

## Tema 9

### **Actitudes, estereotipos y prejuicios: definición y características. Teorías y modelos explicativos. Formación y cambio de las actitudes, los estereotipos y los prejuicios.**

#### **ACTITUDES.**

##### ***INTRODUCCIÓN:***

Según ALLPORT la importancia del estudio de las actitudes se debe a cuatro razones fundamentales:

- 1) La de constituir un concepto psicológico de carácter general, sin dependencia o adscripción exclusiva a una escuela determinada.
- 2) Escapa a la polémica doctrinal entre innatistas y ambientalistas.
- 3) Posee una extensión que abarca tanto el plano del individuo como del grupo.
- 4) Abarca una doble vertiente tanto psicológica como sociológica.

Las actitudes ocupan una posición central en el comportamiento humano, actuando como variable intermedia y moduladora entre las V.I. biosociales y socioculturales y la V.D. que es la conducta social. Constituyen mecanismos individuales a través de los cuales las variables independientes se traslucirían en el comportamiento.

##### ***DEFINICIÓN:***

KIMBALL YOUNG define la actitud como una tendencia o predisposición aprendida, más o menos generalizada y de tono afectivo para dar respuestas persistentes y características, de matiz positivo o negativo, en referencia a situaciones, valores, objetos y personas.

Según FISHBEIN y AJZEN, los componentes o dimensiones de las actitudes son:

- 1) Cognoscitivas: Dimensión formada por las creencias y opiniones del sujeto.
- 2) Afektivas: Carga sentimental-emotiva suscitada.
- 3) Conductual o reactiva, con un doble nivel de manifestación:
  - a) Intención de conducta.
  - b) Conducta abierta.

##### ***CARACTERÍSTICAS:***

Dentro de los componentes de las actitudes suelen distinguirse unas características peculiares:

- 1) **Valencia:** concepto que siguiendo un modelo vectorial comprendería:
  - a) La dirección actitudinal: atracción-repulsión.
  - b) La intensidad o nivel de propensión o actividad conductual que es capaz de originar.
  - c) Valencia: Carácter positivo o negativo de la actitud en el doble plano de lo cognoscitivo y de lo afectivo.
- 2) **Multiplicidad:** Nivel de complejidad. Número y variedad de elementos que integran cada uno de los componentes.
- 3) **Consistencia interna:** Integración o correlación mutua entre los diversos componentes de la actitud. Una actitud consistente poseerá por ejemplo: una fuerte valencia cognoscitiva y a la vez una alta valencia afectiva sobre el objeto o tema sobre el que versa la actitud.

La consistencia puede revertir mayor amplitud y extensión:

- (a) En el plano de las constelaciones de actitudes, en las que se trataría de la consistencia que existe entre dos actitudes distintas. Ejem.: las actitudes religiosas suelen guardar consistencia con las actitudes políticas.
  - (b) Cabe hacer extensivo el tema a la consistencia entre dos grupos de actitudes.
- 4) **Ambivalencia:** Conflictividad que puede darse entre los elementos positivos y negativos que configuran una actitud (ejem.: Fumador respecto al acto de fumar: existe ambivalencia al coexistir elementos cognitivos actitudinales negativos “fumar es malo”, y elementos afectivos positivos: “¡que bueno está!”).
  - 5) **Saliencia:** Distinto grado de resalte que algunos elementos actitudinales guardan frente a los demás. Su contraposición se daría cuando concurre un equilibrio o ajuste entre dichos elementos: Centralidad de la actitud.
  - 6) **Flexibilidad – rigidez:** Dependen de la mayor o menor capacidad de modificación o reestructuración que posean las actitudes.

## **TEORÍAS Y MODELOS EXPLICATIVOS:**

### **Teoría del aprendizaje**

Según esta teoría, aprendemos actitudes del mismo modo en que aprendemos todo lo demás. Al aprender la información nueva, aprendemos los sentimientos, los pensamientos y las acciones que están en relación con ella.

