

17.1) INTRODUCCIÓN: ¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LAS ACTITUDES?

**Actitudes:** se conoce con este nombre a las valoraciones que realizan las personas sobre infinidad de cuestiones que se puedan plantear (decidir sobre distintas marcas de ropa, a qué partido votar, que opinión se tiene sobre la eutanasia, aborto, globalización...). Se puede tener una **actitud positiva**, si se está de acuerdo con una asunto particular, o **actitud negativa** si se está en desacuerdo.

✓ **El estudio de las actitudes es muy relevante por muchas razones:**

1. Para la adquisición de **nuevos conocimientos**: ya que las personas asimilan y relacionan la información en torno a dimensiones evaluativas.
2. Desempeñan una serie de funciones imprescindibles a la hora de **buscar, procesar y responder** la información del mundo y la relacionada con uno mismo.
3. Guardan una **estrecha relación con nuestra conducta**. Las actitudes influyen sobre la forma en que piensan y actúan las personas.
4. Permiten **conectar** el contexto social con la conducta individual.
5. Cambios en las actitudes de las personas pueden **cambiar el contexto**.
6. La investigación sobre las actitudes permite **conectar áreas de investigación** tradicionalmente dispersas.

17.2) ¿QUÉ SON LAS ACTITUDES?

Son evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otras personas, ideas o cosas que, técnicamente, reciben la denominación de **objetos de actitud**.

Cuadro 17.1.- Formas principales de las evaluaciones o juicios generales que caracterizan la actitud.

**VALENCIA POSITIVA O NEGATIVA**

- Actitud positiva de **extremosidad media**.
- Actitud positiva de **extremosidad alta**.
- Actitud negativa de **extremosidad alta**.

**INDIFERENCIA Y AMBIVALENCIA**

- Ausencia de **actitud**: la persona considera el tema que sea como **irrelevante**.
- Actitud **neutra**: la persona se siente **indiferente** ante ese tema.
- Actitud **ambivalente**: la persona experimenta **simultáneamente** evaluaciones tanto **positivas** como **negativas**.

- Las personas tenemos **actitudes hacia cualquier objeto de actitud imaginable**, objetos, personas situaciones o ideas; que pueden ser muy concretos o muy abstractos.
- Además las actitudes constituyen un **fenómeno mental que no es directamente observable** por lo que es necesario inferir las actitudes de las personas a partir de ciertos indicadores.

Cuadro 17.2.- La concepción tripartita de las actitudes.

- Primer Componente - COGNITIVO**: Incluye los pensamientos y creencias de la persona acerca del objeto de actitud. **Ejemplo (actitud positiva)**: los coches de una determinada marca son técnicamente superiores a los de la competencia.
- Segundo Componente - AFECTIVO**: Agrupa los sentimientos y emociones asociados al objeto de actitud. **Ejemplo (actitud positiva)**: sentimiento de disfrute y orgullo que produce la evocación de la marca.
- Tercer Componente - CONDUCTUAL**: Recoge las intenciones o disposiciones a la acción así como los comportamientos dirigidos hacia el objeto de actitud. **Ejemplo (actitud positiva)**: hábito de defender y recomendar la citada marca cada vez que se habla con alguien que va a comprarse un coche.

## 17.3) ¿PARA QUÉ SIRVEN LAS ACTITUDES? FUNCIONES:

### 1.-FUNCIÓN DE ORGANIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO

- Las actitudes **ayudan a satisfacer la necesidad básica de conocimiento y control** que tenemos las personas, estructurando la información en términos positivos y negativos.
- Las actitudes **guían la búsqueda y la exposición a información relevante**, acercando a la persona a todos aquellos aspectos de la realidad congruentes con ellas y evitando aquellos elementos que les sean contrarios.

*Esta interpretación de la realidad que se sesga para que encaje con nuestras actitudes se puede observar en multitud de escenarios cotidianos. Así ocurre con los seguidores de equipos de fútbol cuando presencian un partido donde se enfrentan sus respectivos equipos, o con las diferentes reacciones de los miembros de los distintos partidos ante el mismo debate político.*

- Asimismo las actitudes **guían también el funcionamiento de nuestra memoria**. En diferentes investigaciones se ha observado cómo **tendemos a distorsionar nuestros recuerdos para ajustarlos a nuestras actitudes actuales**.
- **Otra motivación humana fundamental es la búsqueda de equilibrio y coherencia**. La consistencia interna de nuestra representación del mundo es un aspecto esencial para evitar contradicciones a la hora de comprender y controlar nuestra vida social. Dicha necesidad de coherencia con nuestras propias ideas hace que las personas se comprometan con ellas mismas, y **que consideren sus actitudes como válidas, estables, resistentes y capaces de predecir la conducta**.

