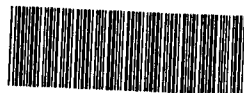


La psicología social es todavía una ciencia poco conocida y estudiada. Constituye la base de numerosas prácticas (sondeos, grupos de formación y de creatividad, publicidad) y de fenómenos que van desde la innovación hasta las comunicaciones de masas, del racismo a las representaciones sociales. La presente obra se dirige a los estudiantes universitarios de psicología, sociología y ciencias de la educación. Pero no solamente a ellos. Todo indica que la enseñanza en ciencias políticas, economía y filosofía, así como la formación de educadores, trabajadores sociales y animadores culturales exige igualmente la contribución de la psicología social.

A fin de hacer accesibles al lector las investigaciones y nociones de la psicología social, cada capítulo comienza definiendo un fenómeno principal. A continuación viene una exposición de las teorías y de los hechos sobre los que se basan. Por último, se hace un balance de las conclusiones a las que han llegado las investigaciones actuales. Para facilitar su lectura, en el texto se han incluido numerosas figuras y tablas de resultados. Para comprender la presente obra no se requiere ningún conocimiento previo de psicología social; basta con familiarizarse con el lenguaje y los métodos para disponer de un instrumento de trabajo, individual o colectivo, de primer orden.

El presente volumen I recoge las aportaciones de la psicología social en el campo de los procesos de influencia, de las relaciones interpersonales y de los fenómenos grupales, poniendo especial énfasis sobre las orientaciones más recientes en la materia. Serge Moscovici, Director de Estudios en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales (París) y Director del Laboratorio Europeo de Psicología Social (París), ha desempeñado un papel de primerísimo plano en el desarrollo de la psicología social europea, contribuyendo con sus numerosas investigaciones y publicaciones a suscitar nuevas perspectivas teóricas en la disciplina.

[www.paidos.com](http://www.paidos.com)



PSIC0011583

S. Moscovici Psicología social, I

302  
M63  
Ej.



# Psicología social, I

Influencia y cambio de actitudes  
Individuos y grupos

S. Moscovici

Cognición  
y desarrollo humano  
Paidós

Títulos publicados

1. S. Moscovici - *Psicología social, vol. 1*
2. S. Moscovici - *Psicología social, vol. 2*
3. J. Bruner - *El habla del niño*
4. S. A. Hampson - *La construcción de la personalidad*
5. D. A. Norman - *Perspectivas de la ciencia cognitiva*
6. K. Kaye - *La vida mental y social del bebé*
7. R. Schank y R. Abelson - *Guiones, planes, metas y entendimiento*
8. R. J. Sternberg - *Inteligencia humana, 1. La naturaleza de la inteligencia y su medición*
9. R. J. Sternberg - *Inteligencia humana, 2. Cognición, personalidad e inteligencia*
10. R. J. Sternberg - *Inteligencia humana, 3. Sociedad, cultura e inteligencia*
11. R. J. Sternberg - *Inteligencia humana, 4. Evolución y desarrollo de la inteligencia*
12. R. E. Mayer - *Pensamiento, resolución de problemas y cognición*
13. R. Case - *El desarrollo intelectual: del nacimiento a la edad madura*
14. U. Bronfenbrenner - *La ecología del desarrollo humano*
16. M. J. Mahoney y A. Freeman - *Cognición y psicoterapia*
17. J. V. Wertsch - *Vygotsky y la formación social de la mente*
18. J. Dewey - *Cómo pensamos*
19. R. Harré, D. Clarke y N. De Carlo - *Motivos y mecanismos*
20. J. Bruner y H. Haste - *La elaboración del sentido*
22. M. Wertheimer - *El pensamiento productivo*
23. J. Lave - *La cognición en la práctica*
24. D. Middleton y D. Edwards - *Memoria compartida*
25. M. Hewstone - *La atribución causal*
26. D. Cohen y S. A. Mackeith - *El desarrollo de la imaginación*
27. B. Rogoff - *Aprendices del pensamiento*
28. J. Perner - *Comprender la mente representacional*
30. L. Vygotsky - *Pensamiento y lenguaje*
31. J. A. Fodor - *El olmo y el experto*
32. B. Inhelder y G. Celléner - *Los senderos de los descubrimientos del niño*
33. M. C. Wittrock y E. L. Baker - *Test y cognición*
34. J. P. Das y otros - *Planificación cognitiva*
35. A. Clark - *Estar ahí*
36. W. Frawley - *Vygotsky y la ciencia cognitiva*
37. A. Kozulin - *Instrumentos psicológicos*
38. E. Wenger - *Comunidades de práctica*
39. N. Mercer - *Palabras y mentes*
40. D. P. Ausubel - *Adquisición y retención del conocimiento*
41. R. Sternberg y E. L. Grigorenko - *Evaluación dinámica*
42. J. A. García Madruga - *Lectura y conocimiento*

SERGE MOSCOVICI

(École des Hautes Études en Sciences Sociales, París)

## PSICOLOGIA SOCIAL, I

- Influencia y cambio de actitudes
- Individuos y grupos

*Cofautores:*

Jean-Claude Abric  
Sharon S. Brehm  
Willem Doise  
Machteld Doms  
John M. Levine  
Germaine de Montmollin  
Charlan J. Nemeth  
Geneviève Paicheler  
Mark A. Pavelchak

*Prólogo a la edición española de Tomás Ibáñez*

Título original: *Psychologie Sociale*  
Publicado en francés por Presses Universitaires de France. Paris, 1984

Traducción de David Rosenbaum  
Supervisión de Tomás Ibáñez

Portada: Ferran Cartes

© 1984, Presses Universitaires de France  
© 1985, de todas las ediciones en castellano,  
Ediciones Paidós Ibérica, S. A.  
Av. Diagonal 662-664, 08034, Barcelona, España

D.R. © 2008, de esta edición,  
Editorial Paidós Mexicana, S. A.  
Avenida Presidente Masarik núm. 111, 2o. piso  
Colonia Chapultepec Morales  
C.P. 11570, México, D.F.  
www.paidos.com.mx

Edición impresa en España: 1985  
ISBN: 978-84-7509-342-0  
ISBN: 978-84-7509-344-4 (obra completa)

Primera edición impresa en México: noviembre de 2008  
ISBN: 978-607-7626-02-2  
ISBN: 978-607-7626-08-4 (obra completa)