En la medida en que seamos recompensados (reforzados) por ellas, el aprendizaje perdurará.

Estas teorías del aprendizaje conciben a las personas como seres primariamente pasivos, cuyo aprendizaje depende del número y de la fuerza de los elementos positivos y negativos previamente aprendidos.

### **Teorías de la consistencia cognitiva**

Según las teorías de la consistencia cognitiva, la incoherencia entre dos estados de conciencia hace que las personas se sientan incómodas. En consecuencia, cambian o bien sus pensamientos o bien sus acciones con tal de ser coherentes.

Dentro de este grupo de teorías la que ha alcanzado mayor difusión ha sido la Teoría de la disonancia cognitiva de FESTINGER

Festinger sostiene que siempre que tenemos dos ideas, actitudes u opiniones que se contradicen, estamos en un estado de disonancia cognitiva o desacuerdo. Esto hace que nos sintamos incómodos psicológicamente y por eso hemos de hacer algo para disminuir esta disonancia.

Otras situaciones que pueden producir disonancia cognitiva son aquellas en las que hacemos algo contrario a nuestras creencias más firmes sobre lo que es correcto y apropiado, cuando sostenemos una opinión que parece desafiar las reglas de la lógica, cuando ocurre algo que contradice nuestra experiencia pasada o cuando hacemos algo que no va con nuestra idea sobre quiénes somos y para qué estamos.

### **Teoría de la acción razonada**

Teoría que estudia y trata de explicar el porqué de la conducta y con respecto a la relación conducta-actitudes viene a decir lo siguiente:

Las acciones se basan en las actitudes individuales, por lo que una teoría de la acción consiste esencialmente en una descripción de las actitudes.

La información que permite la formación de las mismas es de tipo cognitivo, afectivo y conductual. La información cognitiva se refiere a las creencias y al conocimiento que

poseemos acerca de un objeto. En forma similar, la información referida a las demás personas se basa en dichos componentes y es una causa importante de la formación de nuestra respuesta afectiva. La información conductual también influye en las actitudes, ya que evaluamos nuestras propias actitudes en forma similar a cómo lo hacemos con las de los demás.

Dentro de esta teoría el modelo de actitudes mejor conocido, que vincula creencias y evaluaciones, es el propuesto por **I. Ajzen** y **M. Fishbein**. Esta teoría es un modelo general de las relaciones entre actitudes, convicciones, presión social, intenciones y conducta

Centrándose en sus implicaciones para la formación de actitudes, los autores plantearon la hipótesis de que las actitudes están determinadas por las características que los observadores asocian con un objeto (sus **creencias** acerca del objeto).

En el modelo se propone una fórmula que especifica cómo se integran las creencias importantes de los individuos para formar una actitud general:

$$A_o = \sum b_i e_i \text{ (Suma desde } i=1 \text{ hasta } i=n)$$

En la que **A<sub>o</sub>** es la actitud hacia el objeto,  $\sum$  significa sumatoria, **b<sub>i</sub>** es la creencia **i** sobre el objeto, **e<sub>i</sub>** 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, comprendida entre 0 y 1, que manifiesta la certeza con la que se relaciona la característica del objeto (la intensidad de la creencia).

Cada evaluación (**e**) es una valoración comprendida entre -3 y +3, que refleja el valor positivo o negativo que asociamos a la característica.

### Ejemplo de aplicación

Imaginemos que le preguntamos a María 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, José, señala una actitud un poco negativa: -1 en la misma escala.

María diría que los perros son: “amistosos, lindos, ruidosos y juguetones”. José diría que son “violentos, escandalosos y leales”.

Es evidente que estas distintas creencias explicarían las actitudes generales diferentes.

María está segura de que los perros son amistosos (**b** = 0,9), moderadamente segura de que son lindos (**b** = 0,7), algo segura de que son ruidosos (**b** = 0,4) y muy segura de que son juguetones (**b** = 0,8).

Además, evaluó lo amistosos en forma muy positiva (**e** = +3), la agudeza como ligeramente positiva (**e** = +1), lo ruidosos algo negativamente (**e** = -1) y juguetones moderadamente positivo (**e** = +2).

