

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS

LAS ACTITUDES EN LOS PROCESOS  
SOCIALES

*T E S I N A*

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGIA  
P R E S E N T A

*María de los Angeles Escobar Burguete*

MEXICO, D. F.

1970



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Mi gratitud y reconocimiento a las personas que  
hicieron posible la culminación de mi carrera.

A mis padres

Efrain C. Escobar

Con mi homenaje a su memoria

Angelina B. Vda. de Escobar

Con profundo cariño por su impulso  
de todo momento.

A mis hermanos

Ing. Osmar O. Escobar

Profra. Beatriz E. de Muñoz

Efraín A. de J. Escobar

Pablo Muñoz Díaz.

Con gran cariño por la unidad  
que existe entre nosotros.

L. Ps. 00554

A mi familia  
con afecto.

A los Profesores.

Edgar Robledo Santiago y

Cristina B. de Robledo Santiago

Por la ayuda decisiva y generosa

que me han brindado.

A mis maestros

Dr. Alfonso Escobar Izquierdo y

Mtro. Hector Capello

Con admiración y respeto.

Al Lic. Manuel Angulo.

Con fraternal afecto a

Lic. Beatriz Riviera de Tarrab y

Lic. Carlos Tarrab

A mis amigos con afecto.

Profra. Martha A. de del Rosal.

Lic. Heladio Ramírez López

Dra. Elvira Farrera G.

Profra. Hilda Merchand M.

Profr. Tulio H. Neri de la Peña.

Srita. Salud Carlota Garrido.

## I N D I C E.

### I.- INTRODUCCION.

### II.- LA ACTITUD

1.- DEFINICION Y NATURALEZA.

2.- CARACTERISTICAS DE LAS ACTITUDES.

3.- FORMACION DE ACTITUDES.

A.- SISTEMAS GENERALIZADOS.

B.- DETERMINANTES EN EL DESARROLLO DE ACTITUDES.

### III.- MEDIDAS DE ACTITUDES.

1.- ESCALAS DE ACTITUDES.

A.- SELECCION DEL ITEM.

B.\_ FIABILIDAD Y VALIDEZ DE LA ESCALA.

2.-METODOS DE ESCALAJE.

A.\_ METODOS DE INTERVALOS QUE APARECEN IGUALES.

B.- METODO DE CALIFICACIONES SUMADAS.

C.- LA ESCALA DE DISTANCIA SOCIAL.

D.- ESCALAJE CUMULATIVO.

E.- LA TECNICA DE LA DISCRIMINACION ESCALAR.

3.- TECNICA ESPECIALES.

A.- TECNICAS CAMUFLADAS.

B.- DIFERENCIAL SEMANTICO.

4.- LA ENTREVISTA.

5.- CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LAS MEDIDAS DE ACTITUD.

### IV.- CAMBIO DE ACTITUDES.

1.- FACTORES VINCULADOS AL CAMBIO DE ACTITUD.

A.- CARACTERISTICAS DE LA ACTITUD.

B.- PERSONALIDAD.

C.- PERTENENCIA A UN GRUPO.

2.- FACTORES DECISIVOS QUE PRESIDEN LA VARIACION DE ACTITUDES.

A.- INFORMACION COMPLEMENTARIA

B.- FUENTES DE INFORMACION

C.- AFILIACION A NUEVOS GRUPOS.

V.- LAS ACTITUDES Y LA CONDUCTA.

1.- CONFORMISMO.

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA.

## I N T R O D U C C I O N

El estudio de las actitudes en los procesos sociales, es para mí un tema de gran interés, ya que por medio de él, se pueden realizar análisis que permiten conocer como los miembros de un grupo pueden ser influidos para el cambio de actitudes en la dirección deseada de cambio, -cuáles son los factores que permiten que un grupo permanezca solidario en sus actitudes y por sus aplicaciones prácticas en la investigación - de mercados, la educación y la política.

Son muchas variables, internas y externas, las que intervienen - en el origen y cambio de actitudes, intimamente ligados, por lo que, -- considerando que las actitudes son una dirección de la conducta más que una expresión; en este trabajo realizaré una breve incusión en el campo de la Psicología Social, para ver como las influencias sociales y otros aspectos de la personalidad afectan de manera persistente la organiza-- ción de ese sistema psiquico denominado ACTITUDES.

Entre los factores sociales que adquieren mayor relevancia al ha-- cer un estudio de actitudes encontramos: la pertenencia a un grupo, las normas y adoctrinamiento del grupo, el estatus de la persona en el grupo, los grupos de referencia, la información, sus fuentes, medios, forma y contenido, credibilidad y atracción del comunicante, y la personalidad del sujeto receptor.

Este trabajo, que someteré a la amable consideración de los miem-- bros del jurado, que para mi Examen Profesional como Licenciada en Psi-- cología me sea designado, no reúne las características de una investiga-- ción sino las de un trabajo teórico, dado el tipo de examen que presen--



taré "Examen Global de la Carrera"; pero quiero demostrar con él mis inquietudes en el campo de la Psicología Social.

En nuestro país, gracias al esfuerzo de personas dedicadas a estas tareas, se han realizado y publicado estudios en esta materia y lo que considero más importante, por medio del actual Departamento de Psicología Social de la Universidad Nacional Autónoma de México, se han despertado las inquietudes de los estudiantes y canalizado en tareas que pueden ser valiosas en la predicción de conducta y en la orientación de los grupos sociales de México.

## II.- LA ACTITUD.

### 1.- Definición y naturaleza de la actitud.

Thomas y Znaniecki, en estudio realizado en 1918, con campesinos polacos residentes en Estados Unidos de Norteamérica, definen la actitud como "estado de ánimo del individuo hacia un valor".

Allport, al referirse a la actitud, da la siguiente definición: "La actitud es un estado mental y neural de disposición, organizado a través de la experiencia, que ejerce una influencia directa ó dinámica en la reacción del individuo ante todos los objetos y todas las situaciones con que se encuentra relacionado". Connota "un estado neuropsíquico de disposición para emprender una actividad mental y física", es decir la presencia de una actitud prepara al individuo para cierta reacción.

Theodore M. Newcomb, habla de la actitud como "un estado de disposición para despertar motivos"; una actitud del individuo frente a algo "es su predisposición a ejecutar, percibir, pensar y sentir en relación con ello". "Las actitudes representan orientaciones generales - persistentes del individuo frente a su medio". Y señala que las actitudes reciben su denominación del objeto, o símbolo, alrededor del cual están centralizados diversos motivos.

David Krech, Richard S. Crutchfield y Egerton L. Ballachey, se refieren a la actitud como una estructura que forman los conocimientos sentimientos y tendencias reactivas. Un sistema vinculado entre esos tres componentes, dirigido hacia un objeto.

El componente cognoscitivo de una actitud consiste en las creen

cias de un individuo acerca de un objeto determinado. Los conocimientos son considerados como juicios de valor, o sea, que implican una valoración positiva o negativa. En el componente cognoscitivo de un sujeto -- pueden influir las creencias acerca de las maneras adecuadas o inadecuadas de responder ante un objeto.

El componente sentimental se refiere a las emociones, los sentimientos, vinculados a un determinado objeto. El objeto es vivenciado como placentero o como displacentero. Es esta carga emotiva la que dota a las actitudes de su carácter motivacional e insistente.

El componente reactivo de una actitud incluye toda inclinación a actuar de una manera determinada ante el objeto de dicha actitud.

El objeto de una actitud puede ser algo que existe para el individuo. Así, los objetos de las actitudes pueden ser múltiples y variados, nuestro prójimo, los hechos políticos y económicos, los fenómenos culturales, etc. Pero el que un objeto exista es condición necesaria, pero no suficiente, para que cualquier persona mantenga una actitud.

En mi concepto la actitud se puede definir como la disposición interna del individuo hacia determinados objetos, compuesta por los elementos antes mencionados y determinada por sus estructuras neuropsíquicas y sus relaciones interpersonales. Dicha disposición no marca necesariamente la forma de responder externamente, no marca necesariamente la conducta a seguir.

## 2.- Características de las actitudes.

### a) De los componentes.

Cada uno de los tres componentes de una actitud puede variar por su valencia y por el grado de su multiplicidad.

La valencia es una característica que se aplica a cada uno de los tres componentes de una actitud. Es la intensidad y el grado en que cada uno de los componentes especifican cuantitativamente la positividad o la negatividad de una actitud.

La multiplicidad de cada uno de los componentes de una actitud puede también variar con respecto al grado o número y variedad de elementos o partes que integran cada uno de los componentes de las actitudes. Así, el componente cognoscitivo puede variar de un conocimiento mínimo a otro exhaustivo en lo que concierne al objeto de la actitud; el componente sentimental puede estar dirigido a un aspecto o parte del objeto y el reactivo, abarcar una área mayor o menor.

b) De consistencia del sistema de actitudes.

La consistencia de las actitudes cuando se concibe a la actitud como un sistema que posee tres componentes se refiere a las correlaciones que vinculan entre sí a los tres componentes en valencia y en multiplicidad.

La consistencia abarca también el grado en que una persona está consistentemente en favor o en contra dentro del campo cubierto por su actitud o sea los grados de respuestas favorables hacia un mismo objeto proporcionadas en diferentes circunstancias o en tiempo diferente por un mismo sujeto; o la concordancia en las respuestas dirigidas a un objeto por diferentes sujetos.

c) De consonancia de los grupos de actitudes.