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los propietarios del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

Impreso en los talleres de Programas Educativos, S.A. de C.V.  
Calzada Chabacano no. 65, local A, colonia Asturias, México, D.F.  
Impreso en México - Printed in Mexico



## Indice

Prólogo a la edición española . . . . .	11
<i>Tomás Ibáñez Gracia</i>	
Introducción . . . . .	17
<i>Serge Moscovici</i>	
Primera parte	
INFLUENCIA Y CAMBIO DE ACTITUDES	
1. CONFORMIDAD Y OBEDIENCIA . . . . .	41
<i>John M. Levine y Mark A. Pavelchak</i>	
A. La conformidad . . . . .	44
a. Las primeras investigaciones sobre la conformidad	
b. Factores que influyen sobre la conformidad	
c. Análisis teórico de la conformidad	
B. La obediencia . . . . .	62
a. Las investigaciones sobre la obediencia	
b. El análisis teórico de la obediencia	
C. Las consecuencias de la conformidad y de la obediencia . . . . .	67
2. INNOVACION E INFLUENCIA DE LAS MINORIAS . . . . .	71
<i>Machteld Doms y Serge Moscovici</i>	
A. Introducción . . . . .	71
B. Los rasgos específicos de la innovación . . . . .	75
C. Innovación y creación de conflictos . . . . .	80
D. Los estilos de comportamiento de las minorías . . . . .	86
E. ¿Qué es lo que facilita o frena la influencia de una minoría? . . . . .	94
F. La influencia de las minorías y las normas sociales . . . . .	105
G. Conclusión . . . . .	113
3. EL CAMBIO DE ACTITUD . . . . .	117
<i>Germaine de Montmollin</i>	
A. Introducción . . . . .	117
a. El problema de la naturaleza de las actitudes	
b. Los factores del cambio de actitud	

B. La fuente . . . . .	122
a. Credibilidad de la fuente	
b. La atracción ejercida por la fuente	
c. Límites de los efectos de los factores relacionados con la fuente	
d. Los factores de la fuente en las etapas del proceso de cambio	
C. El mensaje . . . . .	133
a. La forma del mensaje	
b. El contenido del mensaje	
c. Los factores del mensaje en las etapas del proceso de cambio	
D. El receptor . . . . .	147
a. Los estados o disposiciones estables del receptor	
b. Los estados o disposiciones temporales del receptor	
c. Los factores del receptor en las etapas del proceso de cambio	
E. El cambio de actitud: ¿realidad o ilusión? . . . . .	163
F. A manera de conclusión . . . . .	168
a. Los factores del cambio de actitud	
b. Las teorías del cambio de actitud	
c. De la naturaleza de las actitudes	
4. CONFORMIDAD SIMULADA Y CONVERSION . . . . .	175
<i>Geneviève Paicheler y Serge Moscovici</i>	
A. Los límites de la conformidad . . . . .	177
a. Interioridad o exterioridad	
b. Contra toda evidencia	
c. Desagradar o complacer	
B. Complacencia o innovación . . . . .	185
a. Efectos secundarios de la influencia minoritaria	
b. Influencias mayoritarias e influencias minoritarias	
C. La conversión: influencia latente o influencia indirecta . . . . .	190
a. El efecto consecutivo minoritario	
b. Confirmación	
D. Hacia una explicación: la identificación minoritaria imposible . . . . .	195
a. El temor a la diferencia	
b. La eliminación de las resistencias a la identificación minoritaria: la privación sensorial	
c. Proximidad de la minoría	
d. La influencia de efecto retardado	
E. Epílogo . . . . .	207

## Segunda parte

## INDIVIDUOS Y GRUPOS

5. LAS RELACIONES INTIMAS . . . . .	211
<i>Sharon S. Brehm</i>	
A. El intercambio social: una perspectiva mercantil del amor . . . . .	211
B. La inversión, la equidad y la disonancia: la importancia de lo que brindamos a los demás . . . . .	214
C. Pero, ¿qué es esa cosa llamada amor? . . . . .	218
D. Tanto en el sexo, como en el amor y en el matrimonio necesitamos comunicarnos . . . . .	221
E. Los celos . . . . .	225
F. El conflicto y la disolución: el final de la relación . . . . .	229
G. Resumen . . . . .	236
6. LA CREATIVIDAD DE LOS GRUPOS . . . . .	237
<i>Jean-Claude Abric</i>	
A. Introducción . . . . .	237
B. Efectos de grupo específicos . . . . .	238
a. El grupo favorece el cambio	
b. El grupo favorece la toma de riesgos	
c. Heterogeneidad del grupo y creatividad	
C. Estilos de liderazgo y creatividad . . . . .	241
D. Minoría activa y creatividad de los grupos . . . . .	243
E. Tarea y creatividad de los grupos . . . . .	246
a. Adecuación modelo de la tarea-red de comunicación: Flament (1965)	
b. Adecuación naturaleza de la tarea-estructura del grupo	
c. Adecuación naturaleza de la tarea-estructura social	
d. Adecuación representación de la tarea-naturaleza de la tarea	
F. Evaluación, competencia y creatividad de los grupos . . . . .	252
G. Métodos y técnicas de creatividad en grupo . . . . .	254
a. El brainstorming y las técnicas derivadas	
b. La sinéctica	
c. El análisis morfológico	
d. Los métodos «clínicos»	
H. Conclusiones . . . . .	259
7. LAS DECISIONES EN GRUPO . . . . .	261
<i>Willem Doise y Serge Moscovici</i>	
A. Decisiones de los individuos y decisiones de los grupos . . . . .	261
a. Todos nosotros somos miembros de un grupo	