Para conseguir una estimación de la actitud general de María a partir de estos componentes de sus creencias, Ajzen y Fishbein multiplicaron 0,9 por +3 (amistosos), 0,7 por +1 (agudeza), 0,4 por -1 (ruidosos) y 0,8 por +2 (juguetones) y sumaron los productos dando + 4,6. Por eso, la actitud general de María será favorable.

En el caso de José, la evaluación se calculó de la siguiente forma: 0,7 por -3 (violentos), 0,8 por -1 (escandalosos) y 0,6 por +2 (leales), dando una actitud negativa de -1,7.

### Origen de las creencias

Si las actitudes se basan en las creencias, entonces comprender la formación de actitudes demanda considerar el origen de las creencias. Las creencias basadas en experiencias directas con un objeto son más accesibles que las creencias basadas en experiencias indirectas, por lo que en el primer caso las actitudes correspondientes predicen mejor las conductas basadas en ellas que las previstas en el segundo caso.

## ***FORMACIÓN Y CAMBIO DE LAS ACTITUDES:***

Todas las definiciones vienen a coincidir en que las actitudes son aprendidas, están abiertas a la modificación y al cambio, y en qué su aprendizaje y modificación tiene su origen en la interacción con otras personas.

### **Formación. Factores determinantes:**

KRECH y colaboradores han establecido tres factores determinantes en la formación de las actitudes:

- 1) **Necesidades personales:** Las actitudes se desarrollan en el proceso de satisfacción de las necesidades, formando actitudes favorables hacia personas y objetos que las satisfacen.
- 2) **Pertenencia a grupos**, singularmente en los grupos primarios. Existen cuatro mecanismos explicativos:
  - a) Las presiones del grupo hacia la conformidad grupal crean una homogeneidad en las actitudes de sus miembros.
  - b) Los individuos tienden a pertenecer a los grupos que mantienen actitudes semejantes a las suyas.
  - c) Los miembros de un mismo grupo generalmente están expuestos a la misma información.
  - d) Los nuevos miembros de un grupo ya formado tienden a adoptar las actitudes compartidas por el grupo para conseguir su plena aceptación.

Pero no sólo los grupos de pertenencia conforman las actitudes de un individuo. Este puede formar sus actitudes a partir de unos grupos de referencia de los que no es miembro, pero que sin embargo actúan como modelos de guía de sus comportamientos.

- 3) **Dimensiones de personalidad:** Las actitudes de los individuos de un mismo grupo varían entre sí en virtud de sus rasgos específicos de personalidad. Puede suceder que dos sujetos tengan actitudes idénticas y sin embargo, como resultado de sus diferencias personales, existan diferencias significativas entre una y otra actitud en razón de su intensidad, de su distinta carga afectiva o cognitiva, etc.

### **Cambio de las actitudes.**

Resulta evidente que la estabilidad y duración de una actitud guarda relación directa con su grado de consistencia entre los factores cognitivos y afectivos y viceversa. Cuando dicha consistencia se quiebra, vendrá a producirse un estado de reorganización actitudinal que culminará, o en una polarización de la actitud hacia su polo vectorial opuesto, o en una fragmentación, o en una acomodación reestructurada de la actitud en cuestión.

FISHBEIN y AZJEN esquematizan su postura respecto a los cambios de actitudes en el siguiente proceso:

- 1) La actitud hacia un objeto se basa en una serie de creencias sobre el mismo.
- 2) Igualmente se fundamenta en una serie de intenciones de comportamiento y de acciones sobre dicho objeto que se encuentran estrechamente concadenadas.
- 3) Consecuentemente, los cambios de comportamiento sugieren una modificación de las intenciones de conducta, las que, a su vez, para adquirir consistencia piden una modificación en las creencias primarias, las cuales constituyen la base de un amplio cuadro de actitudes, intereses y creencias de segundo orden.