Algunos grupos de actitudes están caracterizados por un alto nivel de armonía interna y, en cambio, otros poseen una menor armonía.

De Krech Crutchfield y Ballachey "Campbell, Converse, Miller y -

Stokes examinaron el efecto sobre la conducta política del grado de consonancia entre los componentes de las actitudes, dentro de un grupo de actitudes políticas. Se identificaron seis características que parecían definir con más claridad los objetivos de las actitudes populares en la elección presidencial de 1956. Se trataba de las características personales de Stevenson, el candidato demócrata, y de Eisenhower, el candidato republicano; los grupos que se hallaban implicados en la política y sus intereses; los objetivos de política democrática; los objetivos de la política exterior y los éxitos alcanzados en política interna el partido republicano y demócrata. Se analizó una muestra que representaba a todos los sectores nacionales. Se utilizó una entrevista y se midió la valencia de las actitudes de cada individuo hacia los seis objetivos -- que mencionamos antes. Estas medidas reflejaban la atracción de cada uno de los miembros de la muestra hacia el partido republicano y demócrata en cada uno de estos seis temas y la intensidad de la actitud correspondiente. Valiéndose de estas medidas fue posible terminar a grosso modo el grado de consonancia entre las actitudes políticas de cada uno. Por ejemplo, un individuo mantiene unas actitudes consonantes si se siente inclinados por Eisenhower y la política exterior de partido republicano. Y lo mismo ocurre para el que se sintiera a disgusto ante Eisenhower y ante la política exterior republicana. Pero, en cambio, -- aquella persona muestra una actitud favorable hacia Eisenhower y que, -- sin embargo rechaza la política exterior de su partido o viceversa mantiene unas actitudes políticas incongruentes. "Los efectos de la disonancia de actitudes sobre la conducta política fueron muy intensos. La consonancia con que un individuo se decidía a votar en una dirección o

en otra; por eso, el porcentaje de personas que se decidieron a última hora aumentaba consistentemente con el incremento en la cuantía de la incongruencia de actitudes. Además, las personas con mayor nivel incongruencia política depositaban su voto con menos entusiasmo, estaban más dispuestos a cambiar de parecer e incluso tendían al absentismo electoral".

La prominencia o salencia de una actitud, es la espontaneidad o potencialidad con que una persona responde de cierta manera. Cuanto más saliente es una actitud en alguien, más fácilmente será expresada con un mínimo de estimulación externa. Una actitud saliente es muy importante en la personalidad del individuo.

Considero que además de las características señaladas, cabe mencionar, otras ligadas a la naturaleza del individuo o a su formación, como la duración o permanencia. Según esta característica las actitudes constituyen sistemas duraderos que adquieren un valor instrumental para el individuo o son pasajeras.

### 3.- Formación de Actitudes.

#### A).- SISTEMAS GENERALIZADOS DE ACTITUDES.

Newcomb, con su teoría motivacionalista de las actitudes, habla de la formación de éstas a partir de las tendencias adquiridas específicas, las que van creciendo en número, a medida que aumentan las gamas de estímulos con la maduración del individuo.

En las primeras etapas de la vida de un sujeto las actitudes son indiferenciadas, una actitud favorable es muy parecida a cualquier otra, y todas las actitudes desfavorables son muy semejantes. Cada actitud se hace más o menos integrada, en el sentido de que motivos similares son

provocados por situaciones diferentes en las que el objeto de la actitud está implicado.

Se puede considerar que la diferenciación de las actitudes aparece en la etapa de la vida del niño llamada objetal, o sea cuando ya existe una discriminación mayor entre los objetos que lo rodean y entre sus necesidades o tendencias, así por ejemplo un niño no distingue entre las diferentes personas; puede percibir las a todas como fuente de satisfacción y tener una actitud general favorable hacia todas ellas de manera indiscriminada. Pocos meses más tarde puede distinguir solamente a su madre de las demás personas y tener una actitud especial de dependencia con respecto a ella.

Newcomb, señala, que a través del proceso de integración algunas actitudes con respecto a ciertas cosas absorben actitudes con respecto a otras cosas relacionadas con aquéllas, o que a la persona así le parecen. Es allí donde se originan los fanatismos, y, considero que también los prejuicios, dado que esa absorción de las actitudes es característica en cierto grado de nosotros y corresponde a necesidades básicas de la personalidad.

a) Actitudes generales formadas por hostilidad reprimida.

K. Horney en estudios realizados con pacientes neuróticos en los EE. UU. encontró en todos ellos una característica crucial, que llamó "actitud de ansiedad básica", que se desarrolla a partir de ansiedades más específicas en la niñez, que brotan de una hostilidad reprimida.

Horney destaca cuatro condiciones en las que a los niños tienden a reprimir la hostilidad: por miedo a perder el status de dependencia por miedo al castigo; por miedo a perder el amor de los padres, o de --

otras personas; y, por temor a ser malos. Para Horney, "la interacción con otras personas proporciona la fuente, así como los blancos, de la hostilidad.

Analizando el punto de vista de K. Horney, considero que toda forma de respuesta de que es capaz el organismo, no solamente está determinada por las interacciones personales, sino que, corresponde también a las características y potencialidades básicas de cada individuo.

Al reprimir hostilidad el niño, no importa en que medida la reprima, tienen que formar un modo o un sistema para convivir con las demás personas y usan de estrategias que en general siguen tres líneas principales: movimiento hacia los demás, contra ellos o apartándose de ellos. A pesar de que no se da en un individuo una sola de estas líneas, generalmente es una la que predomina y la que determina una actitud general hacia el mundo social.

La persona cuya actitud dominante consiste en un movimiento hacia los demás, a menudo se subordina a los demás, procura el bien, pero no el de ella misma. Se hace notar por su carencia de pretensiones, ambiciones y quejas. Horney piensa que estas características no están ausentes sino reprimidas, por el temor de que si abrigara alguna hostilidad, se vería amenazada su necesidad, la necesidad de protección y amor de la persona cuya actitud dominante es hacia los demás.

Las personas cuya característica dominante es la del movimiento contra los demás están interesadas, sobre todo, en ser "rudas". Se consideran así mismas "realistas" al reconocer que viven en un mundo en el que "cada cual mira por si mismo". No es carente de "los mas suaves sentimientos humanos", sino que los reprime ante la necesidad, de conven-



cerse a sí mismo de que no está indefenso.

Las personas cuyo movimiento es de apartamiento de los demás, se reprime ante los mismos motivos que se reprimen las personas que se inclinan en "movimiento hacia los demás" y también en "movimiento contra lo demás", quedando como única alternativa la de apartarse de los demás. Por lo tanto se mantienen a distancia de las personas que podrían despertar motivos peligrosos.

Aunque estos movimientos, Horney, los encuentra despertados por ansiedad básica en pacientes neuróticos, creo que, en personas normales pueden aparecer este tipo de actitudes generales, en menor intensidad.

b) Seguridad e inseguridad como actitudes generales.

La seguridad y la inseguridad funcionan como actitudes generalizadas, representando estados persistentes de disposición a ser motivados en relación a sí mismo. Por el hecho de que el sí mismo entra en todas las relaciones sociales, el campo de estas actitudes es muy vasto.

La actitud de inseguridad es un estado persistente de disposición para "defender al sí mismo contra las amenazas". Esto puede variar en grado o intensidad en cuanto a su disposición.

B) DETERMINANTES EN EL DESARROLLO DE ACTITUDES.

a) Deseos personales.

Las actitudes que se desarrollan en el proceso de satisfacción de necesidades, están dirigidas no solamente al objetivo que satisface sus impulsos, sino también a los medios para alcanzar dicho objetivo.

Las actitudes de esta manera, llegan a tener un valor instrumental, para el individuo; en el sentido de que estas actitudes forman sistemas duraderos pueden servir para satisfacer otros problemas. Por ejemplo

plo, podemos amar a la política para satisfacer a nuestro padre, que es también político, pero más adelante elegimos otra profesión porque satisface nuestro afán de poderío, etc.

Al considerar al prejuicio, como "una actitud desfavorable hacia un objeto, que tiende a ser muy estereotipada, intensamente cargada de emoción y que no es susceptible de variación ante el impacto de informaciones contradictorias", se puede indicar que los prejuicios sirven de instrumentos a los hombres y uno solo de ellos puede servir para varios fines". Por ejemplo, el prejuicio racial puede servir para los fines siguientes: como un escape a la psicopatología de la personalidad, que se comunica a todos los aspectos de la conducta, como sucede en la personalidad paranoide que se halla sujeta a una serie de delirios de persecución, dicho delirio se puede fijar en un grupo racial, con lo que pasa a justificar psicológicamente la conducta del enfermo; el prejuicio racial puede ser también la fuga a la agresión producida por una frustración de origen social, política o sexual; el prejuicio racial funciona como un escape racionalizado para los impulsos socialmente rechazados, o para los medios socialmente desaprobados, como en el caso del empresario que dice que los obreros mexicanos no deben recibir un salario alto porque lo utilizan en emborracharse; el prejuicio puede estar al servicio de impulsos reprimidos, así la actitud de antipatía hacia ciertas minorías raciales o sociales, puede ser la proyección de ciertas tendencias desfavorables que provocan en el sujeto una situación conflictiva; el prejuicio racial cumple su función en la defensa del "yo" como en personas en las cuales el deseo de pretigio es muy fuerte y tratan de encontrar a otras personas ante las cuales puedan sentirse superiores.