b. Decisiones individuales y decisiones colectivas	
c. El pensamiento grupal	
B. El dilema: cambiar o no cambiar . . . . .	265
a. Efecto de normalización y efecto de polarización	
b. El fenómeno de polarización	
C. Decisiones, discusiones y cambios . . . . .	271
D. ¿Qué facilita y qué impide el conflicto en un grupo? . . . . .	274
a. Relaciones formales y relaciones informales	
b. La jerarquía	
E. Conclusión . . . . .	277
8. PROCESOS DE GRUPO Y JURADOS: LOS ESTADOS UNIDOS Y FRANCIA . . . . .	279
<i>Charlan J. Nemeth</i>	
A. Contexto histórico . . . . .	280
B. Partidarios y adversarios del sistema de jurado . . . . .	282
C. Cómo toman sus decisiones los jurados . . . . .	285
a. Los elementos de una buena toma de decisión	
b. Los peligros de la conformidad	
c. La aportación de los puntos de vista minoritarios	
d. El problema de las diferencias de status	
e. ¿Jueces o miembros del jurado?	
f. La forma del jurado	
g. La cuestión del número de miembros del jurado	
h. El papel de la unanimidad	
D. El instrumento de una justicia democrática . . . . .	302
9. LAS RELACIONES ENTRE GRUPOS . . . . .	307
<i>Willem Doise</i>	
A. Introducción . . . . .	307
B. La acentuación de los contrastes en la percepción . . . . .	308
C. El estudio experimental de los estereotipos sociales . . . . .	309
D. El cruce de las pertenencias categoriales . . . . .	315
E. La categorización en actos . . . . .	318
F. Identidad e incomparabilidad sociales . . . . .	321
G. Identidades individuales y colectivas . . . . .	323
H. Conflictos y negociaciones intergrupales . . . . .	326
I. Proyección . . . . .	328
Bibliografía . . . . .	333

## Prólogo a la edición española

La prospectiva constituye siempre un ejercicio arriesgado. Sin embargo no es preciso ser muy temerario para afirmar rotundamente que la presente obra, dirigida por Serge Moscovici, ocupa ya un lugar entre los grandes manuales clásicos de psicología social, y que permanecerá como una obra de obligada referencia durante mucho tiempo. La inusitada, y loable, celeridad con la que se ha puesto este manual a disposición del público hispanoparlante es, sin duda, altamente significativa y constituye un excelente augurio.

Pero quizá no deberíamos utilizar la palabra «manual» para referirnos a una obra que escapa en buena medida a las clasificaciones habituales. En efecto, el texto que nos ofrece Moscovici presenta unas peculiaridades que lo distancian por igual de los dos grandes tipos de manuales que podemos encontrar en el mercado: el manual de «autor» y el manual de «expertos».

El constante incremento y la diversificación del corpus científico de una disciplina, constituyen un proceso imparable cuyas consecuencias son difícilmente controlables. Incluso en una disciplina tan joven como es la psicología social, quedó atrás en el tiempo la época en que una sola persona lograba dominar con suficiente maestría el conjunto de la materia y escribir un texto realmente omnicomprendivo. Hoy por hoy, el manual de autor revela más cosas acerca de quien lo escribe, sus intereses, sus lagunas y sus sesgos, que sobre la propia disciplina. Por grande que sea la erudición de su autor, la obra no puede ir más allá de una función de vulgarización y de un nivel de superficialidad que no hace justicia a la perspicacia y a las capacidades reflexivas de la mayoría de los lectores.

Es sabido que la alternativa al manual de autor ha consistido en encargar a reconocidos especialistas que desarrollen sus respectivos temas en el marco de una obra colectiva. Esto garantiza sin duda un alto nivel de información en cada capítulo, pero también introduce un cierto eclecticismo que rompe la provechosa homogeneidad de perspectiva, propia del manual de autor.

También Moscovici ha recurrido a renombrados especialistas para desarrollar cada tema y, sin embargo, el resultado es todo lo contrario del eclecticismo. La obra deja una fortísima impresión de unidad, de integración y de asentada identidad, aunando las ventajas del manual de autor y del manual de expertos. Este logro, por sorprendente que sea, no constituye ningún misterio. Serge Moscovici está empeñado desde hace varios decenios en la construcción de una psicología social «europea», con personalidad propia, que no sea mero reflejo mimético de la prolífica psicología social norteamericana. Este empeño, compartido con otros investigadores de renombre, ha dado sus frutos y es él quien imprime al libro su coherencia interna.

Quizá sea útil resumir brevemente los principales ejes sobre los que se ha articulado esta reconstrucción de la psicología social. En primer lugar, se han marcado distancias con unos enfoques que pueden calificarse de demasiado individualistas. Sin menospreciar la importancia de los procesos intraindividuales o, incluso, interpersonales, la nueva psicología social subraya la naturaleza profundamente social de estos procesos y reintegra con fuerza el tejido social como un aspecto insoslayable de cualquier planteamiento. En pocas palabras, la sociedad vuelve a estar presente en los fenómenos estudiados. En segundo lugar, se rechazan las implicaciones más claramente positivistas de la teorización dominante en ciencias humanas, alejándose por ejemplo de los diversos conductismos, pero sin renunciar por ello al uso de los métodos más rigurosos en la administración de las pruebas científicas. Tercero, se cuestionan las explicaciones mecanicistas y reductoras, abriendo la psicología social al estudio de los factores y de los procesos directamente ideológicos. Cuarto, se rehabilita la importancia de la elaboración teórica frente a las conocidas inhibiciones empiricistas. Se hace gala, incluso, de audacia teórica desembocando en reformulaciones innovadoras de los resultados y los esquemas mejor asentados. Quinto, se privilegia la reflexión crítica, evidenciando así algunas de las limitaciones más obvias de los enfoques norteamericanos, como por ejemplo el de ser una psicología social del *statu quo* incapaz de explicar el cambio social. Sexto, se aboga por una psicología social más comprometida con la realidad social, más «relevante» como se dice ahora, y que aporte respuestas a problemas sociales acuciantes.

Todos estos aspectos están presentes en este manual y le confieren su unidad de contenido: la insistencia sobre los grupos y sobre los factores sociales más que sobre el individuo aislado o en interacción con otros; el extenso tratamiento de las representaciones sociales y de los niveles ideológicos; el talante crítico frente a la adopción conformista de las orientaciones dominantes; el desarrollo de un alto nivel teórico compatible con una formulación clara y sencilla, las metodologías más rigurosas y el interés por las aplicaciones de la psicología social... etc. Sin embargo, estos ingredientes no configuran una psicología social exiliada, extraña y desarraigada de su propia historia. Al contrario, existe una constante vinculación con lo esencial de la

psicología social «instituida». Los replanteamientos, las nuevas aportaciones, las investigaciones en sectores punta, se articulan siempre sobre una revisión metódica del estado actual de los conocimientos en los temas básicos de la psicología social clásica. Lejos de ser una psicología social radicalmente contestataria de las formas instituidas en la disciplina, como la que propugna por ejemplo Kenneth Gergen se trata de una psicología social que reencontra algunas vías de desarrollo, tempranamente formuladas en Europa pero que se frustraron a partir del impresionante despegue de la psicología social norteamericana.