Algunos seguidores de las tendencias conductuales se han ocupado del cambio actitudinal y de los determinantes de los mismos. Así HOVLAND presta atención a la incidencia de la comunicación sobre la modificación de actitudes.

Estudió las fuentes de emisión de comunicación persuasiva, llegando a la conclusión de que las fuentes estimadas como dignas de crédito actúan como refuerzo de la postura actitudinal.

También se ocupó del problema de la primacía o recencia entre comunicaciones contradictorias respecto a una actitud configurada, no alcanzando conclusiones claras al tratar de ver si entre dos comunicaciones opuestas y recibidas sucesivamente, alguna de ellas revertía especial preponderancia sobre la otra.

Finalmente se ocupó de estudiar las posibles influencias actitudinales de las comunicaciones unilaterales y bilaterales (estas con argumentaciones en pro y en contra de la actitud), concluyendo que la argumentación expuesta en primer lugar es más influyente (con independencia de su contenido favorable o desfavorable) siempre que concurren ciertas circunstancias receptivas. Ejem.: el caso de que su temática sea familiar al receptor.

KRECH señala que las características de la actitud sobre las que puede operarse a fin de modificarlas son las siguientes:

- 1) **Extremosidad:** Las actitudes más radicales son más resistentes al cambio.
- 2) **Multiplicidad:** Las actitudes complejas cambian menos que las simples y además, cuando reciben nuevos datos cognoscitivos hacen una filtración selectiva de los mismos adoptando los que le sirven de refuerzo.
- 3) **Interconexión:** Los sistemas de actitudes se relacionan entre sí; por lo que a mayor vinculación con otras actitudes aparecerá mayor resistencia a modificarse, apareciendo incluso, cuando se lancen argumentos contrarios sobre ella, los denominados “juicios defensivos”, que buscarán apoyo en otros sectores actitudinales.
- 4) **Intensidad y refuerzo:** A mayor intensidad y mayor refuerzo propiciado por una actitud, tanto más se incrementará la resistencia al cambio de la misma. En consecuencia, las actitudes vinculadas a necesidades internas del individuo, como por ejemplo las creencias religiosas, son difíciles de modificar.
- 5) **Centralización** de los valores vinculados: Como quiera que el individuo ostenta unos determinados valores sobre “lo que debe ser”, lo que estima correcto y ortodoxo, y sus actos se forjan en torno a dichos valores, la modificabilidad de sus actitudes estará en consonancia con el grado de armonía y congruencia que las fuerzas del cambio actitudinal guarden respecto a tales valores. Si son armonizables y poco discordantes podrán ser admitidos.
- 6) **Factores de grupo:** finalmente se alude a la operatividad que puede ejercer sobre sus miembros el grupo respecto a las actitudes, ya sea por razones de mera integración grupal que actúa como solidificación de las actitudes imperantes en su seno, ya sea mediante modificaciones provocadas por la presión del grupo.

Entre las técnicas que suelen utilizarse para promover el cambio de actitudes cabe citar: La dinámica de grupo, el Role Playing, los mensajes subliminarios, etc.

Y las condiciones personales necesarias para la modificación de actitudes negativas son:

1. Crear y mantener confianza con los objetos de la actitud negativa, por medio de:
  - a. Cordialidad
  - b. Comprensión empática (asumiendo el punto de vista de los otros).
  - c. Cooperación

Por medio de la cooperación se promueven relaciones interpersonales positivas caracterizadas por:

- ✓ Respeto mutuo

- ✓ Actitudes positivas entre todos
- ✓ Amistad
- ✓ Sentido de obligación para con los demás
- ✓ Deseos de lograr aceptación

2. Reducción del egocentrismo: (El egocentrismo puede definirse como: Adherencia defensiva al punto de vista y marco de referencia propio).

- ✓ Separarse del punto de vista propio y ver la situación desde otra perspectiva.
- ✓ Toma de perspectiva: que consiste en la habilidad para comprender como una situación se le aparece a otra persona y como reacciona afectiva y cognitivamente.