### 2.-FUNCIÓN INSTRUMENTAL O UTILITARIA

- **Esta función tiene su base en las teorías del aprendizaje**, según las cuales las actitudes ayudan a la persona a alcanzar los objetivos deseados, y que les proporcionarán recompensas, así como a evitar los no deseados, y cuya consecuencia sea el castigo.
- Las actitudes **optimizan las relaciones de los individuos con su entorno**, maximizan "los premios" y minimizan los "castigos".

### 3.-FUNCIÓN DE IDENTIDAD Y EXPRESIÓN DE VALORES

- **La expresión de las actitudes personales**, así como sus correspondientes comportamientos, sirven para informar a los demás y a nosotros mismos de quiénes somos. Así las actitudes juegan un importante papel en la **definición y el fortalecimiento de la propia identidad**.
- La expresión de las actitudes **contribuye a satisfacer la necesidad básica de aceptación y pertenencia grupal**, dado que sirve para acercarse a otras personas con actitudes similares.
- El prejuicio y la discriminación hacia determinados colectivos (inmigrantes...) tienen una de sus causas en esta función de las actitudes.
- Sin embargo, **la necesidad de juzgar estímulos del entorno en términos evaluativos** puede variar de unas personas a otras. Estas diferencias individuales se pueden **medir con la escala de necesidad de evaluación**. Comparado con las personas que puntúan bajo en necesidad de evaluación, **aquellas con altas puntuaciones** tienden a juzgar todo en términos de bueno o malo y poseen mayor número de actitudes, siendo estas últimas también más accesibles y predictoras de su comportamiento.

## 17.4) FORMACIÓN DE LAS ACTITUDES

- Aunque algunas actitudes pueden estar influidas por aspectos genéticos (miedo a serpientes, arañas, determinados sonidos o sabores...), la mayoría de ellas **tiene sus raíces en el aprendizaje y el desarrollo social**. Muchas actitudes se adquieren:
  - **Por condicionamiento instrumental (por medio de premios y castigos).**
  - **Por modelado o imitación de otros.**
  - **Por refuerzo vicario u observación de las consecuencias de la conducta de otros.**

### 1.-ACTITUDES BASADAS EN INFORMACIÓN COGNITIVA

- **Basamos nuestros juicios sobre** lo que nos gusta, o con lo que estamos de acuerdo, en función de lo que pensemos acerca de las cualidades positivas o negativas que posea el objeto de actitud o bien, de cómo puede ayudarnos a conseguir nuestras metas.
- **Nuestros grupos de referencia**, ya sean los padres a edades más tempranas o nuestros compañeros y amigos, durante las etapas del desarrollo, **nos van proporcionando criterios** mediante los cuales formar nuestras actitudes y comportamientos.
- **Existen varios modelos teóricos que especifican la relación de algunas de estas creencias con las actitudes, y en última instancia, con la conducta.**

#### a) Teoría de la acción razonada.

Basada en el modelo de la **expectativa-valor** y parte de la premisa de que las actitudes están determinadas por las creencias que tenemos acerca del objeto actitudinal.

- **Ampliación del modelo de la acción razonada:** se introdujo una nueva variable, **el control percibido**, o expectativa que la persona tiene de la existencia de determinados factores que dificultan la realización de la conducta. Así, cuantos más factores cree la persona que dificultan la realización de la conducta, disminuye el control percibido y por lo tanto, la relación entre actitud y conducta.
- **Críticas:** aunque este modelo describe algunas de las creencias que pueden contribuir a la formación y el cambio de actitudes, **no especifica los procesos psicológicos que median** la relación entre actitud y conducta.

Dos precisiones importantes sobre el Modelo de la Acción razonada:

1. **MODE (Fazio):** Modelo que **en oposición al anterior**. La mayor parte de la **conducta se produce de forma espontánea** y las actitudes guían la conducta a través de **procesos psicológicos automáticos**. Según esta perspectiva, una actitud puede guiar la conducta sin necesidad de que medie ningún pensamiento.
2. Aunque las personas tengan creencias sobre el objeto de actitud, ello no implica, ni garantiza necesariamente, que las usen a la hora de formar una actitud. **Las personas no siempre tienen la suficiente confianza en la validez de sus propios pensamientos**, lo cual, reduce su impacto en la evaluación general del objeto de actitud.

### 2.-ACTITUDES BASADAS EN INFORMACIÓN AFECTIVA

- **El afecto:** es otro de los procesos que influye sobre las evaluaciones que desarrollamos acerca de un objeto de actitud.