Esta postura minoritaria de Moscovici y del sector teórico en el que se enmarca, explica quizás una parte del interés que se ha manifestado por la investigación de la influencia minoritaria, interés que impregna buena parte de este manual y que no podemos pasar por alto. Iniciada en los años sesenta por Moscovici y sus colaboradores, la investigación sobre minorías ha desembocado en un auténtico «programa de investigación», en la accepción de Imre Lakatos, siendo eminentemente productiva tanto en resultados como en hipótesis y teorías. Como es natural, Serge Moscovici ha pedido la colaboración de varios investigadores que comparten sus propios presupuestos, pero sabe muy bien que la crítica (el conflicto) constituye un acicate indispensable para estimular el progreso y la transformación del conocimiento. No ha dudado por lo tanto en acudir también a especialistas que se sitúan fuera de su concepción de la psicología social y que mantienen incluso fuertes divergencias con sus posturas. Esto no rompe la unidad del texto y añade un cierto sabor polémico que ameniza la lectura.

En el constante devenir del pensamiento no existen nunca obras perfectas y definitivas. Es justo reconocer que la obra de Moscovici no constituye una excepción: podríamos decir que este manual, uno de los mejores que conocemos, tiene exactamente los defectos de sus virtudes. Por una parte, aunque son muchos los temas abordados, la orientación teórica que Serge Moscovici imprime a su manual obliga a una estricta selección de las áreas presentadas y esto se traduce en la exclusión de algunos de los temas y de las teorías básicas de la psicología social. Por otra parte, el arraigo en la psicología social «instituida» impide quizás una mayor apertura hacia las orientaciones más innovadoras y más radicales que se abren paso en la psicología social moderna.

Con todo, el presente texto es sin lugar a dudas una obra indispensable para cualquier psicólogo en formación, e incluso para los especialistas más informados, pero su peculiar enfoque también lo hace indispensable tanto para psicólogos como para sociólogos o antropólogos.

Muchos psicólogos sociales de las áreas hispanoparlantes están empeñados en la constitución de psicologías sociales «localistas», inmersas en las problemáticas de los países en que se elaboran y conectadas con las realidades sociales que deben dilucidar. Esto es bueno, por supuesto, pero también es

imprescindible disponer de puntos de contrastación más globales. Frente a la influencia hegemónica de la psicología social norteamericana, se impone conocer también la visión europea de la psicología social y utilizar esta doble perspectiva para responder en mejores condiciones al reto de la elaboración de una psicología social propia.

Barcelona, julió de 1985

TOMÁS IBÁÑEZ GRACIA

Coordinador del Departamento de  
Psicología Social de la Universidad  
Autónoma de Barcelona.

*Nómina de autores (volúmenes I y II)*

- Jean-Claude ABRIC *Profesor de la Universidad de Provenza (Aix-en-Provence).*  
 Michael BILLIG *Profesor de la Universidad de Birmingham (Inglaterra).*  
 Sharon S. BREHM *Profesor de la Universidad de Kansas (Estados Unidos).*  
 Jean-Pierre DECONCHY *Profesor de la Universidad de París X (Nanterre).*  
 Willem DOISE *Profesor de la Universidad de Ginebra (Suiza).*  
 Machteld DOMS *Doctor en Psicología Social (Bélgica).*  
 Robert M. FARR *Profesor de la London School of Economics (Inglaterra).*  
 Michel GILLY *Profesor de la Universidad de Provenza (Aix-en-Provence).*  
 Carl F. GRAUMANN *Profesor de la Universidad de Heidelberg (R.F.A.).*  
 Miles HEWSTONE *Investigador de la Universidad de Tubingia (R.F.A.).*  
 Jos JASPARS *Reader de Psicología, Universidad de Oxford (Inglaterra).*  
 Denise JODELET *Profesora adjunta de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales (París).*  
 Lenelis KRUSE *Profesor de la Universidad de Heidelberg (R.F.A.).*  
 John M. LEVINE *Profesor de la Universidad de Pittsburgh (Estados Unidos).*  
 Germaine de MONTMOLLIN *Profesor de la Universidad de París V (París).*  
 Serge MOSCOVICI *Director de Estudios de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales (París).*  
 Gabriel MUGNY *Encargado de conferencias en la Universidad de Ginebra (Suiza).*  
 Charlan J. NEMETH *Profesor de la Universidad de California, Berkeley, (Estados Unidos).*  
 Geneviève PAICHELER *Encargada de investigación del Centro Nacional de Investigación Científica (París).*  
 Henri PAICHELER *Profesor adjunto de la Universidad de París VIII (Saint-Denis).*  
 Stamos PAPASTAMOU *Profesor adjunto de la Universidad de Ginebra (Suiza).*  
 Mark A. PAVELCHAK *Investigador de la Universidad de Pittsburgh (Estados Unidos).*  
 Bernard RIMÉ *Profesor de la Universidad católica de Lovaina (Bélgica).*  
 Michel-Louis ROUQUETTE *Profesor de la Universidad Paul-Valéry (Montpellier).*

# Introducción: el campo de la psicología social

POR SERGE MOSCOVICI

## A. ¿Qué es psicología social?

a.

Todo resultaría muy sencillo si pudiésemos decir sin dudar: existe el individuo y existe la sociedad. Evidentemente esto se nos repite innumerables veces y uno parece comprender e incluso ver lo que indican estas palabras. Todos aceptamos como algo indiscutible que estos dos términos estén separados, que cada uno sea autónomo y posea una realidad propia. Esto significa que podemos conocer uno sin conocer el otro, como si se tratasen de dos mundos extraños entre sí. La fuerza de esta visión resulta incontestable, al igual que la división que mantiene: el individuo reducido a su organismo y la sociedad petrificada en sus instituciones y aparatos. O mejor aún: por una parte el uno, lo único, por la otra lo múltiple o lo colectivo. Y esta visión tiene un efecto al que nos hemos acostumbrado desde hace largo tiempo: el tratado de partición que concede el individuo a la psicología y la sociedad a la economía o a la sociología. Este resultado se expresa a menudo de una forma más concreta: el psicoanálisis se ocupa del individuo y el marxismo de la sociedad. Semejante convención clarifica las ideas y contribuye de manera eficaz a la coexistencia pacífica entre las diversas ciencias y entre las diversas teorías.