### **ESTEREOTIPOS Y PREJUICIOS:**

Ambos conceptos (estereotipos y prejuicios) se diferencian por cuestión de matiz, el primero se caracteriza por unos contenidos cognoscitivos simplistas y esquemáticos, a modo de “clichés”, el segundo aparece mas vinculado al componente de rechazo afectivo implicado en las actitudes.

El prejuicio es un adelantamiento de enjuiciamiento sobre un tema, persona, grupo u objeto, carente de constatación fáctica o acompañamiento de experiencia. ALLPORT lo define como: “actitud de prevención hacia la persona que pertenece a un grupo o colectivo, por contaminación de las cualidades aversivas atribuidas a dicho grupo”.

Un estereotipo es un común denominador, una manera de simplificar a los demás creyendo que se adaptan a lo que uno entiende por gitano, sabio despistado o yuppie. Un estereotipo supone, también, una valoración global del individuo, una nota por la que decidimos si está en la franja de aprobado, neutro o suspendido.

El estereotipo intenta predecir el comportamiento global de un sujeto en situaciones muy variadas.

Por otro lado diversas circunstancias influyen en el proceso de formarnos una imagen estereotipada de los demás, como son el lugar, momento, intereses personales, influencia de las opiniones de los demás, etc.

### ***Cómo manejarlos***

Los estereotipos tienen una ventaja enorme en las relaciones interpersonales: nos permiten trabajar con intuiciones sobre los demás (hipótesis de trabajo) tras escasos minutos de conocer a una persona. Por tanto al ser ventajosos para las relaciones interpersonales, vale la pena aprender a sacar partido de ellos manejándolos de manera adecuada.

Para manejar los estereotipos de manera positiva hay que:

- a) Corregir las influencias del entorno, emocionales y grupales que actúan en el momento de captar la imagen de la otra persona.
- b) Conocer y compensar los llamados grandes errores en el conocimiento de los demás, así como las etiquetas que solemos poner a quienes conocemos.
- c) Manejar los estereotipos como meras hipótesis de trabajo susceptibles de ser cambiados cuando ello resulta oportuno.

En cuanto al apartado a) (corregir las influencias del entorno) hemos de decir que el momento y circunstancias concretas en los que conocemos a otra persona influyen poderosamente en la imagen que nos formamos de ella. Por un lado tenemos el interés personal que mueve a relacionarnos con dicha persona, pero también nuestro propio estado de ánimo, la situación concreta en la que nos encontramos, o el hecho de pertenecer dicha persona a un grupo más amplio sobre el cual tenemos ya formada una imagen.

En cuanto al apartado b) (grandes errores en el conocimiento de los demás), podríamos decir que existen unos sesgos universales y otros particulares en la manera que tenemos cada uno de nosotros de juzgar a los demás.

### Sesgos Universales

- Confundir inteligencia con personalidad.
- Confundir seguridad por voluntad.
- Confundir cordialidad por amistad.
- Juzgar personalidad por un rasgo no verbal: voz, apariencia, expresividad facial, olor... ser proclives a repulsiones de comunicación.

### Sesgos Individuales (influencia de nuestros intereses básicos):

- Orientados al poder.
- Orientados al logro.
- Orientados a la pertenencia grupal.

Se debe evitar asociar la **reactividad**, es decir la velocidad de pensamiento y de reacción, de la persona a la percepción de **inteligencia**. Son dos fenómenos distintos. También debe evitarse confundir ser **listo** con ser **inteligente**. Las personas listas parece que se enteran bien de los problemas, pueden ser intuitivas y de reflejos rápidos. Sin embargo las soluciones que dan a los problemas obedecen a unos clichés preestablecidos, y si esas personas listas no están dotadas además de inteligencia, pronto quedan superados por los acontecimientos. No se debe olvidar el aforismo: "Sólo las personas inteligentes son capaces de planificar un futuro incierto".