#### a) Condicionamiento clásico.

- **Se refiere a una forma de aprendizaje** en la que un estímulo que inicialmente no evoca ninguna respuesta emocional (estímulo condicionado) termina por inducir dicha respuesta como consecuencia de su emparejamiento sucesivo con otro estímulo (estímulo incondicionado), que sí provoca naturalmente la mencionada respuesta afectiva.
  - **Estudio de Staats y Staats:** emparejaron palabras afectivamente neutras (EECC), con una serie de ruidos desagradables (EEII) o con ruidos neutros. **Los resultados indicaron** que los participantes valoraron más negativamente las palabras cuando éstas se habían asociado a los ruidos desagradables que cuando no estaban asociadas a tal circunstancia.

- **La formación de actitudes a través de procesos de condicionamiento** es un procedimiento utilizado con mucha frecuencia en la formación y cambio de respuestas afectivas en distintos contextos, ya que no requiere un esfuerzo mental por parte de la persona condicionada. Además, es más fácil aprender respuestas afectivas a estímulos con los que no hemos tenido ninguna experiencia previa que a aquellos que no son conocidos.
- **Trasladado a nuestra vida cotidiana, la inclusión de estímulos atractivos**, como modelos, música, humor o paisajes, utilizados en las campañas publicitarias de las marcas comerciales, parece reflejar el intento de formar actitudes a través del condicionamiento clásico.

#### **b) Priming afectivo.**

- **Consiste** en el mismo proceso del condicionamiento clásico pero **exponiendo el estímulo incondicionado (EI) antes que el estímulo condicionado (EC)**.
  - **Experimento de Krosnick y cols:** presentaron a los participantes fotos de un grupo de amigos o fotos de serpientes seguidas de fotos de una persona realizando alguna actividad. Los participantes juzgaron a la persona y las actividades realizadas de forma más positiva cuando los expusieron antes al material positivo (amigos) que cuando fueron expuestas al material negativo (serpientes). Esto **sólo funciona cuando las personas no se dan cuenta de la presentación anterior al EI**, ya que, de ser así, tienden a corregir su nueva tendencia de respuesta.

#### **c) Efecto de mera exposición.**

- **Es el aumento de la preferencia por un estímulo** tras la exposición repetida a dicho estímulo. Existen varias explicaciones para este efecto:
  1. **Explicación basada en la fluidez perceptiva:** la repetida exposición a un estímulo hace que sea más familiar, lo hace más fácil de procesar y ello llevaría a una respuesta más positiva.  
La fluidez perceptiva **se puede atribuir a, o confundir con, la favorabilidad hacia el estímulo**, así como al hecho de que la exposición repetida a un estímulo produzca juicios más extremos en otras dimensiones no evaluativas.  
Sin embargo, para que esta facilidad mental pueda influir sobre las actitudes, las personas tienen que considerar la fluidez como algo positivo.
  2. **Explicación basada en que la familiaridad reduce tanto la incertidumbre como la competición de respuestas** que la nueva información genera, llevando directamente a una mayor preferencia. Según esta perspectiva, las personas **prefieren estímulos familiares antes que estímulos nuevos**, independientemente de si la familiaridad se deriva de la presentación previa o de cualquier otra fuente.
- **Matizaciones al efecto de la mera exposición:**
  1. La exposición repetida a un estímulo **sólo lleva a una mayor preferencia cuando** los estímulos presentados son relativamente nuevos, no se tiene una actitud previa clara hacia ellos, y su presentación es relativamente sutil. Cuando se aumenta la probabilidad de elaboración, el efecto de mera exposición **se reduce significativamente**.
  2. También se ha descubierto que **cuando se tiene experiencia previa** con los estímulos presentados, no se produce este efecto, sino un **efecto que acentúa la respuesta original de la persona**.

### **3.-ACTITUDES BASADAS EN INFORMACIÓN CONDUCTUAL**

*Existe amplia evidencia empírica y fenomenológica, según la cual, la forma en que nos comportamos afecta a nuestras actitudes.*

#### **a) Condicionamiento clásico.**

- Se ha encontrado que distintas **expresiones faciales y movimientos** podían servir para formar y modificar actitudes hacia distintos estímulos.

### **b) Disonancia cognitiva.**

- Paradigma según el cual, **cuando las personas se comportan de forma inconsistente con su forma de pensar se produce un estado aversivo de malestar que las lleva a buscar estrategias para reducir o eliminar ese estado de ánimo negativo.**
- El cambio o la formación de actitudes que sucede al efecto de la disonancia son mayores bajo las siguientes condiciones:
  - Cuando el comportamiento realizado produce consecuencias negativas.
  - Cuando dicho comportamiento se elige libremente.
  - Cuando implica un cierto esfuerzo.
  - Cuando viola la imagen que las personas tienen de sí mismos.
- Los efectos de la disonancia sobre el cambio y la formación de la actitud **son más probables en las personas de culturas occidentales y con una alta necesidad de consistencia.**

### **c) Auto percepción - Explicación alternativa a la Teoría de la Disonancia.**

- Según esta teoría, utilizamos la observación de nuestras propias conductas para juzgarnos a nosotros mismos, igual que hacemos con la conducta de todos los demás.
- Este proceso de auto observación es más probable que influya en las evaluaciones cuando no tenemos una actitud previa y clara sobre el objeto evaluado.