## b) Información.

Las actitudes no solamente se encuentran subordinadas a los impulsos, sino que sufren el impacto modelador de la información a la que se halla expuesto un individuo. La información rara vez determina completamente una actitud, excepto cuando intervienen otras actitudes. Se usan frecuentemente en una gran información, como elementos, para integrar actitudes que se encuentran en consonancia con las actitudes previamente existentes. Con el mecanismo de ésta determinante tiene aplicabilidad la "teoría del equilibrio" en la formación de actitudes.

La teoría del equilibrio define "un estado de equilibrio como existente dentro de un sistema cognoscitivo hasta el punto de que los elementos de éste sistema formen unidades sin relaciones contradictorias y, por lo tanto, armónicas". Afirma "que los sistemas contradictorios tienden a convertirse congruentes". Ese sistema congruente tiende a formarse alrededor de la actitud más fuerte.

Para la Psicología social, la aplicación más significativa de la teoría del equilibrio se relaciona con los conocimientos afectivos, con las valoraciones positivas o negativas de personas y objetos y su conocimiento del valor positivo o negativo de dichas relaciones. Heider, ha utilizado esta teoría para realizar una exposición detallada de la fenomenología de las relaciones interpersonales en un sistema cognoscitivo triádico o sea compuesto de tres elementos, que ejemplificándolo nosotros podría referirse de la siguiente manera: si Juan Pérez siente antipatía por el grupo ó partido Juárez y siente profunda admiración y quiere mucho a Pedro Romo que es ferviente miembro o representativo del partido Juárez, el sistema cognoscitivo de Juan Pérez se encuentra en un estado

de desequilibrio que terminará, o bien pasándose al partido Juárez o disminuyendo la consideración de admiración y efecto hacia el amigo.

Las actitudes debido a su susceptibilidad ante la información --- tienen validez cuando corresponden a los objetos en sí; pero no todas corresponden a una realidad y es cuando se aparta de la verdad la información que surgen los prejuicios y las supersticiones. Un sólo factor puede ser suficiente para falsear la postura de los individuos ante un determinado aspecto de las relaciones sociales, por lo que es importante conocer cuales son las fuentes de los hechos o de los datos.

Fuentes de hechos o datos.

Las autoridades como fuentes de datos.

Es indudable que la complejidad del mundo en que nos movemos nos impide conocer todo y es de las personas que ejercen influencia sobre nosotros como expertos o autoridades de donde vamos a recibir parte de la información que interviene en la formación de actitudes. Esta fuente para el niño inicialmente la representa los padres, los maestros, los libros los medios de difusión masiva, como el cine, radio, prensa, televisión y más adelante los medios citados y autoridades en los diversos conocimientos y materias son fuentes aún para los eruditos. Esta información al pasar de mano en mano puede sufrir distorsiones concientes o inconcientes.

Los gobernantes, por medio de sus diferentes organismos propagan su política la que depende en su aceptación o que sus postulados sean aceptados no sólo de la propia personalidad del gobernado, sino de la aceptación que hay del gobierno y de que se le considere por sus actuaciones como fuente digna de crédito.

### Creación, invención y distorsión de los hechos.

Aquí se puede volver a tratar el principio de que los sistemas no equilibrados tienden a cambiar de dirección para una mayor armonía o consonancia. El principio de consonancia opera también en la formación de actitudes. Se utilizan datos que produzcan actitudes consonantes con otras ya preexistentes. La falta de datos evidente y armónicos nos fuerzan a crear, inventar o distorsionar ciertos hechos que son, en cambio, incongruentes con actitudes ya previamente conformadas. Nos vemos forzados a inventarnos los hechos.

### Apariencia y realidad.

La falta de veracidad de los medios informativos de algunas autoridades o de los órganos de difusión en general, la mayoría de las veces con fines políticos o comerciales nos mueven a creer sólo lo que percibimos de los hechos, podríamos decir sólo lo que tocamos con nuestras propias manos. Esto crea en muchas personas un excepticismo global acerca de cualquier fuente de información.

### c) La pertenencia a un grupo como determinante.

Una de las determinantes que sirven como fuente y apoyo en la formación y desarrollo de actitudes es la pertenencia a un grupo, ya que el individuo tiende a reflejar las creencias, valores y normas de estos grupos. Así, las creencias comunes sobre ciertos objetos, personas, hechos, etc. llega a dar cierta uniformidad a las actitudes de los miembros.

El papel que desempeñan los valores dentro de la formación de actitudes similares, en los individuos pertenecientes a un mismo grupo es más complejo; la primera divergencia se puede encontrar en la cen-

tralización de un sistema de valores del cual dependen la conformación y evolución de las actitudes; y esto se complica más por el hecho de que el mismo valor puede conducir a distintas personas y actitudes no sólo diversas, sino opuestas, influidas por sus restantes conocimientos, valores y actitudes, por sus impulsos y por su pertenencia a otros grupos.

Las normas de grupo, no sólo prescriben cuales son los actos acertados, sino también cuales son las actitudes idóneas. El que se desvía de las normas no puede soportar por mucho tiempo el ataque de una mayoría unánime y acude al proselitismo. Si en su intento de atraer hacia su punto de vista a otras personas falla, el sujeto termina renunciando a su conducta desviada o a pertenecer al grupo.

La influencia de grupo en la formación de actitudes ha sido motivo de muchos estudios, los que han demostrado que es de vital importancia dicha influencia; pero son los grupos primarios sin lugar a dudas decisivos en el desarrollo de actitudes.

Los psicólogos sociales definen a los grupos primarios, como el de "dos o más personas que se asocian entre sí de una manera íntima y directa. Los grupos primarios más importantes son la familia, la amistad y los grupos de trabajo. Son primarios en el sentido de que ejercen influencias duraderas sobre el individuo".

La homogeneidad de las actitudes, dentro de grupos primarios, puede ser interpretada, por lo menos, de cuatro formas diferentes. En primer lugar, las presiones del grupo en dirección a una conformidad crean una homogeneidad dentro de los miembros de dicho grupo. Una segunda interpretación es la de que los individuos tienden a buscar aquellos grupos que congenian con sus actitudes previas. En tercer lugar, los --

miembros de los grupos primarios tienden a estar expuestos a la misma información, ya que comparten la misma subcultura y las mismas fuentes informativas. Finalmente, los nuevos miembros de un grupo adoptan las actitudes reconocidas para "conseguir la aceptación del grupo".

Los grupos no actúan proporcionando actitudes a los individuos. Cada grupo opera no de una manera aislada y fragmentaria, sino que produce como una especie de perfil de influencias.

Los grupos modelan las actitudes del sujeto, en cuanto el se identifica con el grupo; puede darse el caso de que grupos a los cuales no pertenece realmente el sujeto determinen su conducta y le sirvan como grupos de referencia.

#### d) Actitudes y personalidad.

Las actitudes de un individuo reflejan su personalidad. El individuo tiende a aceptar como propias aquellas actitudes que integran con su personalidad. Esto es cierto en lo que respecta a algunas actitudes como el etnocentrismo, las actitudes religiosas, las actitudes políticas y las actitudes hacia los problemas internacionales. Un individuo puede adoptar actitudes que son inconsistentes o contradictorias, debido a las divergencias entre las autoridades representativas en cada una de las áreas, pero también debido a ciertas asociaciones a grupos que entran en conflicto y debido a pulsiones contradictorias. El hombre puede servir y sirve a muchos amos.

#### e) Procesos psicológicos que determinan la formación de las actitudes.

En la formación de actitudes intervienen todos los procesos psicológicos que intervienen en el aprendizaje y en desarrollo del indivi-

duo, como la atención, memoria, percepción entre otros.

La percepción a la vez que determina la formación de actitudes establece un sistema de correlación con ellas. Ya que es, a través de los organos de los sentidos como vamos a captar los fenómenos del mundo que nos rodea, fenómenos que van a determinar y a propiciar actitudes, y, esas actitudes a su vez van a determinar los fenómenos que deben ser percibidos; ya que la percepción de los sentidos, sea cual fuere el receptor estimulado envuelve la cuestión de la selectividad. Este principio de selectividad se encuentra ilustrado por medio de un experimento dirigido por Allport y Kramer, en relación con su estudio de algunos componentes significativos del prejuicio. Presentaron fotografías de estudiantes a sujetos, a quienes les asignaron la labor de separar a los estudiantes judíos de los no judíos. El resultado, fue, que los sujetos que demostraron ser antisemitas, en respuestas dadas en cuestionarios anteriores acerca de sus actitudes, tuvieron sin lugar a duda -- más éxito en el reconocimiento de fotografías de judíos que los sujetos que en el cuestionario mostraron simpatía hacia los judíos. Evidentemente, las actitudes o los sujetos con actitudes antisemiticas demostraron mayor sensibilidad con respecto a la identificación de rasgos que contribuyeron al reconocimiento. /

### III.- MEDICION DE LAS ACTITUDES.

Al tratar la medición de actitudes nos referimos al conjunto de métodos o técnicas empleadas en este campo. Estas técnicas nos sirven para inferir por medio de respuestas las dimensiones o características de las actitudes, para darle a sus componentes un valor numérico; esto se realiza por medio de inferencias, ya que en las actitudes como en todos los determinantes psicológicos no se puede realizar una medición



directa.