**Voluntad** supone persistencia y seguimiento de un plan. **Seguridad** equivale a aplomo en la forma de actuar. La voluntad es afrontar las dificultades, saberse sacrificar y asumir costes para hacer posible una idea. La seguridad, en cambio, es una calidad de la comunicación. Las personas seguras no son necesariamente persistentes en sus intenciones y voluntades. Algunas de ellas se doblan fácilmente a las primeras dificultades, aunque aparenten mucho aplomo.

Las personas **cordiales** son cordiales como un hábito de relación social. La cordialidad nada indica de la capacidad para tener solidaridad emocional (**amistad**). Personas muy cordiales pueden darnos la espalda en el momento de pedirles un favor.

Las personas experimentamos bienestar al comunicarnos con otras personas de igual nivel de reactividad en el ritmo de los gestos y de la manera de hablar. En cambio cuando estamos ante una persona de reacciones más lentas nos desasosegamos, y frente a una persona de reacciones más rápidas, nos ponemos nerviosos.

Algo similar ocurre con la **apariencia**. Nos sentimos más cómodos con gente de nuestra edad y condición, sobre todo si visten de manera similar. Este sesgo es tan importante que debe tenerse en cuenta en los procesos de selección de personal. Corremos el riesgo de dar un trabajo a una persona con baja capacitación simplemente porque se parece a nosotros.

Otro aspecto fundamental es conocer nuestras "**repulsiones verbales**". Entendemos por repulsión verbal el patrón de entonación y timbre de voz que de manera inmediata nos produce una sensación de discomfort. Algo similar ocurre con determinadas **expresiones faciales** y con los **olores**, tanto en la línea de repulsión como de atracción. Por lo general, nuestros propios defectos físicos observados en los demás nos causan repulsión. La aceptación del defecto físico lleva a la anulación de la repulsión.

En cuanto a los sesgos individuales se debe considerar que las personas nos orientamos en nuestra vida social básicamente hacia el poder, el logro, o la pertenencia a un grupo. Nadie se libra de tener estas tres pulsiones en diferente grado e intensidad. Son el motor de nuestra voluntad.

Cuando nos orientamos hacia el **poder**, el juicio que vamos a hacer de los demás va a verse fuertemente condicionado por preguntas tales como:

- ¿Hasta qué punto esta persona me supone un peligro?
- ¿Hasta qué punto me aporta más poder o influencia?
- ¿Hasta qué punto esta persona tiene más poder que yo?

Cuando estamos orientados hacia el *logro*, las variables que condicionarán nuestros juicios sobre los demás serán del tipo:

- ¿Hasta qué punto me reporta ganancia (sea ésta material, de bienestar, ética)?
- ¿Hasta qué punto facilita el camino hacia la meta que me he propuesto (o nos hemos propuesto como equipo)?

En los orientados de manera *grupal/social* las cuestiones serán del tipo:

- ¿Resulta esta persona responsable?
- ¿Capaz de solidarizarse con el grupo?
- ¿Capaz de aportar cohesión más que disgregación o enfrentamientos?
- ¿Capaz de sacrificios y de soportar frustraciones?

Resulta muy conveniente saber nuestra orientación primordial para contrarrestarla de manera objetiva.

Una persona básicamente orientada hacia el poder, pongamos por caso, puede seleccionar a sus colaboradores basándose en la lealtad. Al cabo de cierto tiempo puede percatarse de que ha construido un equipo de aduladores, incapaces de desarrollar iniciativas.

Por último podemos identificar una serie de tareas prácticas a incorporar en nuestros hábitos para atenuar la tendencia a estereotipar de manera rígida a los demás y darnos la oportunidad de conocer de forma más objetiva a las personas.

- Tarea 1. Compensar los estereotipos excesivamente buenos o malos.
- Tarea 2. Aumentar en cantidad y en calidad los estereotipos que manejamos.
- Tarea 3. Complementar el estereotipo con valoraciones basadas en el conocimiento mas profundo de las personas estereotipadas.
- Tarea 4. Rechazar estereotipos negativos que los demás intentan colgarnos acerca de los otros.