La partición que acabo de describir y sobre la que no hace falta insistir por su familiaridad, obedece a una lógica determinada. Corresponde a la realidad en los casos extremos. Pero resulta banal reconocer que el individuo sólo existe dentro de la red social y que toda sociedad se compone de una multitud de individuos diversos, al igual que el más mínimo pedazo de materia está compuesto por una multitud de átomos. Además, tenemos derecho

a observar que en cada individuo habita una sociedad: la de sus personajes imaginarios o reales, de los héroes que admira, de los amigos y enemigos, de los hermanos y padres con quienes nutre un diálogo interior permanente. Y con los cuales incluso llega a sostener relaciones sin saberlo. Así pues, cuando decimos: existe el individuo y existe la sociedad, dejamos a un lado la experiencia compartida por casi todo el mundo.

Se dirá con justicia que esto no es demasiado grave. Todo análisis y toda explicación exigen una abstracción. Abstracciones como las que hacemos constantemente en economía al hablar del mercado separado del poder, o en psicología al describir el pensamiento separado de las emociones. Sí, no cabe la menor duda. Pero dicha partición tiene un sentido. Oculta una realidad primera, la invariante de existencia cuyos rastros encontramos en todas partes. Es decir, la oposición entre individuo y sociedad, la feroz batalla que libran desde tiempos inmemoriales lo personal y lo colectivo. Este conflicto no excluye, evidentemente, las armonías momentáneas ni las pacificaciones duraderas.

Si la psicología social tiene una razón de ser en tanto que ciencia y un *leitmotiv* que le sea propio, es ahí donde lo encontraremos. Toda ciencia mayor intenta responder, a través de investigaciones efectuadas en campos concretos, a alguna de las lancinantes preguntas que se plantean los hombres. La física, a la pregunta: ¿qué es la materia o el movimiento? La biología, a la pregunta: ¿qué es la herencia? o bien ¿por qué existe la vida? La cosmología, a la pregunta: ¿cuál es el origen del universo? Y así sucesivamente. De manera similar, la psicología social —en mi opinión al menos— se ha ocupado y sigue haciéndolo de un solo y único problema: ¿por qué se produce el conflicto entre individuo y sociedad? Ninguna otra ciencia aborda este problema de forma tan directa, ninguna siente una atracción tan profunda por ese conflicto. Y aquellas ciencias que lo hacen se aproximan a la psicología social, como sucedió con el psicoanálisis al interesarse éste por los fenómenos de masa. También es el caso de la historia cuando estudia los fenómenos de la mentalidad. Y la recíproca también es cierta. Siempre que la psicología social olvida este problema para estudiar en paralelo y con independencia uno de otro, ya sea lo social o lo individual, como sucede actualmente en los Estados Unidos, pierde su personalidad, convirtiéndose incluso en un apéndice, inútil, de otra ciencia.

b.

He aquí una primera fórmula: *la psicología social es la ciencia del conflicto entre el individuo y la sociedad*. Podríamos añadir: de la sociedad externa y de la sociedad que lleva dentro. No escasean los ejemplos de dicho conflicto: la resistencia a las presiones conformistas de la mayoría, la oposi-

ción entre un líder y su grupo, las desviaciones con respecto a la ortodoxia, las discusiones dentro de un grupo a fin de llegar a una decisión, la captación de un individuo por la masa, y otros muchos casos. Hasta aquí hemos considerado el espectro en toda su extensión. Ahora debemos acotarlo para captar mejor y con mayor precisión el campo de la psicología social. En pocas palabras, tras haber visto el problema al que responde, consideremos los fenómenos de los que se ocupa. O mejor dicho, los fenómenos de los que se ocupan los psicólogos al salir al terreno o al encerrarse en sus laboratorios. En una palabra, ¿cuál es su objeto?

Como es fácil imaginar, no existe unanimidad en este punto. Pero creo que en la actualidad, tras el abandono del conductismo, el número de aquellos que estarían de acuerdo con la definición que establecí en 1970 sería mucho más elevado: «Y yo formularía, escribía entonces, como objeto central, exclusivo de la psicología, todos los fenómenos relacionados con la ideología y la comunicación, ordenados según su génesis, su estructura y su función». Por lo que respecta a los primeros, sabemos que consisten en sistemas de representaciones y de actitudes. A ellos se refieren todos los fenómenos familiares de prejuicios sociales o raciales, de estereotipos, de creencias, etc. Su rasgo común es que expresan una representación social que individuos y grupos se forman para actuar y comunicar. Es evidente que son estas representaciones las que dan forma a esta realidad mitad física y mitad imaginaria que es la realidad social.

Por lo que hace a los fenómenos de comunicación social, éstos designan los intercambios de mensajes lingüísticos y no lingüísticos (imágenes, gestos, etc.) entre individuos y grupos. Se trata de medios empleados para transmitir una información determinada e influir sobre los demás. Empleo intencionadamente la noción global de «comunicación social» para indicar que incluye tanto los fenómenos de comunicación de masas de influencia colectiva (propaganda, publicidad, etc.) como los procesos puramente lingüísticos y los hechos semánticos. También se relaciona con los signos que circulan en la sociedad, con la semiología que, según el propio Saussure, forma «parte de la psicología social y, por consiguiente, de la psicología general». Este acercamiento se impone, ya que como hacía notar juiciosamente Mounin «la intención de comunicar» es «el criterio del mensaje semiológico».

Ahora ya disponemos de una segunda fórmula: *la psicología social es la ciencia de los fenómenos de la ideología* (cogniciones y representaciones sociales) *y de los fenómenos de comunicación*. A los diversos niveles (Doise, 1982) de las relaciones humanas: relaciones entre individuos, entre indivi-

1. D. Jodelet, J. Viet, P. Besnard, *La psychologie sociale*, Paris-La Haya, Mouton, 1970, pág. 62.

2. F. Saussure, *Cours de linguistique générale*, Paris, Payot, 1916, pág. 33.

3. G. Mounin, *Clef pour la linguistique*, Paris, Seghers, 1968, pág. 37.

duos y grupos, y entre grupos. Para cada uno de estos fenómenos disponemos de un conjunto más o menos desarrollado de conocimientos, teorías o experiencias, que aunadas nos permiten comprender las actividades mentales superiores y ciertos aspectos psíquicos de la vida social de los grupos.