### **d) Sesgo de búsqueda.**

- **Otro mecanismo psicológico** a través del cual la conducta puede influir sobre la formación de actitudes **es por medio del sesgo de los pensamientos que vienen a la mente en el momento en que las personas llevan a cabo dicha conducta.** Cuando las personas realizan una determinada conducta, se produce un sesgo de búsqueda a favor de los pensamientos que son consistentes con dicha conducta en detrimento de aquellos pensamientos no consistentes con ella.

### **e) Autovalidación.**

- **Según la Teoría de autovalidación** la propia conducta se utiliza en ocasiones como un indicador de la validez de los propios pensamientos. Es decir, la conducta no sesgaría los pensamientos que vienen a la mente, sino que serviría para decidir sobre su validez.

---

## **17.5) FUERZA Y ESTRUCTURA DE LAS ACTITUDES**

---

- **El concepto de fuerza de las actitudes** se refiere a la capacidad de una actitud para ser relativamente estable y resistente en el tiempo, y con capacidad para predecir la conducta de las personas. Las actitudes, denominadas fuertes, tienen mayor probabilidad de producir estos resultados que aquellas a las que se conoce como actitudes débiles.

### **1.-INDICADORES OBJETIVOS DE LA FUERZA DE LAS ACTITUDES**

---

#### **a) Extremosidad o polarización.**

- Este indicador se define mediante dos elementos, **la dirección o valencia** (positiva, neutra o negativa), **y la intensidad o polaridad** (se refiere a la magnitud, mayor o menor).

#### **b) Accesibilidad.**

- Se refiere al grado en que las actitudes se activan espontáneamente cuando las personas se exponen al objeto de actitud, o dicho de otro modo, **a la rapidez con que una actitud viene a nuestra mente.**
- La accesibilidad de una actitud se puede medir registrando el tiempo que tardan las personas en contestar a una escala de actitud.

- **Las actitudes son más accesibles** en la medida en que las personas han pensado mucho sobre el objeto de actitud relacionado con ellas. También **se aumenta la accesibilidad** actitudinal simplemente con su expresión explícita y repetida.

### c) **Ambivalencia.**

- **Ambivalencia:** Es cuando una persona mantiene de forma simultánea dos evaluaciones de signo opuesto hacia el mismo objeto de actitud. Tener a la vez respuestas positivas y negativas hacia un mismo objeto puede resultar problemático y debilitar la actitud.
- **Evaluar la ambivalencia:** se mide por separado la respuesta positiva y negativa de la actitud. Cuanto más extremas y semejantes en intensidad son las evaluaciones, más ambivalente será la actitud.
- **Se puede ser ambivalente por:**
  - Tener a la vez evaluaciones positivas y negativas hacia el mismo objeto de actitud.
  - Tener discrepancias internas entre los componentes afectivos, cognitivos y conductuales de la actitud.
  - Tener conflictos entre distintas actitudes relacionadas entre sí.
- Las actitudes ambivalentes **no cumplen las funciones de orientación de la conducta**, e impiden a las personas tomar decisiones sobre el objeto de actitud. Por ello, las actitudes ambivalentes son **catalogadas como débiles**, y en general, suelen estar asociadas con la búsqueda de estrategias que permitan resolver dicha ambivalencia. **Ver gráfico 17.3. página 472. Actitudes en función de la calidad de los argumentos y la ambivalencia entre medidas explícitas e implícitas.**
  - **Estrategias:** la más estudiada es la búsqueda de información adicional sobre el objeto de actitud intentando resolver el conflicto entre los aspectos positivos y negativos y así poder polarizarse en un sentido u otro.

### d) **Estabilidad.**

- **Una actitud es estable** y, por tanto, fuerte, en la medida que es capaz de mantenerse intacta en el tiempo.

### e) **Resistencia.**

- Hace referencia a la capacidad de las actitudes para resistirse a información de signo contrario.