### 1.- ESCALAS DE ACTITUDES.

Una escala de actitudes consiste en una serie de frases, afirmaciones, proposiciones o ítems en general, frente a las cuales los sujetos dan su acuerdo o desacuerdo, de un modo u otro, el perfil de las -- respuestas proporciona un procedimiento para establecer las afirmaciones de la actitud en cuestión.

#### A) SELECCION DE ITEMS

Al determinar que ítems deben ser incluidos en una escala y cuantos se requieren, es importante tomar en consideración los siguientes criterios:

a) Un ítem debe discriminar entre las diferencias de actitudes mantenidas por cada uno de los sujetos, debe poseer un valor discriminativo hacia la actitud que va a medir y no estar desviado hacia otra.

b) Al seleccionar ítems para una escala debemos considerar como - los más aptos para una discriminación tajante aquellos que arrojan un - mínimo de solapación, deben discriminar de la manera más marcada que sea posible.

c) Entre los mismos ítems de la escala debe existir una gradua--ción que permita de la mejor manera posible darle a cada sujeto un lu--gar o una distancia de acuerdo con el grado de su actitud, medida en relación con otros sujetos.

d) En cada escala de actitud debe existir un número mínimo de - ítems para una fiabilidad dada. Cuanto mayor sea el número de ítems en una escala y en un test, mayor es su fiabilidad. Esto se hace tomando- en cuenta las diferencias individuales, pero como éstas son tan grandes

las consideraciones prácticas limitan a un cierto margen el número total de ítems.

En la construcción de escalas de actitudes se puede utilizar dos tipos de ítems. El más utilizado es el consistente en una frase valorativa que concierne al objeto, englobándose los aspectos cognoscitivos y sentimentales. El segundo tipo de ítem utilizado en unas cuantas escalas consiste en la descripción de una acción específica dirigida hacia el objetivo de la actitud.

La consideración del punto negro de una escala de actitud es de suma importancia para la medida. El punto negro es el punto neutro de una escala, o sea donde la actitud cambia de valentía. El punto neutro significa una carencia absoluta de actitud hacia el objetivo en cuestión y es a partir de ese punto donde las actitudes se dirigen a los extremos positiva o negativamente.

#### B.- OTRAS CONSIDERACIONES.

Otras consideraciones sobre la técnica de medida de escalas de actitudes es la fiabilidad y la validez. La validez es el grado según el cual la escala mide aquello que intenta medir. La validez de una técnica depende íntimamente de su fiabilidad, es decir, de la capacidad de la escala para proporcionar medidas consistentes.

La fiabilidad de una escala puede ser investigada de tres maneras diferentes:

a) El método del test-retest, que consiste en repetir la aplicación de la prueba inmediatamente o después de un cierto espacio de tiempo, comparándose las dos medidas.

b) El método de las formas equivalentes, en el que se comparan-

dos formas similares del mismo test.

c) El método de las mitades (Split-Half), en el que los puntajes de una mitad del test se comparan con los de la otra mitad. Se suele expresar, en todos los casos, el grado de fiabilidad con un coeficiente de correlación entre las dos series de medidas.

Una vez averiguada la fiabilidad de una escala de actitudes y descubierto que su validez es satisfactoria, sólo queda por descubrir la validez de la escala. Entre los procedimientos que se utilizan para descubrir la validez se pueden mencionar los siguientes:

a) Mediante el Juicio de expertos puede ser estimada la validez de contenido de una escala de actitudes, ellos pueden terminar si una escala mide una muestra representativa de todas las creencias, sentimientos y tendencias reactivas que pertenecen a un objeto. Este procedimiento se reciente por la dificultad de que el juicio para la selección de ítems estará influenciado indudablemente por las actitudes de los expertos o jueces.

b) Otro procedimiento para la validez de la escala es el de examen de grupos "conocidos" o de tipos de personas que difieren marcadamente en ciertos aspectos relacionados con sus actitudes. Este método de validación posee varios inconvenientes que limitan su utilidad. No es probable que podamos encontrar todas las organizaciones que nosotros deseáramos, cada una de las cuales representa una posición escalar -- distinta dentro de un continuum de actitudes. Las organizaciones se hallan casi siempre centradas en puntos bastante extremos, y en otras -- ocasiones no es posible encontrar para algunas actitudes ciertas organizaciones que representan ideológicamente los puntos extremos.

c) El último criterio práctico de validez en la medida de las actitudes radica en el estudio de la exactitud de la predicción de la conducta hacia el objetivo. Un cierto número de investigaciones han de mostrado que las medidas verbales, en lo que concierne a las actitudes predicen la conducta social del individuo con un grado diverso de exactitud. Las razones de esta discrepancia entre las actitudes de las per sonas y su conducta, de las que en capítulo posterior me ocuparé, son muchas.

## 2.- METODOS DE ESCALAJE.

Existen cinco métodos de escalaje fundamentales para la medida de las actitudes:

### A.- EL METODO DE INTERVALOS QUE APARECEN IGUALES.

Thustone y sus colaboradores han elaborado un método para seleccionar los ítems que representan grados diferentes de actitudes favorables, en forma tal que se les pueden asignar valores precisos en una es cala. Estas escalas se elaboran para medir actitudes hacia un objetivo. Es fundamental en este método el utilizar jueces que asignen valores es calares a cada ítem de los comprendidos en el test.

Este método fue aplicado por primera vez a la construcción de una escala de actitudes con respecto a la Iglesia (1929). Primero se confeccionó una serie de 130 ítems que, se pensaba, representaban todos los grados de apoyo u oposición a la Iglesia. Se obtuvieron a partir de muchas fuentes, y se procuró enunciarlos en forma clara y bastante breve. Estas afirmaciones, cada una de ellas escrita en una tarjeta separa da, fueron clasificadas luego de manera independiente por todos los miem bros de un grupo de 300 jueces, de acuerdo a las siguientes instruccio--

nes:

"Se le entregan once tiras de papel con las letras A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, Por favor, ordénelas delante de usted en orden regular. Sobre la tira A ponga aquellas afirmaciones que usted cree que expresan el mayor grado de aprecio del valor de la Iglesia. Sobre la tira F ponga las que expresan una posición neutral. Sobre la tira K ponga aquellas que expresen el grado más enérgico de repudio a la Iglesia. Sobre el resto de las tiras disponga las afirmaciones de acuerdo con el grado de aprecio o repudio expresado en ellas".

El resultado de este procedimiento fue una clasificación en once clases de los 130 ítems, hecha por cada juez. Thurstone encontró que la mayoría de los jueces concordaban bastante bien en su distribución de la mayoría de las afirmaciones. Sin embargo, hubo considerables desacuerdos con respecto a unas pocas, las que se descartaron.

Posteriormente Hinckley usando la técnica antes señalada alcanzó una correlación muy alta, 0.98, entre dos grupos de jueces con actitudes opuestas entre sí al objetivo de la actitud para la cual tenían que clasificar ítems, pero eliminando a aquellos jueces que señalaban actitudes más extremas. En una réplica a la investigación de Hincley, Hovlan y Sherif pidieron a cuatro grupos de jueces que sortearan las mismas 114 frases que había utilizado Hincley. Encontraron, que las actitudes de un juez influyen en su ubicación de los ítems, esta influencia aumenta cuando las actitudes de los jueces son más extremas. Sin embargo, en la mayor parte de los casos este efecto es insignificante.

B.- EL METODO DE CALIFICACIONES SUMADAS.

Likert elaboró un método diferente para el escalaje de las actiudes. Su procedimiento, que difiere en algunos puntos de la técnica - de Thurstone, incluye los siguientes pasos: 1) La recogida de un gran número de frases consideradas por el experimentador como relacionadas con el objeto en cuestión; 2) La aplicación de estas frases a un grupo de sujetos indica para cada afirmación si la aprueban, si la aprueban plenamente, se hallan indecisos, la desaprueban, o la desaprueban intensamente: 3) La determinación de un puntaje total para cada individuo, sumando sus respuestas a todos los ítems, puntuando las cinco categorías anteriores como 5,4,3,2 y 1 respectivamente en el caso de los ítems favorables, e invirtiendo la puntuación en el caso de los desfavorables; 4) La realización de un análisis factorial para seleccionar los ítems más discriminativos. Es precisamente el uso y el análisis factorial el que distingue el método de Likert del de Thurstone.

En el método de escalaje de Thurstone la necesidad de que exista una concordia entre los jueces en lo que respecta a la más adecuada colocación de un ítem en la escala, exige que el contenido manifiesto del elemento se relacione directamente con la actitud que va a ser medida. En el método de Likert, por el contrario, no existe esta necesidad, ya que en virtud de la correlación de un ítem con el puntaje total puede tener valor diagnóstico aunque, en apariencia, no lo tenga. El puntaje ofrecido por una escala de Likert puede ser sólo interpretado en términos de la relación del sujeto con el grupo al que pertenece; es decir, los puntajes no poseen un significado absoluto.

#### C.- LA ESCALA DE DISTANCIA SOCIAL.

Bogardus (1925) fue uno de los primeros en asignar una técnica -

a la misión específica de medir y de comparar las actitudes hacia nacionalidades diferentes. Su escala de distancia social componía un cierto número de frases que fueron seleccionadas sobre una base apriorística para despertar aquellas respuestas indicadoras del nivel de aceptación por parte del sujeto de un grupo nacional determinado.