## B. La visión psicosocial

a.

Una vez comprendido el contenido de una ciencia, también hay que reconocer su particularidad, saber lo que la distingue de las otras ciencias. Esta es una pregunta muy difícil a la que jamás se puede dar una respuesta totalmente satisfactoria. Y toda respuesta tiene, además, un carácter ligeramente artificial. Una cosa es cierta: ningún límite preciso separa a la psicología social de otros campos de la psicología, como la psicología infantil, la psicología clínica o incluso lo que se da en denominar psicología general. Tampoco hay frontera precisa entre la psicología social y la antropología. Todas estas disciplinas comparten en gran medida un mismo interés por las interacciones humanas y los grupos humanos. Además, tienen en común un buen número de conceptos como la representación, la influencia, el aprendizaje, etc. Entonces, ¿cómo se distingue la psicología social de estas disciplinas? Para responder a esta pregunta podría hacer una serie de análisis históricos y lógicos. Todos ellos resultarían de gran interés pero nos llevarían a adentrarnos demasiado en el cielo de la teoría de la ciencia. No obstante, yo creo que, una vez acotada la parte de la teoría, nos damos cuenta de que en realidad nuestra disciplina no se distingue tanto por su territorio como por el enfoque que le es propio. Esto es lo que practicantes, investigadores y estudiantes aprenden durante su trabajo. Es, antes que nada, una manera de observar los fenómenos y las relaciones. En este sentido podemos afirmar que existe una *visión psicosocial*. A continuación intentaré ofrecer una idea de este enfoque.

Comencemos por la manera con que el psicólogo y, a menudo, el sociólogo, enfocan los hechos. Utilizan en general una clave de lectura *binaria*. Esta clave corresponde a la separación del sujeto y del objeto, que son dados y definidos independientemente uno del otro. El psicólogo pone de un lado el «ego» (el individuo, el organismo) y del otro el «objeto», o bien, de una parte un repertorio de respuestas y de la otra el estímulo:  $\epsilon$  — O, o R — S. Así, cuando estudiamos la percepción visual consideramos el aparato visual y el color o la intensidad de un punto luminoso, por la manera en que el ojo reacciona ante la estimulación luminosa. De igual manera, al estudiar los procesos intelectuales nos interesamos por la manera en que el cerebro trata una información proveniente del mundo exterior. Y deseamos saber cómo

la aprende, la organiza y la transforma en un comportamiento definido. El esquema de la relación queda así:

Sujeto Individual (ego, organismo) → objeto (medio ambiente, estímulo).

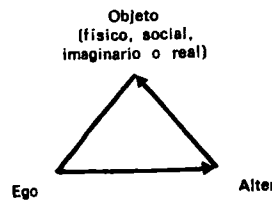
En sociología encontramos un esquema muy similar. La diferencia radica en que el sujeto ya no es un individuo sino una colectividad (el grupo, la clase social, el Estado, etc.). O bien, podemos tomar en consideración una multitud de sujetos que cambian, negocian, comparten una misma visión del mundo, etc. Por lo que se refiere al objeto, éste también posee un valor social, representando un interés o una institución. Por otra parte, el objeto a veces está constituido por otras personas, por otros grupos, que forman lo que denominamos un entorno humano. Evidentemente, en todos estos casos nos encontramos ante un sujeto y un objeto diferenciados según criterios económicos o políticos, éticos o históricos. Independientemente del tipo de diferenciación, lo que deseamos saber es cómo se comportan las diversas categorías de individuos en la sociedad, cómo reproducen la jerarquía existente, cómo distribuyen las riquezas o ejercen sus poderes. O bien, cómo la acción de cada individuo, provisto de sus propios intereses y metas, se transforma en una acción colectiva. Pero en el fondo de la mayoría de las explicaciones y análisis presentimos una manera de observar que se guía por el siguiente esquema:

Sujeto colectivo — Objeto diferenciado en social  
diferenciado según y no social  
criterios económicos  
o históricos

b.

Sin duda, simplifico mucho. Me haría falta un libro entero para justificar cada una de mis afirmaciones y mostrar hasta qué punto corresponden a la realidad. Me apresuro a agregar que un gran número de psicólogos sociales recurren a esquemas análogos, lo que conduce a una serie de errores y malentendidos (Moscovici, 1983). A pesar de su interés y de la importancia de los trabajos que inspiraron, siempre han estado marcados por un carácter parcial. Más grave aún: han reducido los fenómenos psicosociales a fenómenos psicológicos y los fenómenos sociales a fenómenos individuales. Y no obstante existe una visión psicosocial que se traduce por una lectura *ternaria* de los hechos y las relaciones. Su particularidad consiste en sustituir la relación a dos términos, entre sujeto y objeto, heredada de la filosofía clásica, por una relación en clave de tres términos: Sujeto individual — Sujeto social — Objeto. Para expresarme de otra manera: Ego — Alter — Objeto,

obviamente diferenciado. Y esto presupone una mediación constante, una «terceridad», para utilizar el término del filósofo norteamericano Peirce.



Pero esta relación de sujeto a sujeto en su relación con el objeto puede concebirse de manera estática o dinámica, es decir, puede corresponder a una simple «co-presencia» o a una «interacción» que se traduce en modificaciones que afectan el pensamiento y el comportamiento de cada individuo. A este respecto podemos distinguir dos mecanismos que ilustran perfectamente esta distinción: la facilitación social de una parte y la influencia social, por la otra. La primera consiste en que la simple presencia de un individuo o de un grupo haga que un individuo prefiera o aprenda con mayor facilidad las respuestas más familiares y las menos originales. Como si se inhibiese, el individuo expresa o retiene las respuestas dominantes, comunes a todos. La influencia social consiste en que un individuo sometido a la presión de una autoridad o de un grupo adopte las opiniones y conductas de dicha autoridad o grupo. El caso más extremo es la obediencia a la autoridad estudiado por Milgram: una persona es capaz de infligir descargas eléctricas dolorosas a un desconocido porque le han pedido que lo haga.