### f) **Predicción de la conducta.**

- **Una actitud es fuerte** en la medida en que es capaz de influir en la conducta de una persona. Según posean determinados indicadores de fuerza, unas actitudes predecirán la conducta mejor que otras.
- **Las relaciones entre actitud y conducta no son lineales.** La fuerza de una actitud y su capacidad para influir sobre la conducta **va a depender fundamentalmente del proceso psicológico** a través del cual se forme o se modifique dicha actitud. Generalmente, las actitudes que se adquieren a través de **procesos de alta elaboración cognitiva son más fuertes** que las que se adquieren a través de procesos de bajo esfuerzo mental.
- Se considera que **la fuerza de las actitudes es el parámetro más relevante** a la hora de analizar las relaciones entre las actitudes y la conducta.
- **Las personas que muestran mayor consistencia** entre sus actitudes y sus conductas **son las que:**
  - Puntúan bajo en la escala de autoobservación.
  - Tienen alta necesidad de cognición y evaluación
  - Las personas con alta preferencia por su propia consistencia.

## **2. -INDICADORES SUBJETIVOS DE LA FUERZA DE LAS ACTITUDES**

- Para cada uno de los indicadores objetivos de fuerza objetivos, **llamados también indicadores operativos de fuerza actitudinal**, existe su correspondiente indicador subjetivo.
- Se puede pedir a las personas que realicen juicios subjetivos sobre los parámetros de fuerza a través de sus sensaciones y percepciones. Las respuestas obtenidas pueden catalogarse como indicadores subjetivos de la fuerza de la actitud o **también indicadores metacognitivos.**

- También poseen valor **explicativo y predictivo** de la relación entre actitud y conducta. Algunos de estos parámetros subjetivos carecen de su correspondiente parámetro objetivo.

#### a) **Confianza.**

- Se refiere a la **sensación de validez subjetiva** que la persona tiene con respecto a sus propias actitudes. Factores que influyen sobre la confianza asociada a la actitud, **las personas se sienten más seguras de sus actitudes cuando:**
  - Están basadas en la experiencia directa.
  - Hay un consenso social al respecto, que coincide con las actitudes mantenidas por la persona.
  - Vienen a la mente fácilmente.
  - Se ha pensado mucho sobre el tema, salvo que esa elaboración mental provoque pensamientos contradictorios.
- También hay **diferencias individuales** respecto a esta variable en función de la personalidad de las personas y de factores sociodemográficos.
- Otro factor es la **extremosidad**, cuando más extrema es una actitud, mayor confianza se suele tener en ella.
- A veces la confianza **se basa en motivos relacionados con el control de las impresiones** que intentamos dar a los demás o con la intención de compensar nuestros déficits (cuando se quiere dar una imagen de confianza a los demás...).
- **Las actitudes que se mantienen con mayor confianza son más resistentes al cambio.**

#### b) **Importancia.**

- Se refiere a la relevancia o significado que la persona le da a su propia actitud. **Implica emitir un juicio sobre la actitud que se tiene** respecto a un determinado objeto de actitud (y no un juicio sobre el mencionado objeto. Ejemplo: respuesta a la pregunta **¿en qué medida consideras importante tu opinión sobre los matrimonios gays?**
- **Cuanto más relevante** sea un objeto de actitud para una persona, **mayor será la búsqueda objetiva de información** al respecto, mientras que **cuanto más importante** sea para la persona **la actitud en sí misma** (no el objeto), mayor será la probabilidad de que estos individuos realicen una búsqueda y procesamiento sesgado de información relacionada con el objeto de actitud.

#### c) **Conocimiento.**

- **Cantidad de conocimiento que una persona cree tener con respecto a su propia actitud.** Sin embargo, a menudo lo que se mide es el grado de conocimiento con respecto al objeto de actitud en lugar del conocimiento sobre la actitud misma.
- Las actitudes sobre las cuales la gente cree tener muchos conocimientos **suelen predecir la conducta mejor que** las actitudes sobre las que se cree tener poco conocimiento. Además, cuando una persona cree tener mucho conocimiento sobre una actitud suele dejar de buscar y procesar la información relacionada.
- **Los parámetros de conocimiento objetivo y subjetivo no suelen correlacionar.** Es decir, lo que una persona cree saber no suele guardar una coincidencia demasiado estrecha con lo que realmente sabe al respecto. **Ver gráfico 17.4. "Conocimiento subjetivo en función de la familiaridad de la marca y el formato en el que se presentó la información". Página 477.**

### 3. -MEDIDA DE LAS ACTITUDES

Existen **dos grandes categorías** de procedimientos diseñados para medir las actitudes:

1. **Procedimientos directos:** consisten en preguntar directamente y explícitamente a las personas por las opiniones y evaluaciones que sustentan en relación a un determinado objeto de actitud. Instrumentos de medida destacados:
  - a. **El Diferencial Semántico.**
  - b. **La Escala de intervalos aparentemente iguales.**