Las instrucciones de la escala son las siguientes:

"de acuerdo a mis sentimientos más espontáneos yo admitiría a los miembros de esta raza (como clase y no como los mejores o los peores que yo conozca), a una o más de las clasificaciones que voy a subrayar". Se presentaban a un sujeto siete clasificaciones para cada nacionalidad:

1) Una vinculación íntima, mediante el matrimonio.- 2) A mi club, como camaradas.- 3) A mi calle, como vecinos.- 4) A mi puesto de trabajo, en mi profesión.- 5) A ser compatriotas, en mi país.- 6) Como turistas sólo, en mi país.- 7) Les excluiría de mi país.- Las clasificaciones avanzan de una manera ordenada desde una vinculación íntima a una vinculación remota o nula. La valencia de la actitud del sujeto hacia la nacionalidad en cuestión se considera, como el grado más alto que -- aceptaría el sujeto estudiado.

Una adaptación de la técnica de Bogardus ha sido realizada por Crespi (1945) en forma de un termómetro de rechazo social, para medir las actitudes hacia los sujetos que poseen unas ideas políticas opuestas al régimen.

Entre las afirmaciones que Crespi emplea en su escala es importante mencionarse que las dos últimas, 5 y 6, van más allá de una "distancia psicológica", implican un deseo de castigo o destrucción. Esto sugiere que la escala de distancia social no mide, con la eficacia de-

seada, las actitudes.

#### D.- ESCALAJE CUMULATIVO.

El escalaje cumulativo es un método para valorar series de afirmaciones y sirve para averiguar hasta qué punto cumple su función un determinado tipo de escalas, corrientemente denominadas escalas Guttman. Guttman define la escala de la siguiente forma: "La denominaremos una serie de ítems de contenido común en los que una persona con un rango más elevado que otra sigue tal alta o más en cada ítem sucesivo que esa otra persona". La finalidad del método de Guttman es la de determinar si una serie de afirmaciones que revelan una actitud mide solo una de ellas o no. La escala de Guttman es una escala unidimensional. Sabiendo el puntaje total de un individuo sería posible el reproducir perfectamente sus respuestas ante cada uno de los ítems.

La reproductibilidad perfecta nunca se obtiene en las escalas de actitud. Se han elaborado varias técnicas para estimar el coeficiente de reproducibilidad. El coeficiente de reproducibilidad es un índice que indica la exactitud con las respuestas ante una serie de frases pueden ser predichas a partir de los puntajes totales.

El método escalar de Guttman ha sido muy criticado puesto que pasa por alto el problema de la representabilidad en la selección de la serie inicial de frases. Guttman ha afirmado que la selección de una serie de frases es producto de la intuición y de la experiencia. Por eso, es imposible estimar la validez del contenido de las escalas cumulativas.

#### E.- LA TECNICA DE DISCRIMINACION ESCALAR.

Edwards y Kilpatric (1948) elaboraron un método que determina -



la técnica de la discriminación escalar. Los pasos que se utilizan en esta técnica son los siguientes: Se selecciona primero una amplia serie de ítems emparejados. Luego se pide a jueces, como en el método de Thurstone, que seleccionen dichos ítems en categorías de acuerdo a su grado de favorabilidad. Los ítems que no son seleccionados consistentemente por los jueces son considerados como ambiguos y, por eso mismo, se les rechaza. Se prepara a los restantes ítems en un formato de múltiple elección con seis categorías de respuestas: de acuerdo plenamente, de acuerdo, ligeramente de acuerdo, ligeramente en desacuerdo, en desacuerdo plenamente en desacuerdo. Los ítems se aplican a un nuevo grupo de sujeto que tienen que responder ante cada ítem escogiendo la alternativa que expresa mejor su concordancia o su discordancia. Las respuestas de cada sujeto son entonces puntuadas para la obtención de un puntaje total. Cada ítem se somete, pues a un análisis de elementos, como en el método de Likert, y se rechazan los ítems no discriminativos, los restantes ítems son dicotomizados después y se les somete a un escalaje acumulativo. Esta técnica es un intento de síntesis de los métodos de construcción de escalas elaborados por Thurstone, Likert y Guttman, sin embargo, no ha sido lo suficientemente comprobada por los investigadores, lo que impide determinar sus posibilidades.

## 2.- TECNICAS ESPECIALES.

En años recientes se ha elaborado un cierto número de técnicas especiales con el fin de mejorar la validez de las medidas de actitudes, entre las que destacan:

### A.- TECNICAS CAMUFLADAS.

Las técnicas camufladas están ubicadas dentro de los métodos indirectos. Estos métodos se utilizan como una especie de camuflaje al -

medir aquellos sentimientos y pensamientos que se relacionan sutilmente con el objetivo de la actitud. Una de las principales ventajas de estas técnicas es la de que bajo ciertas condiciones, pueden poseer -- una validez mayor que la medida directa. Esta ventaja se aplica particularmente a aquellas actitudes que violan normas colectivas y que -- se revelan más fácilmente en las colectividades que en el individuo, y aquellas otras actitudes que son inaceptables para el autoconcepto individual. La segunda ventaja es la de que permitan al experimentador -- el medir una actitud sin influir en ella.

Entre las técnicas camufladas que se utilizan encontramos las técnicas proyectivas y la técnica de elección de errores. Hammond (1948) fué quien elaboró la técnica de elección de errores, forzó a los sujetos a escoger entre dos respuestas alternativas, cada una de las cuáles era errónea, pero en un sentido opuesto al de la respuesta correcta, como en el ejemplo siguiente: "El salario medio semanal del obrero que trabaja en industrias bélicas era en el año de 1955: 1) de 37 dólares; -- 2) de 57 dólares". La elección de unas u otras respuestas indicaba una actitud subyacente en pro del obrero o de la empresa. El test fué aplicado en forma de exámen de información a un grupo de obreros sindicados y a otro de negociantes. Los puntajes totales en los 20 ítems de los tests diferenciaron sin casi solapamiento el grupo sindicato del de negociantes con respecto a las actitudes hacia la política empresarial. Este test satisfizo el criterio de validez del grupo "conocido"

A Priori se puede suponer que las técnicas proyectivas miden los -- componente inconcientes de las actitudes o aquellas actitudes socialmente reprobadas; pero se debe tener especial reserva cuando se estu-

dian las actitudes específicas por medio de estas técnicas porque pueden estar influidas por el prejuicio.

#### B.- DIFERENCIAL SEMANTICO.

Osgood, Suci y Tannenbaum (1967) elaboraron una técnica que recibe el nombre de "diferencial semántico" y que intenta medir la significación de los conceptos. La hipótesis es la de que el significado de un objeto para un individuo incluye no sólo el significado más patentemente denotativo que se puede establecer, sino también otros significados más sutilmente connotativos, menos fácilmente describibles. Para medir estos aspectos tan importantes se utilizó un método indirecto, mediante el cual el mismo individuo proporcionaba una serie de calificaciones -- cuantitativas de un objeto bajo diferentes adjetivos bipolares.

Mediante un análisis factorial de las calificaciones de muchos objetos en estas escalas de adjetivos bipolares, Osgood y Suci encontraron tres factores generales. El primero de ellos es un factor valorativo. Se halla identificado principalmente con las siguientes escalas de adjetivos: bueno-malo, bello-feo, dulce, amargo, limpio-sucio, sabroso-repugnante, valiosos-no valiosos, piadoso-cruel, placentero-desagradable, -- dulce, ácido. El segundo es el factor de potencia y se halla identificado por las siguientes escalas: fuerte débil, grande-pequeño, pesado-ligero, grueso-delgado. El tercero es el factor de actividad. Se consideran los más importantes en esta escala: activo-pasivo, rápido-lento, caliente-frío, agudo-obtuso.

El más importante de los tres factores es el valorativo que parece mide la valencia de los componentes cognoscitivos y emocionales.

### 3.- LA ENTREVISTA.

El uso de la entrevista en la medida de las actitudes ha permitido que ésta se extienda a muestras representativas de un país o de un determinado sector social.

Durante la entrevista suele usarse dos tipos de preguntas que ofrecen ventajas especiales según el propósito de la entrevista, y estas son: preguntas de alternativa fija y la de respuesta abierta. La pregunta de alternativa fija ofrece al que responde una elección entre dos o más respuestas alternativas y en la de respuesta abierta se permite al sujeto que conteste como desee, lo que el entrevistador registra literalmente. Antes de tabular y analizar los datos en el último tipo de entrevista se codifican cada una de las respuestas. Esto supone que cada respuesta queda clasificada en un pequeño número de categorías.

El método de la respuesta abierta es superior al método de la alternativa fija, en el sentido de que las interpretaciones del entrevistado dependen menos de la verbalización de las preguntas. Además, proporcionan muchos datos. Sin embargo, cuando se trata de actitudes muy cristalizadas y estructuradas el método de la alternativa fija es más económico y más sencillo, y tiene mayor fiabilidad que la respuesta abierta.

La fiabilidad de la entrevista es satisfactoria cuando la realizan sujetos experimentados; la fiabilidad puede lograrse a base del método test-retest o por el de las mitades. Para medir la validez, si intentamos sólo describir cuál es la opinión pública sobre un determinado tema, la entrevista es válida si hemos controlado las fuentes más impor

tantes de error; pero, si necesitamos predecir una conducta, la validez se mide mediante la llamada exactitud de predicción.

#### 4.- CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LAS MEDIDAS DE ACTITUD.

La escala de actitudes es un instrumento útil para conseguir medidas cuantitativas sobre los componentes cognoscitivos y sentimentales de una actitud. La entrevista abierta puede proporcionar datos cualitativos sobre todas las características primarias. El desarrollo de medidas para cuantificar los datos de la entrevista representaría un notable avance.