Esto nos lleva a definir con mayor precisión la manera en que se puede considerar el Alter (individuo o grupo) para analizar las relaciones con la realidad, con el objeto social o no social, real o simbólico. De hecho, nos encontramos ya sea ante un otro similar, un *alter ego*, ya sea ante un otro diferente, un *alter* sin más. Dependiendo de que se trate del primero o el segundo, consideramos fenómenos distintos. Podríamos incluso decir que las corrientes teóricas y de investigación se oponen según su concepción de este «alter». Así, la mayoría de las investigaciones sobre los grupos tienden a concebir a éste como un «alter ego» similar al «ego». En el psicodrama o juego de roles se pide a los participantes que adopten la actitud del otro, que se metan, por decirlo así, en su piel. Y lo que sucede es analizado en función de la capacidad de interiorizar semejante actitud. De manera similar, en los estudios sobre la conformidad se manifiesta en los individuos una tendencia a *compararse* a alguien *semejante* o a alguien al que nos gustaría parecernos. Los desviados en especial, que en principio carecen de opiniones y posiciones propias, intentarían juzgar sus opiniones y conductas en función de la mayo-

ría de los individuos que encarnan el poder. Y se conforman para parecerse a esos *alter* egos privilegiados.

Por el contrario, otras corrientes de investigación consideran un «alter» sin más, marcado por una diferencia precisa. Me refiero a las investigaciones sobre la innovación, por ejemplo, donde la minoría, el individuo, expresan una opinión y un juicio que le son propios. Están confrontados a una mayoría o a una autoridad que tienen sus propias opiniones y sus propios juicios, y que representan la norma o la ortodoxia. Lo que intentan estas minorías o estos individuos es hacerse *reconocer* una identidad particular y una *diferencia* evidente. Observamos que los dos mecanismos psicosociales fundamentales, el de comparación social y el de reconocimiento social (Moscovici y Paicheler, 1973) corresponden a dos maneras de percibir al otro en el campo social.

De estos contados ejemplos se desprende una óptica o enfoque que, trascendiendo la dicotomía «sujeto-objeto», recorre una gama de mediaciones operadas por la relación fundamental con los demás. Reconozco que éste no es más que un pequeño desplazamiento con respecto a la clave habitual de lectura de la psicología y, en ocasiones, de la sociología. E incluso de la psicología social clásica marcada por el conductismo. Pero se trata de un desplazamiento que lo cambia todo. Antes que nada concede su especificidad a la visión psicosocial, de la que Merleau-Ponty escribió: «Por el solo hecho de practicar la psicología social nos hallamos fuera de la ontología objetivista, en la que no podríamos permanecer de no ejercer sobre el "objeto" dado una coacción que pondría en entredicho la investigación... Si la psicología social quiere realmente *ver* nuestra sociedad tal cual *es*, no puede partir de este postulado que en sí mismo forma parte de la psicología occidental, pues al adoptarlo presumiríamos nuestras conclusiones». <sup>4</sup> El desplazamiento operado implica pasar de una concepción binaria de las relaciones humanas, tan extendida, a una concepción ternaria que, por ser compleja, no es menos rica.

Pero dejemos estas cuentas de boticario. Sea cual fuere el sentido de esta visión, puedo decir que antes que nada la encontramos concretada en las prácticas de psicología social. En la mayoría de los casos se trata de prácticas de observación directa de relaciones o gestos, de reacciones afectivas o simbólicas de los individuos entre ellos en una situación precisa. Ver es sin duda más importante que escuchar. El observador, a veces visible, a menudo invisible, se oculta detrás de un espejo de doble visión, a fin de ver sin ser visto. El espejo de doble visión situado en nuestros laboratorios es el emblema de esta visión psicosocial. Pero he encontrado su modelo en el Narrador de Proust. Considérese este ojo agrimensor, irrigado por las nervaduras de miles de experiencias y abrigado por la retina de la memoria: memoria de las cosas leídas, vistas y escuchadas. Este ojo mantiene fijamente a cada uno de los personajes en el sitio que le es propio: Swann, Odette, Charlus, Alberti-

4. M. Merleau-Ponty, *Le visible et l'invisible*, París, Gallimard, 1964, pág. 43.

ne, de manera que sabemos quién es cada uno de ellos. Debería decir que los individualiza con gran precisión y sin piedad. Basta con parpadear, con un cambio de luz, para que, en el recodo de una frase recargada, una observación nos haga saber que el observador lo ha visto todo y que su mirada no ha vacilado, invadida por la ternura, ni ha quedado envuelta por las brumas de la nostalgia. Emociones que nos hacen confundir los seres del presente con sus sombras en otros tiempos. Pero este ojo también mantiene fijamente los acontecimientos que tejen la historia dentro de la historia —el *affaire Dreyfus*, la Gran Guerra— con la escrupulosidad del cronista que conoce el peso de su testimonio. No obstante, personajes y acontecimientos —es decir, los sujetos individuales y las realidades— tan sólo adquieren su sentido a través de esta única «investigación», a través del «mundo», en suma, a través de la «sociedad» de cada cual. O retomando el lenguaje científico, a través de los sujetos sociales que son, en la obra de Proust, *Du côté de chez Swann, Le côté de Guermantes, Sodome et Gomorrhe*. Así vemos a cada personaje refractado y observado en un círculo de hombres y mujeres que revelan las facetas sucesivas de un mismo rostro o las fibras de un mismo corazón. Lo seguimos, además, de un círculo a otro, de la calle al medio mundo, del medio mundo al mundo y cada uno descomponen y recomponen al individuo según sus convencionalismos. El Narrador lo observa según sus propios convencionalismos, pero lo ve como lo ven los demás y de la manera que estos últimos reaccionan respecto a él. Proust escribió: «Nuestra personalidad social es la creación del pensamiento de los demás». Al final de esta triangulación del campo social, el ojo vuelve a encontrar los rastros de una realidad, cuyo autor puede narrar la teoría. Que el hecho de que el enfoque psicosocial no sea la percepción inocente de la «comedia humana» que describe, explica y denuncia simultáneamente con la buena conciencia de ver las cosas tal como son, resulta evidente. Se trata de la persecución del tiempo y de la persecución dentro del tiempo de una intriga entre individuos y acontecimientos que crean la sociedad a medida que la narran. No olvidemos que el proceso es la realidad. El psicólogo es el punto ciego de ese enfoque; quizá no vea, pero sin él es imposible ver.

c.