- c. *La Escala de Likert.*
  - d. *La Escala de clasificación de un solo ítem.*
2. **Procedimientos indirectos o medidas no reactivas o no intrusivas:** tratan de conocer las evaluaciones de las personas sobre el objeto de actitud sin preguntar directamente por él. Instrumentos de medida más destacados:
- a. *Los registros fisiológicos (electromiografía facial, electroencefalograma...).*
  - b. *Las pruebas proyectivas (Test de Apercepción Temática).*
  - c. *Los métodos de observación conductual.*
  - d. *Las medidas de tiempos de reacción (Test de Asociación Implícita, Tarea de Evaluación Automática...).*

#### 4.-PROCEDIMIENTOS DIRECTOS PARA MEDIR ACTITUDES

##### a) Diferencial semántico.

1. Con él, los participantes valoran el objeto de actitud correspondiente **mediante pares de adjetivos opuestos entre sí como**, por ejemplo, agradable vs. desagradable. Su principal ventaja radica en que su aplicación a diferentes objetos de actitud resulta sencilla. **Ver cuadro 17.3. PÁGINA 478.**

##### b) Escala de Likert.

2. Consiste en la presentación a la persona de una serie de afirmaciones relacionadas con el objeto de actitud, pidiéndole que **expresen su grado de acuerdo o desacuerdo** con las afirmaciones propuestas, marcando una de las alternativas que, para cada afirmación, dispone en la escala. La puntuación final se hallará obteniendo la media de las puntuaciones dadas a cada uno de los ítems. **Ver cuadro 17.4. PÁGINA 478.**
3. **Limitaciones:** Las personas no siempre saben cuáles son sus opiniones sobre ciertos asuntos y que, incluso cuando tienen acceso consciente a dicha información, no siempre están dispuestos a revelarlo públicamente.

#### 5.-PROCEDIMIENTOS INDIRECTOS PARA MEDIR ACTITUDES

##### a) Pruebas proyectivas.

4. **El TAT o Test de Apercepción semántica:** se basa en el supuesto de que en la medida en que el significado del estímulo no está suficientemente claro, tal y como se presenta, las personas tendrán que utilizar sus propios esquemas y actitudes para poder darle sentido.
5. A pesar de que las pruebas proyectivas no cumplen suficientemente con los requisitos de fiabilidad y validez, existen algunas adaptaciones que pueden resultar útiles para medir actitudes.

##### b) Procedimientos psicofisiológicos.

6. Registro de la tasa cardíaca, grado de sudoración de la piel, sofisticados registros de la actividad cerebral.
7. **Limitación:** no siempre se consigue determinar con precisión la naturaleza de la medida obtenida.

##### c) Procedimientos conductuales.

8. **La medida de comportamientos no verbales:** contacto ocular, el parpadeo, la postura, los gestos o la distancia interpersonal....

##### d) Procedimientos de tiempos de reacción.

9. Este tipo de procedimientos de evaluación miden **el tiempo que tardan las personas en responder** a determinadas palabras mientras intentan clasificarlas en distintas categorías. Los más usados son:
  - a) **La Tarea de Evaluación Automática:** consiste en solicitar a una persona que indique los más rápidamente posible si un determinado estímulo hace referencia a algo positivo o negativo. **La clave reside** en que la presentación de cada palabra (normalmente adjetivos denominados **concepto-diana**) va precedida por la presentación de otras palabras o estímulos (**primes**). La idea es que estos estímulos que actúan como primes, y que con frecuencia son presentados subliminalmente durante unos ms, pueden afectar la velocidad con la que las personas responden al mencionado concepto-diana. **Ver cuadro 17.5. "Una ilustración experimental de la Tarea de Evaluación Automática" página 480.**



- b) **El Test de Asociación Implícita (IAT):** En su procedimiento habitual se pide a las personas que clasifiquen palabras en distintas categorías.

**Por ejemplo,** en el centro de la pantalla puede aparecer la palabra "enfermedad" y tendría que ser clasificada como algo "bueno" o "malo", con uno de esos dos botones situados a izquierda y derecha, respectivamente, del sujeto experimental. El tiempo que tarda éste en realizar cada evaluación lo registra sistemáticamente el ordenador. **Ver cuadro 17.6. "Una descripción detallada del Test de Asociación Implícita" página 481.**

