativa menos simpatía que las de baja densidad (sin hacinamiento). Así, los sentimientos negativos originados por las condiciones ambientales (temperatura y hacinamiento) se transfirieron a los juicios acerca del sujeto. No parece probable que las creencias hayan mediado en estos sentimientos, pues la persona objetivo no tuvo nada que ver con las condiciones del cuarto.

Varios experimentadores han usado palabras como objetivos de condicionamiento clásico. En este para-

**FIGURA 5.2 EVALUACIONES DE UN DESCONOCIDO EN FUNCIÓN DE CONDICIONES COMO TEMPERATURA, HACINAMIENTO Y CONCORDANCIA DE ACTITUDES**



Fuente: Griffitt y Veitch (1971), p. 95.

digma, el estímulo positivo o negativo se pareo con ciertas palabras y luego se mide el agrado por ellas. Por ejemplo, Zanna, Kiesler y Pilkonis (1970) aplicaron descargas eléctricas a los participantes, al parecer con el propósito de probar medidas fisiológicas. Siempre utilizaron una palabra para señalar el comienzo de la descarga ("luz" u "oscuridad"), y el antónimo para indicar el final ("oscuridad" o "luz"). Después de los ensayos de descargas, los participantes tomaron parte en otro estudio que creyeron que no estaba relacionado y que midió sus evaluaciones de las palabras críticas. En la tabla 5.2 se presentan los resultados de aquellos participantes que mostraron pruebas fisiológicas de condicionamiento durante los ensayos de aprendizaje. Fue una tendencia general valorar "luz" en forma más positiva que "oscuridad" (véase el grupo control en la tabla 5.2). Sin embargo, cuando "luz" marcó el inicio y "oscuridad" el final de la descarga eléctrica, se perdió la preferencia por "luz", y aumentó cuando "oscuridad" marcó el inicio y "luz" el final. Así, el afecto producido por los ensayos de descargas influyó en las evaluaciones de las palabras. Los vocablos con alguna relación semántica con las palabras críticas mostraron efectos similares de condicionamiento. Cuando "luz" marcó el inicio y "oscuridad" el final de las descargas, se redujeron las preferencias por la palabra "blanco" sobre la palabra "negro", y cuando "oscuridad" marcó el inicio y "luz" final, aumentaron las preferencias por "blanco".

Zanna, Kiesler y Pilkonis (1970) mostraron que el condicionamiento clásico influye en las actitudes hacia las palabras. Por supuesto, en la medida en que los sujetos ya poseían actitudes hacia determinadas palabras, los efectos del condicionamiento serían "suavizados" por la existencia previa de asociaciones evaluativas. Para probar esta idea, Cacioppo, Goodell, Tassinary y Petty (1992) parearon descargas eléctricas con palabras (como "experto", "conceder", "dedo" y "madre") o bien con locuciones que no eran precisamente palabras pero con las mismas letras (como "pertoxe", "cedereon", "dode" y "drame"). Después de los ensayos de descargas, los participantes calificaron las palabras y las otras expresiones. En comparación con una condición en la que las descargas se parearon al azar con las palabras (donde las descargas seguían algunas veces a las palabras y otras a las demás expresiones), se evaluó como menos agradable toda serie de palabras vinculadas a las descargas. Lo más importante fue que el efecto de este condicionamiento resultó más intenso para las expresiones sin sentido, quizá porque el significado de las palabras ya evocabá alguna reacción evaluativa.

**TABLA 5.2 EVALUACIONES DE PALABRAS PAREADAS CON EL INICIO Y EL TÉRMINO DE LAS DESCARGAS**

Condición	Palabra			
	Luz	Oscuridad	Blanco	Negro
Luz = inicio de la descarga, Oscuridad = final de la descarga	25.08	25.15	24.23	21.77
Control	26.22	22.00	25.78	19.00
Oscuridad = inicio de la descarga, Luz = final de la descarga	27.21	19.57	25.50	16.21

*Nota:* Las cifras mayores significan evaluaciones más favorables.  
*Fuente:* Zanna, Kiesler y Pilkonis (1970), p. 326.

### Actitudes basadas en la información conductual

Hemos explicado que las actitudes se basan en creencias acerca de las características de los objetos (información cognoscitiva) y en los sentimientos que evocan (información afectiva). En esta sección describiremos la tercer manera en que se forman las actitudes: inferencias de conductas pasadas.

En el capítulo 3 esbozamos la teoría de la autopercepción de Bem, quien postuló que hacemos juicios acerca del yo de igual manera a como los hacemos con los demás; es decir, inferimos estados internos a partir de conductas elegidas en forma libre. Si vemos que alguien da dinero para caridad, inferimos que es generoso. Asimismo, si meditamos en nuestras acciones pasadas en cierto campo o hacia ciertos objetos, inferiremos un estado interno congruente con nuestro proceder ("Hice una donación voluntaria para caridad, por tanto soy generoso").

La autopercepción de las actitudes a partir de las conductas es más probable cuando esas actitudes se formaron recientemente, son débiles o son ambiguas. Una vez que tenemos una evaluación accesible intensa (por ejemplo, sobre la liga de fútbol), no analizaremos las conductas pertinentes para conocer nuestra actitud (por ejemplo, "¿Veo los partidos por televisión?", "¿Hablo de fútbol con los demás?"). Pero cuando las actitudes son débiles, los procesos de autopercepción nos sirven para inferir nuestra posición.

Un estudio de Chaiken y Baldwin (1981) ilustra que la autopercepción ocurre sólo para las actitudes débiles. Estos autores identificaron grupos de personas con actitudes "bien definidas" o "mal definidas" hacia

temas ecológicos basados en si sus conocimientos y sentimientos acerca de estas cuestiones eran congruentes o incongruentes (las actitudes "bien definidas" fueron las que constituían creencias y sentimientos favorables o desfavorables). Se les aplicó un cuestionario diseñado para que revisaran sus conductas pasadas de manera sesgada. Algunos participantes llenaron un cuestionario "proecológico", que insistía en sus conductas responsables con el entorno; otros llenaron un cuestionario antiecológico que destacaba sus conductas irresponsables. Después, valoraron sus actitudes hacia los temas ambientales. En la tabla 5.3 se presenta los resultados. En los sujetos con actitudes mal definidas, la revisión sesgada de las conductas pasadas influyó en sus actitudes. Las personas a quienes se insistió en las conductas ecológicas se valoraron más ambientalistas que los individuos para quienes se resaltaron las conductas antiecológicas. En contraposición, esta manipulación no influyó en la valoración de las actitudes de los que poseían actitudes bien definidas. Para resumir, sólo aquellos cuyas actitudes eran débiles o ambiguas recurrieron a sus actos pasados (que resaltó el cuestionario sesgado) para inferir sus actitudes ambientales.

Como veremos en el capítulo 6 sobre la persuasión, la teoría de la autopercepción fue propuesta primero como una alternativa a la teoría de la disonancia. Resulta que los procesos de autopercepción no explican con facilidad todo el espectro del fenómeno de disonancia, por lo que no se consiguió esa meta inicial. Sin embargo, la teoría de la autopercepción ha estimulado su propia bibliografía distinta de la de los efectos de la disonancia y ha proporcionado información útil acerca de los mecanismos de autoinferencia.