Otra limitación importante de las técnicas de medida de las actitudes consiste en que no cubren adecuadamente el componente reactivo de las actitudes, el sujeto afirma unicamente lo que haría en una situación hipotética; quizá el construir escalas que consistan en ítems que describan actitudes específicas dirigidas a objetivos en situaciones específicas también, se acerque a lo deseado en este aspecto.

El influjo de las medidas sobre el objetivo que intentan medir constituye un problema. Sólo con el hecho de preguntar a un sujeto sobre un determinado tema puede crear en él una actitud hacia dicho tema otras veces las refuerza si ya existían, o las modifican. Las técnicas camufladas han intentado solucionar este problema, pero aún quedan muchas cuestiones por resolver en este campo.

#### IV.- EL CAMBIO DE LAS ACTITUDES.

Por cambio de actitudes se entiende, en general una variación en el signo de una actitud existente en una dirección opuesta a su signo original. Esto es, de negativa a positiva o viceversa, o con un decremento en la intensidad inicial de positividad o negatividad. Este

tipo de cambio recibe el nombre de "incongruente", porque la dirección del cambio se dirige hacia el signo opuesto de la actitud original.

En segundo tipo del variación es el llamado congruente, y consiste en un cambio en la valencia de una actitud preexistente en la dirección de su signo original. Esto es, un aumento en la negatividad de una actitud previamente negativa o un aumento en la positividad de una actitud previamente positiva.

Hipotéticamente se ha señalado que: la variación congruente es más fácil de producir que la incongruente, en igualdad de circunstancias; las variaciones congruentes son relativamente más fáciles cuanto mayor sea la coexistencia, la interconexión, la consonancia y capacidad de satisfacción y la centralización de los valores en lo que concierne a las actitudes a variar, en caso contrario sería más fácil producir el cambio incongruente:

#### 1.- FACTORES VINCULADOS AL CAMBIO DE ACTITUD.

Entre los factores más importantes que ejercen influencia en la modificabilidad de las actitudes se pueden señalar los siguientes: características generales de la actitud preexistente, la personalidad del individuo y sus pertenencias a determinados grupos.

##### A.- CARACTERISTICAS DE UNA ACTITUD.

a) Extremosidad. Un principio corriente aceptado es el de que las actitudes más extremas presentan una menor susceptibilidad para el cambio que las menos extremas. Las actitudes extremas son mantenidas con un mayor grado de intensidad o confianza que las menos extremas. Por eso son más difíciles de variar. El reducir una actitud extrema (variación incongruente) en una determinada cuantía, puede ser mucho -

más difícil que el intensificar una actitud extrema (variación congruente) suponiendo que todavía sea posible esta variación.

b) Multiplicidad. La variabilidad de una actitud puede variar con su nivel de multiplicidad. Una actitud simple puede ser relativamente -- más susceptible a un cambio incongruente que una actitud muy compleja y -- en contraste se puede suponer que las actitudes que gozan de un alto nivel de multiplicidad son relativamente más fáciles de variar en una dirección congruente que las actitudes sencillas. Las actitudes múltiples pueden encontrar siempre más elementos que añadir a los que previamente poseen.

c) Consistencia. Un sistema consistente de actitudes tiende a ser estable, puesto que los componentes se apoyan mutuamente entre sí. Un sistema inconsistente, por el contrario, es relativamente inestable, debido a la disonancia que existe entre sus componentes y, por lo tanto, -- puede ser fácilmente variando en la dirección de un aumento de la consistencia.

d) La cuantía y la naturaleza de la interconexión de una actitud con respecto a otras actitudes son factores importantes para determinar -- la facilidad con que una actitud puede ser modificada. Las actitudes que se encuentran vinculadas a otras son relativamente resistentes a fuerzas que intentan cambiarlas en una dirección incongruente, porque su carga -- afectiva tiende a ser movilizada para resistir la variación. Cuando se -- presenta una información que se opone a una actitud aparecen una serie -- de juicios defensivos que proceden de otras actitudes, vinculadas a la -- primera.

e) Consonancia de la constelación de actitudes.

De las especulaciones relativas a las actitudes aisladas e interconexas o conexas en cuanto a cambios congruentes e incongruentes-- se refiere, asumen el hecho de que las actitudes inconexas poseen un cierto nivel de consonancia, que les ayuda a agruparse en una constelación. Por eso, una actitud tenderá a variar según el grado en que sea consonante con las restantes actitudes de la constelación. Las actitudes que son consonantes con otras son más fáciles de cambiar en una dirección congruente que las actitudes que mantienen una relación disonante con las otras. La teoría del equilibrio predice que una actitud que se halla en un estado de desequilibrio con respecto a otras actitudes que forman con ello una constelación tiende a movilizarse en la dirección que equilibra el sistema.

f) Intensidad y número de necesidades satisfechas. Las actitudes formadas no sólo se encuentran supeditadas a los impulsos originales que están implicados en su formación sino también a otros muchos impulsos. La resistencia de una actitud ante el cambio depende, en parte, de la intensidad y del número de las necesidades satisfechas. Una actitud que satisface impulsos intensos y múltiples (actitud de múltiple servicio) posee una importancia especial en la economía psíquica del individuo, y recibirá por lo tanto una importancia privilegiada. Una actitud que se basa en necesidades intensas y múltiples será relativamente inmune a una variación incongruente.

g) Una actitud que surge de un valor que es básico para el individuo y que se halla intensamente fundamentado en su cultura será difícil de movilizar en una dirección incongruente. Sin embargo, cuanto más central sea el valor en el que se apoya la actitud, más suscepti-



ble será de cambio en una dirección congruente.

#### B.- PERSONALIDAD.

La relación entre la personalidad de un individuo y la modificabilidad de su actitud es un complejo que ha sido aún poco estudiado, pero es indudable que ciertos atributos de la personalidad determinan la modificabilidad de las actitudes.

a) Inteligencia. Las diferencias individuales en inteligencia -- ayudan a determinar las diferencias en la velocidad con que cambia una actitud. Un estudio de Swanson apoya esta interpretación. Examinó la relación existente entre inteligencia y la cuantía de información sobre las actividades gubernamentales. Sus resultados indican que la aptitud intelectual es el rasgo más importante para predecir quien asimila las noticias sobre política que exigen un esfuerzo intelectual. Por el contrario, las personas menos inteligentes una vez que reciben el impacto de la propaganda son más susceptibles a ella, puesto que carecen de juicio crítico.

b) Persuasividad general. En una monografía citada por Janis y colaboradores (1959) aparecen datos que apoyan el papel de un factor de personalidad que podríamos denominar persuasividad general. Este factor consiste en la facilidad para aceptar los influjos sociales, independientemente de la persona que hace esta comunicación y de la materia y el contenido de los medios y las circunstancias que intervienen en la comunicación. Estos individuos son altamente persuasibles y fácilmente cambiables por cualquier influencia, aún por comunicaciones contrarias.

El contraste con esta persuasividad general y sin límites, existen otros factores de persuasividad limitados, que se refieren a cier--

tos tipos específicos de comunicaciones. Por ejemplo ante los tópicos o ante los argumentos.

c) Autodefensividad. Existe una amplia evidencia de que las personas que defienden su autoprestigio a toda costa, se aferran tenazmente a las actitudes que enaltecen su "yo"; contrariamente las personas con bajo amor propio o autoestima son más fácilmente influenciables.

d) Necesidades y estilos cognoscitivos. Kelman y Cöhler (1959) propusieron que las personas que poseen una intensa necesidad de "claridad cognoscitiva" reaccionarían vigorosamente ante las nuevas informaciones que ponían en peligro sus actitudes preexistentes. La naturaleza de las reacciones, sin embargo dependerá del estilo cognoscitivo - característico. Un individuo que reacciona típicamente ante la ambigüedad buscando la comprensión tendería a ser influido por la nueva información, y sus actitudes cambiarían en una dirección incongruente. Por el contrario, una persona que reacciona ante la ambigüedad de una manera defensiva, tendería a cerrarse ante las nuevas informaciones.

### C.- PERTENENCIA A UN GRUPO.

Las actitudes que poseen un soporte social muy intenso, a través de la afiliación al grupo de un individuo, son difíciles de cambiar. Si una persona valora su pertenencia a un grupo tenderá a aferrarse a las actitudes mantenidas en dicho grupo, con la finalidad de mantener su status.

### 2.- FACTORES DECISIVOS QUE PRESIDEN LA VARIACION DE ACTITUDES.

La formación y los cambios no son fases aisladas en el desarrollo de las actitudes. Los principios de la formación de actitudes y los de su cambio tienen que ser consistentes entre si. Pero se hace la separación con fines didácticos y para los fines prácticos que pueda ---

darsele a este campo de la Psicología Social.

#### A.- INFORMACION COMPLEMENTARIA.

Cualquiera que sea el tipo de información, como la que proporcionan los pedagogos o los medios de propaganda, así como también la informal que adquirimos al charlar con otras personas; o la naturaleza de las circunstancias en que se recibe esta información, puede jugar un papel importante e incluso decisivo para la variación de una actitud.

Se han sometido a estudio científico tres factores situacionales en que se produce una comunicación: los efectos de la comunicación solitaria o en masas, los efectos del control privado o público, tras la comunicación y, los efectos de las decisiones del grupo.