---

## 17.6) CONTROVERSIAS ACTUALES SOBRE EL CONCEPTO DE ACTITUD

---

### 1.-ACTITUDES ALMACENADAS EN LA MEMORIA VS. CONSTRUIDAS EN EL MOMENTO

- **Fazio y cols. demostraron que,** cuando se presenta un objeto de actitud sobre el que las personas tienen formadas evaluaciones previas, dichas evaluaciones influyen en las tareas que esté realizando la persona, cosa que no ocurre cuando los estímulos presentados no tienen asociadas ninguna evaluación. Estos resultados sugieren que **las evaluaciones asociadas con el objeto de actitud se activan de forma relativamente automática ante la presencia del objeto de actitud y,** consecuentemente, que están almacenadas en la memoria.
- **Para otros investigadores las actitudes podrían no estar representadas en la memoria** ya que prácticamente pueden construirse en cualquier momento en función de las creencias, emociones y conductas que están disponibles en la situación.
- **Según la opinión de los escritores del libro de texto,** la posibilidad de construcción instantánea de las actitudes resulta poco plausible por las siguientes razones:
  - a) **Según el paradigma de disonancia cognitiva,** las personas experimentan una sensación desagradable e incómoda (arousal negativo) cuando se comportan de forma que violan sus actitudes.
  - b) La mayoría de **las personas tienden a defender sus actitudes** cuando reciben información que las contradice o pone en entredicho.
  - c) **No parecería muy útil para la gente almacenar** en la memoria un montón de información y creencias sobre el objeto de actitud en ausencia de una representación evaluativa general de ese objeto.
  - d) La investigación ha descubierto que existen **propiedades estructurales de las actitudes** que pueden influir en su estabilidad y duración.
  - e) La investigación de laboratorio también ha **demostrado que la activación automática de las actitudes,** se puede producir incluso en condiciones donde los estímulos son presentados de forma subliminal.
  - f) Si las actitudes fueran realmente construidas en cada momento, entonces **daría igual si una persona ha tenido actitudes diferentes en el pasado** con respecto a un determinado objeto de actitud.

En resumen, **parece poco probable que las actitudes se construyan a cada momento,** por el contrario, parecería más verosímil la existencia de algún tipo de vínculo asociativo-evaluativo, representado en la memoria de forma más o menos estable. Todo ello, por supuesto, **sin negar la posibilidad de que los procesos de construcción instantánea de la actitud** tengan lugar en determinadas ocasiones y bajo determinadas condiciones.

### 2.-ACTITUDES EXPLÍCITAS E IMPLÍCITAS

- **Autores clásicos del fenómeno de la persuasión (Hovland, Janis y Kelley):** según ellos, existirían, por una lado, las actitudes caracterizadas como respuestas implícitas, **que podrían ser inconscientes** y, por otro lado, **las actitudes equiparadas a opiniones,** equiparables a respuestas verbales que las personas se expresarían **explícita** y conscientemente a sí mismas.
- **Distinción actual:**
  - a) **Actitudes automáticas o implícitas:** cuyo rasgo fundamental es el de ser rápidamente accesibles en cuanto la persona evoca o es expuesta al objeto actitudinal correspondiente. De estas evaluaciones las personas **no son necesariamente conscientes.**

- b) **Actitudes deliberadas o explícitas:** su rasgo distintivo es el de poder ser expresadas **conscientemente** tras unos momentos de reflexión.

**a) Primera formulación alternativa de las actitudes implícitas.**

- 1) **Actitudes implícitas:** aquellas evaluaciones cuyo origen no puede identificarse. Se pueden formar actitudes a través de diversos mecanismos de los cuales la persona no es consciente:
- Efecto de la mera exposición.**
  - Podemos ser influidos por factores del contexto (mejores actitudes en días de sol que en días de mal tiempo).*
  - La negación de muchos participantes en experimentos de que sus respuestas hayan podido ser influidas por variables independientes manipuladas en la sesión.*

Si una actitud es implícita, su origen, seguramente, será también desconocido para la persona, **pero no conocer las causas de una actitud no la convierten en implícita.**

**b) Segunda formulación alternativa de las actitudes implícitas.**

- 2) **Actitudes implícitas:** Desde esta perspectiva se consideran implícitas aquellas actitudes que influyen sobre la conducta de las personas, de forma tal, que éstas no serían conscientes de dicho impacto.
- Efecto del halo:** *hace referencia a aquellas situaciones donde la percepción de un determinado atributo lleva al perceptor a atribuir otros atributos que la persona percibida no presenta o no tiene. Ejemplo: Luis juzga que Rosa es una persona atractiva, a partir de lo cual también infiere que "es" también una persona inteligente.*

Según este criterio, una misma actitud podría ser unas veces implícita y otras explícita en función de lo evidentes que fueran sus consecuencias en función del contexto. En síntesis, si una actitud es implícita, sus efectos probablemente también lo sean, **pero el desconocimiento de los efectos de una determinada actitud, no permite clasificarla como implícita.**

**c) Conclusión sobre el concepto de actitud implícita.**

Según la opinión de los autores, lo más preciso a la hora de hablar de actitudes implícitas sería el criterio de que las personas lo que desconocen es su propia evaluación, independientemente del grado de conciencia que posean sobre sus antecedentes y consecuentes.

- ✓ **Sería, por tanto, la conciencia de la actitud en sí misma el rasgo distintivo que diferencia las actitudes implícitas de las explícitas, no su origen, efectos o forma de evaluación.**

Dos precisiones en relación con la dicotomía actitudes implícitas-explicitas:

- Que una persona sea consciente de su actitud no implica que le guste o se sienta cómodo teniendo esa actitud explícita, solamente que reconoce tenerla.**
- Las actitudes implícitas pueden, en algunos casos, acabar haciéndose conscientes por distintas vías. Por ejemplo, el tratamiento psicoterapéutico puede ayudarnos a desvelar nuestras propias actitudes implícitas cuya existencia ignorábamos. También, la propia conducta puede proporcionar algunas pistas para acceder a las actitudes implícitas, como ocurre a veces con los lapsos lingüales o con los procesos de autopercepción.**

---

## 17.7) MODELO METACOGNITIVO DE LAS ACTITUDES

---

Los dos modelos teóricos más representativos han sido:

- **El MODE**, según el cual las personas tienen una asociación evaluativa con el objeto de actitud que está almacenada en la memoria.
- **Los Modelos Duales de las Actitudes:** según los cuales las personas tendrían **dos representaciones mentales distintas del objeto de actitud** que, incluso podrían almacenarse en lugares diferentes del cerebro. Dichas representaciones corresponderían con lo que hemos dado en denominar **actitudes explícitas e implícitas.**

Los modelos duales no sólo defienden que estas dos representaciones son relativamente independientes, sino que, además, **se forman de manera distinta y operan en situaciones diferentes**:

- Las actitudes implícitas: se formarían a través de procesos asociativos, guiando las conductas más espontáneas, con poco margen temporal para deliberar sobre ellas.(asociativos-automáticos)
- Las actitudes explícitas: serían el resultado de procesos proposicionales, y orientarían la conducta en aquellas situaciones donde hubiese más posibilidades de pensar. (deliberados-proposicionales).

Con el objetivo de **abordar y resolver las diferencias entre la concepción unitaria y la dual**, Petty y Briñol han propuesto **un nuevo modelo teórico de actitudes**, con un potencial explicativo más flexible e integrador que los anteriores, denominado **Modelo metacognitivo de las actitudes (MCM)**, cuyos postulados se describen en el siguiente cuadro.

**Cuadro 17.7.- Una descripción de los postulados fundamentales del Modelo metacognitivo de las actitudes.**

*-1) Según el MCM, los objetos de actitud están representados en la memoria junto con sus asociaciones evaluativas, en función de la dimensión bueno-malo. Dichas asociaciones varían en su fuerza asociativa*

*\*En este sentido, el MCM es consonante con la propuesta de los modelos tradicionales de las actitudes (Fazio). Sin embargo, el MCM hace una precisión fundamental al señalar que las asociaciones entre el objeto de actitud y su evaluación son solamente eso, asociaciones, y que, por tanto, pueden reflejar todo tipo de información cultural, esperanzas y deseos personales, actitudes pasadas, entre otros.*

*\*Según el MCM, estas asociaciones en sí mismas no constituyen la actitud "real" como se argumenta desde la visión tradicional.*

*-2) A diferencia de los modelos tradicionales unitarios, el MCM permite asociaciones separadas para lo positivo y lo negativo.*

*-3) Para el MCM, estas dos asociaciones (positivas y negativas) no dependen de diferentes procesos, ambas pueden formarse a través de distintos mecanismos.*

*-4) Sólo se puede hablar de actitud en sentido estricto, según el MCM, cuando se cumple el requisito de que las personas reconocen explícitamente estas asociaciones como propias.*

*-5) Según el MCM, las denominadas medidas implícitas contemporáneas evaluarían las asociaciones evaluativas sin tener en cuenta estas etiquetas de validez, mientras que las medidas explícitas reflejarían tanto las asociaciones, positiva y negativa, junto con sus correspondientes etiquetas.*

El MCM además de ser una teoría integradora, **permite hacer una serie de predicciones nuevas**, que no serían posibles desde los modelos teóricos mencionados anteriormente, tales como la posibilidad de producir ambivalencia implícita (conflicto evaluativo del cual no es consciente la persona) como resultado de cambiar de una actitud a otra o como consecuencia de tener discrepancias explícito-implícitas. **Ver figura 17.2 "Ambivalencia según los modelos tradicionales y contemporáneos de actitud" página 488.**