##### a) Audición en grupo y solitaria.

Se piensa que las audiciones más eficaces son las que se dirigen a grupos y no las que se dirigen a individuos aislados.

Brodbeck (1956), estudió al papel de los grupos pequeños en lo que respecta a los efectos de la propaganda; del resultado de este estudio concluyó que la audición colectiva puede contrarrestar los efectos de una comunicación si existe una especie de fisura en la opinión sostenida por los miembros del grupo y si se permite a dichos miembros discutir el tema en cuestión.

Cuando un grupo se halla planificado de tal forma que una mayoría aplastante se halla en favor de la tesis defendida por la comunicación la pequeña minoría disidente es siempre empujada en la dirección de la opinión de la mayoría; la minoría se adapta a las presiones del grupo, interviene la conformidad o la complacencia; esto es, una circunstancia en la que cualquier comunicación se incrusta en una mayoría favo-

table a ella, tiende a reforzar la comunicación sobre la minoría disidente.

b) Declaración.- El confesar públicamente un cambio de actitud -- tiene un efecto seguro. Se supone que si una persona ha adoptado un -- punto de vista será difícil que lo modifique cuando lo ha expuesto en -- público. Está inmune a una idea contraria.

c) Lewis y sus colegas fueron los primeros en estudiar los efectos de las decisiones de un grupo sobre la acción y sobre las actitudes de los individuos y de los resultados obtenidos dedujo que la eficacia de la discusión colectiva fué mucho mayor que la del método de charla -- individual.

La discusión puede ser más eficaz que el método de las conferencias cuando se intenta un consentimiento unánime, pero no es más eficaz cuando los miembros de un grupo tienen que tomar decisiones individuales. En una discusión entre dos personas, al sujeto se defiende con más fuerza, pues no tiene más apoyo que el propio y así intenta imponer su idea. En una discusión de grupo, disminuye la ansiedad individual, puesto que el riesgo que se toma al implantar una decisión se disuelve en -- el grupo; así el sujeto adopta posiciones ajenas más fácilmente y forma parte del pensar común y sin necesidad de asumir, por sí solo la responsabilidad que dicha decisión implique.

#### B.- FUENTES DE INFORMACION.

Como se ha señalado anteriormente una comunicación es un fenómeno interpersonal, por lo que para que una comunicación sea eficaz dependerá del comunicante, el medio de comunicación y de la forma y contenido de la comunización.

## a) El comunicante.

Así como la audiencia, el comunicante debe poseer algunos factores o rasgos que determinan su influencia en el grupo o persona, a quien trate de persuadir. La credibilidad o prestigio en la materia, del comunicante, va a ser una determinante de efecto inmediato favorable en cuanto al cambio de actitud; pero que, con el tiempo se diluye, llegando a confundirse en grado con la influencia que ejercen comunicantes de poco crédito.

Tannebaum ha encontrado que la cuantía de variación de las actitudes es directamente proporcional al nivel de atracción del comunicante. El propagandista incurre en desfavor cuando defiende una postura opuesta a la actitud original de la audiencia y que gana la aprobación cuando defiende algo que se halla de acuerdo con la actitud original.

Para que un propagandista tenga éxito, o cualquier otro que desee realizar un cambio de actitudes en otras personas, debe poseer las características del grupo. Es decir, los miembros de la audiencia le deben considerar como uno de ellos. Las personas son influidas por aquellas otras que se parecen más o menos a ellas mismas.

b) El medio. La eficacia de la propaganda es función no solo de lo que el propagandista representa, sino también del medio que utiliza. Parece que existe un acuerdo casi universal en que la influencia personal es más eficaz que la correspondiente a los diversos tipos de comunicación de masas. Lazarsfeld, Berelson y Gaudete, en un estudio, encontraron que las influencias personales eran más eficaces para inducir cambios en las decisiones sobre la votación que los medios de comunicación masiva.

La mayor eficacia de la influencia en situaciones cara a cara no significa que los medios de comunicación masiva no sean importantes en una sociedad moderna. Una de las hipótesis más importantes en el estudio de Katz y Lazarsfeld era el de la comunicación en dos fases. Este fenómeno opera de la siguiente manera: las ideas fluyen frecuentemente de los medios de comunicación masiva a los líderes de la opinión y de ellos a las secciones menos activas de la población. Si esta hipótesis es válida se debe esperar que los sujetos que son líderes de la opinión se hallan más expuestos a los medios de comunicación o son más capaces para captar y transmitir información.

c) Forma y contenido de la información. Peak (1955) dirigió un programa de investigaciones orientado a estudiar los cambios de actitudes. Este programa se basaba en el siguiente punto: "una actitud hacia un objetivo o situación se relaciona con los fines a los que supedita el objetivo, es decir, a sus consecuencias. Esto es lo que se llama la relación instrumental".

La investigación de Pek y sus colaboradores sugiere un principio muy importante para el propagandista; una comunicación que induce a nuevas creencias sobre el valor instrumental de un objeto es más eficaz que la que no posee esta ventaja. El buen propagandista debe, pues modelar con astucia el mensaje para cambiar las creencias sobre el objetivo de una actitud. Esto exige que el propagandista adapte su propaganda a las creencias y a los juicios de su auditorio.

Dentro de la presentación de una información es muy importante tomar en consideración la cuantía de los cambios exigidos; si las opiniones deben diferir ligeramente, algo más o muy marcadamente de las -

opiniones mantenidas por la audiencia. Weiss (1958) encontró en un estudio realizado, que el nivel del cambio era paralelo a lo exigido al sujeto; pero Hovland y Pritzker han señalado, que se deben limitar las posibilidades de esos hallazgos. Si en el tema se halla profundamente implicado el sujeto, es posible que cuanto mayor sea la discrepancia entre la posición mantenida por el comunicante y la del sujeto menor será la variación producida. Se producen efectos de Boomerang (cambios en la dirección opuesta a la exigida). Cuando se ataca una actitud profundamente enraizada en una persona, se está atacando el autoconcepto de esa persona, el resultado será que por efecto de acción y reacción, la actitud quedará más asentada que antes.

Dentro de la presentación del argumento, se puede usar la presentación de una sólo vertiente o cara del argumento, o de las dos vertientes. Estudios realizados por Lumsdaine y Sheffield (1949) a este respecto, encontraron, que la presentación de doble vertiente era más eficaz para producir una variación incongruente; en cambio, la presentación de una sola vertiente era más eficaz para producir una variación congruente. La presentación de una sola vertiente (presentación del argumento) debe hacerse cuando la audiencia es amiga o favorable al exponente, o cuando sabe que no habrá otra exposición en dirección contraria o cuando se desea un cambio temporal e inmediato del cambio de opinión; y se debe presentar las dos vertientes (presentación del argumento y refutación de los argumentos en dirección contraria), cuando la audiencia esta en desacuerdo con la opinión que se desea cambiar ó cuando es probable que la audiencia escuche argumentos de la parte contraria.

Otro de los problemas con que nos encontramos en la estructuración de una información, es el de orden de presentación de los argumentos ¿Se debe comenzar con los argumentos positivos o con los negativos? ¿El cambio de las actitudes se realiza más eficazmente produciendo primero un cierto temor y luego eliminando ese temor? O, ¿a la inversa? - Una respuesta a esta interrogante es la que se encuentra en el estudio de C.I. Hovland y colaboradores (1957) cuando encuentra que la secuencia de temor-datos es más eficaz que la de datos-temor

Algo muy importante, que se debe tomar en consideración al preparar una información con el objeto de lograr cambio de actitudes es la dosificación del temor. el temor inducido en cantidades mayores suele producir resultados distintos.

#### C. AFILIACION A NUEVOS GRUPOS.

Cuando un sujeto ingresa a un grupo tiende a adoptar las actitudes exigidas por los valores y normas de ese grupo así, un gran número de sujetos afirman que un cambio de actitud había sucedido a un cambio de lugar y de residencia, lo que supone implícitamente una afiliación a nuevos grupos.

La capacidad de un grupo para modificar las actitudes de sus nuevos miembros es, en parte, una función de ciertas características del grupo, tales como:

a) Normas del grupo. El término de norma de grupo, se define, como una regla que establece las actitudes y las acciones y la conducta que se espera de los miembros del grupo en cuestión, Reglamenta o prescriben no solamente la forma de actuar de los sujetos sino también cómo deben pensar. Las normas que tienen que ver con las actitudes y --



con la conducta, que son de importancia fundamental para el grupo, son reforzadas rígidamente. El nuevo miembro debe adoptar las actitudes aprobadas por el grupo (si es que no las mantenía previamente) o sufrir la expulsión en el caso contrario.

b) Cohesividad del grupo. Cuando se trata de grupos que se han estructurado voluntariamente, la cohesividad o atracción total que ejerce el grupo sobre sus miembros proporciona la "fuerza policiaca" que mantiene disciplinados a sus miembros. Los grupos que no han sido reunidos voluntariamente tienen que recurrir a la coacción para mantener unidos a sus miembros.

c) El adoctrinamiento. La eficacia del sistema de adoctrinamiento de un grupo se halla influido por la visibilidad de las expresiones de una actitud. Si una actitud solo se expresa de una forma privada el grupo no puede, entonces, adoctrinar de una manera eficaz a los miembros, forzándoles a cumplir con las normas prescritas.

Si no se puede adoctrinar de una manera eficaz a un grupo se produce un estado de ignorancia colectiva, en el que nadie cree nada, pero en el que todo el mundo cree que todos los demás piensan otra cosa distinta.

d) Status del miembro. No todos los miembros de un grupo son lo mismo en lo que respecta a las características de su pertenencia y la intensidad con la que los nuevos miembros de un grupo aceptan las actitudes descritas en cuanto apropiadas; el mantenerse a la par con las normas de un grupo se halla, en parte determinado por las características de la afiliación o pertenencia a dicho grupo, como el status.

Un nuevo miembro de un grupo seguro de su status debe adaptarse

y, a veces, hiperadaptarse a las normas de su grupo para conseguir adaptación o popularidad dentro de él.

La resistencia al cambio depende de como el sujeto se valore a la afiliación a dicho grupo. Los nuevos miembros de un grupo adoptaran las actitudes colectivas de manera paralela a su valoración de dicho grupo.

e) Legitimidad de las normas. El impacto de las normas sobre un nuevo miembro será incluido por las creencias de la legitimidad de las normas. Si se cree que una determinada norma supone una introducción en su intimidad y en su libertad privada hará resistencia al grupo.

Es indudable que la eficacia de las técnicas de variación de la personalidad para producir cambios de actitudes dependen de la adecuación de esas técnicas a la función que representan para la personalidad una determinada actitud.

#### V.- LAS ACTITUDES Y LA CONDUCTA.

Al hablar sobre la validez de las actitudes, se mencionó que las actitudes predicen la conducta de un modo diverso, ya que la conducta se encuentra determinada por todos los factores psicológicos y por muchas actitudes. En segundo lugar, la conducta se encuentra determinada por muchas situaciones.

Uno de los estudios de La Pierre, dan un ejemplo de como las actitudes difieren de la conducta según las situaciones. La Pierre viajó mucho por todo Estados Unidos visitando 184 restaurantes y cafés y 66 hoteles, campamentos para automovilistas y pensionados para turistas. Casi invariablemente fueron tratados con cortesía, y sólo en una ocasión se les negó rotundamente servicio. Seis meses después se envió un

cuestionario a los mismos establecimientos, en el que se preguntaba -- ¿Aceptaré a miembros de la raza china como huéspedes en su establecimiento? Se obtuvieron 128 respuestas de los establecimientos visitados, y los resultados mostraron que el 91 por ciento de esas respuestas eran negativas (cerca de la misma proporción de establecimientos que no habían sido visitados respondió en forma semejante). Los resultados de La Pierre pueden ser en función de las circunstancias más bien concretas. Pudo haberse ocurrido que los propietarios de establecimientos creyeron que sería más seguro contestar en forma negativa, puesto que nada sabían acerca de la clase de gente a la que quizá tuviesen que servir, ni podrían prever las reacciones de otros huéspedes que estuviesen presentes cuando se presentara ese caso. Ante chinos agradables y atractivos, acompañados por un blanco, no tuvieron objeción.

#### 1.- CONFORMISMO.

Dentro de la discrepancia que sufre una persona en sus opiniones o actitudes implícitas frente a su conducta, bajo presiones de grupo, puede deberse a un cambio real de sus actitudes y que representa -- cambios en la conducta o las creencias, dando por resultado el fenómeno llamado "conformidad" o puede suceder que la persona actúa como los -- otros quieren que actúe, dando su conformidad externa, pero internamente se mantiene inconforme y es lo que se conoce con el término de "complacencia". El conformismo externo es inestable, ya que desaparece cuando el grupo deja de ejercer su influjo.

En la investigación del fenómeno de la conformidad, Scheriff, -- (1936), fué uno de los primeros investigadores en ocuparse de este problema. Su experimento se conoce con el nombre de autokinesis: cuarto os

curo, foco fijo. El sujeto cree que el foco se mueve, en promedio, 4 - pulgadas. Cuando se introducían en el experimento ayudantes preparados que decían ver movimiento más amplio, el sujeto subía su apreciación - hasta 10 pulgadas. Este experimento mide la conformidad, ya que el sujeto cree que realmente se había equivocado y modifica su escala de referencia, con aceptación privada. Esa modificación la sigue observando un año más tarde en forma persistente.

La intensidad y el tipo de conformidad, inducido por la presión de un grupo, depende de la naturaleza de la situación. Otra serie de determinantes que intervienen en el conformismo se relacionan con la naturaleza del grupo: su tamaño, su composición, el grado de unanimidad, la extremosidad en los juicios, la capacidad coercitiva, pero es muy importante considerar la naturaleza del contexto social más amplio dentro -- del cual el grupo funciona:

Cuando el clima general fomenta la intolerancia, por ejemplo, -- cuando en un país son suspendidas las garantías individuales transitoria o totalmente, el grado de conformidad aumenta: en parte esto es debido al hecho de que el individuo se enfrenta con otros grupos que exigen de él un mayor grado de conformidad, pero en parte también interviene el temor a ser castigado con más severidad que en otras épocas.

Ocurre, en algunos países donde existen leyes que propician un clima que favorece la independencia de pensamiento y de expresión; con que también existen ciertas limitaciones basadas en normas "oficiales" e intereses económicos creados, que hacen doblegarse al sujeto, hacia el conformismo o rebelarse; lo que se demuestra por medio de la agresión al régimen existente. Esa incongruencia crea áreas de vida conflictiva en las no conformistas.

## C O N C L U S I O N E S .

1.- La actitud es un sistema dirigido a un objetivo, formado por tres componentes; cognoscitivo, emotivo y reactivo, y determinado por los componentes neuropsíquicos y las relaciones interpersonales del individuo.

2.- Las características de las actitudes están en relación a la valencia y grado de multiplicidad de sus componente, así como de la correlación entre esos componentes y la consonancia del grupo de actitudes.

3.- Las actitudes aparecen al mismo tiempo que las tendencias adquiridas y se van indiferenciando con la maduración del individuo.

4.- En el individuo existen grupos de actitudes generales y persistentes, que van a determinar pautas de conducta y rasgos de personalidad sobresalientes, como de seguridad o inseguridad.

5.- Son factores determinantes en la formación de actitudes: los deseos personales, la información, la pertenencia a un grupo.

6.- Los prejuicios, sirven de instrumentos a los individuos y uno solo se utiliza para diversos fines.

7.- La teoría del equilibrio afirma, los sistemas de actitudes no admiten actitudes contradictorias en un sujeto, y cuando existen -- tienden a convertirse en un sistema congruente.

8.- El individuo recibe información constante, intenciona u ocasionalmente; pero cuando esto no sucede, la falta de datos fuerza a -- crear inventar o distorsionar los hechos y cuando hay falta de veracidad en los informante crea escépticos.

9.- Las medidas de actitudes, como todas las de los determinantes psicológicos, no son directas, sino inferencias. Estas medidas de actitudes son un logro de la Psicología Social por la aplicación que tienen en los estudios de opinión pública y en las investigaciones de mercado.

10.- En las actitudes pueden lograrse variaciones o cambios en sus valencias; los que pueden ser de dos tipos: en dirección a su signo original o cambio congruente y en sentido contrario o cambio incongruente. Es la variación congruente, la que hipotéticamente, más fácilmente lograda.

11.- Entre los factores vinculados al cambio de actitud son de especial consideración: las características generales de las actitudes la personalidad y la pertenencia a un determinado grupo.

12.- En la información, como factor determinante en el cambio de actitud, pueden ser manipulados; la fuente, el medio, el contenido y la forma, así como, el auditorio.

13.- En el factor grupo, interviniente en el cambio de actitud, son características importantes: las normas y la legitimidad de éstas, la cohesividad del grupo, el adoctrinamiento y el status de los miembros.

14.- Las actitudes discrepan de la conducta en grado diverso, - debido a otras actitudes y factores psicológicos involucrados en la conducta y a los factores situacionales en los cuales se desarrolle la actividad en discrepancia.

15.- Cuando con la conducta se manifiesta que hay un cambio en las actitudes, este cambio puede ser real, interno, dando por resultado el fenómeno denominado conformidad: o el cambio puede ser externo solamente, y entonces hay complacencia o condescendencia.

B I B L I O G R A F I A.

=

1.- INFLUENCING ATTITUDES AND CHANGING BEHAVIOR.

Philip Zimbardo and Ebbe B. Ebbesen.  
Addison-Wesley Publishing Company.- 1969.

2.- LA PERCEPCION.

J.E. Jochberg.  
Manuales Uteha.- México.- 1968.

3.- MANUAL DE PSICOLOGIA SOCIAL (TOMO I)

Theodore M. Newcomb.  
Editorial Universitaria de Buenos Aires.- 1964.

4.- MANUAL DE PSICOLOGIA SOCIAL (TOMO II)

Theodore M. Newcomb.  
Editorial Universitaria de Buenos Aires.- 1964.

5.- PSICOLOGIA DE LA PERSONALIDAD.

Gordon W. Allport.  
Editorial Paidós.

6.- PSICOLOGIA SOCIAL.

David Krech, Richard S. Crutchfield y Egerton L. B allachey.  
Biblioteca Nueva.- España.- 1965.

7.- PSICOLOGIA SOCIAL.

Otto Klineberg.  
Biblioteca de Psicología y Psicoanálisis del Fondo de Cultura --  
Económica.- México.

8.- THE PSYCHOLOGY OF BEHAVIOR EXCHANGE.

Kenneth J. Gergen.  
Addison-Wesley Publishing Company.  
U.S.A.- 1969.