El estudiante que, durante sus estudios, pasa de la psicología o la sociología a la psicología social debe hacer un esfuerzo para interiorizar esta visión. Me atrevería a decir que esto es aún más importante que aprender esta o aquella teoría que, con frecuencia, olvidará más tarde, reteniendo únicamente lo que le es más necesario de ella. ¿Qué puede ser más necesario y permanente que una manera de ver las cosas? Esto me lleva a hablar de ciertos «prejuicios» muy extendidos y que, a mis ojos, constituyen verdaderos obs-

táculos epistemológicos, en la acepción de Bachelard, para alguien que desee dedicarse a la investigación y práctica de la psicología social. Debido a que los he encontrado en múltiples ocasiones en el curso de mi trabajo docente, me parece útil precisar la naturaleza de dichos obstáculos. Me gustaría destacar especialmente dos. El primero consiste en la opinión bastante difundida según la cual hay que agregar un suplemento espiritual a los fenómenos sociales. En términos claros, esto significa que se debe explorar el aspecto subjetivo de los acontecimientos de la realidad objetiva. Por realidad objetiva debemos comprender la realidad económica y social. En general, las cosas se presentan así. Se comienza por analizar los diversos aspectos del sujeto «colectivo»: el poder, las desigualdades económicas, la clase social, los intereses de los grupos y otros muchos aspectos. Una vez constituido el marco de esta manera, constatamos las diferencias con respecto a lo que debería pensar o hacer ese sujeto colectivo si obedeciera a los amplios determinismos económicos o sociales: descuida sus intereses, no vota a la izquierda en períodos de crisis, no se rebela contra el poder, etc. Para dar cuenta de estas diferencias se invocan factores de tipo subjetivo: los sentimientos, los valores, el grado de conciencia social, la influencia de los medios de comunicación, la imagen simbólica y así sucesivamente. Entonces nos volvemos hacia la psicología social y le pedimos que comprenda lo que «la gente piensa y siente» —de ahí la moda de las encuestas— y mida sus efectos.

El segundo obstáculo guarda una simetría perfecta con el primero. Es sabido que la psicología estudia una suma impresionante de fenómenos: la percepción, el razonamiento, la ansiedad, el desarrollo infantil, el aprendizaje... para sólo mencionar unos cuantos. Pero los estudia en el individuo aislado, como si fuese autista. Así, encargamos a un niño que cumpla una tarea o que rellene un test. Más tarde, en vista de su diligencia y de sus resultados, concluimos que su evolución intelectual sigue efectivamente la teoría de Piaget o de Bruner. Luego pedimos a un individuo adulto que aprenda una serie de frases de sentido negativo —Pedro no es hermano de Pablo— o en sentido afirmativo: Pedro es hermano de Pablo. Con ayuda de un cronómetro medimos el tiempo que necesita para aprenderlas. Con lo cual, siguiendo la hipótesis, constatamos que, en general, las frases negativas son aprendidas con mayor lentitud que las frases afirmativas.

Todos estos procedimientos son perfectamente legítimos. Nos proporcionan una importante cosecha de hechos, cuya solidez no es puesta en duda por nadie. Y yo sería el último en hacerlo. Pero también sabemos y nos damos cuenta todos los días en el laboratorio de que el individuo, por estar aislado, no deja de pertenecer al grupo, a una clase social. Y sus reacciones más anodinas son influenciadas por esta pertenencia. Haga lo que haga y tome las precauciones que tome, la sociedad está ahí. Penetra en las habitaciones más aisladas del laboratorio y actúa sobre los aparatos más sofisticados. A pesar de todos sus esfuerzos, los psicólogos no han logrado inventar una



jaula de Faraday para el campo social. Lo mismo que los psicólogos clínicos y los psiquiatras, quienes no han podido acondicionar habitaciones suficientemente acolchadas para amortiguar los ruidos del mundo. Al contrario, han arrojado luz sobre lo que hay de abstracto y surreal en esta situación del individuo.

Así pues, a fin de aportar un suplemento de materia, de realidad en suma, el psicólogo se cree obligado a volver a estudiar los mismos fenómenos en el seno de la sociedad, después de haberlos estudiado en el vacío social. Naturalmente encarga a la psicología social que añada una dimensión objetiva a los fenómenos subjetivos, que vuelva a situar en el contexto de la sociedad aquello que ha sido analizado fuera de dicho contexto. De esta manera, se le pide que analice el juicio *social*, la percepción *social*, etc., que califique lo que aún no lo ha sido. Evidentemente estoy simplificando, pero no deformando. El hecho es que, para cada uno de ambos casos, vemos en la psicología social el medio de satisfacer una carencia: por una parte, llenar al sujeto social de un mundo interior, y por la otra, resituar al sujeto individual en el mundo exterior, es decir, social. Así pues, su naturaleza sería psicológica para unos y sociológica para otros. Sería, al mismo tiempo, un híbrido y una ciencia de residuos de cada una de las ciencias vecinas.

Los obstáculos epistemológicos están ahí e impiden ver lo que esta ciencia tiene de propio. Pues considerándolo todo, su presente y su pasado, esta imagen de híbrido no es la suya. El carácter original e incluso subversivo de su enfoque consiste en cuestionar la separación entre lo individual y lo colectivo, en contestar la partición entre psíquico y social en los campos esenciales de la vida humana. Resulta absurdo decir que, mientras estamos solos, obedecemos a las leyes de la psicología, que nos conducimos movidos por emociones, valores o representaciones. Y que una vez en grupo cambiamos bruscamente para comportarnos siguiendo las leyes de la economía y de la sociología, movidos por intereses y condicionados por el poder. O viceversa. Desde hace mucho tiempo, Freud ha hecho justicia y revelado la inanidad de este absurdo: «La oposición entre la psicología individual y la psicología social o psicología de las muchedumbres, escribía, que a primera vista puede parecernos importante, pierde mucho de su acuidad al examinarla a fondo. No cabe duda de que la psicología individual tiene por objeto al hombre aislado y que intenta saber por qué vías éste trata de satisfacer sus influjos pulsionales, pero al hacerlo, raramente está en condiciones —tan sólo en circunstancias excepcionales— de hacer abstracción del individuo tomado aisladamente, pues el Otro interviene con gran frecuencia en tanto que modelo, apoyo y adversario, y por ello la psicología individual es ante todo y simultáneamente una psicología social en este sentido amplio pero plenamente justificado».<sup>5</sup>

5. S. Freud, *Essais de psychoanalyse*, París, Payot, 1982, pág. 123.

En realidad, la psicología social analiza y explica los fenómenos que son simultáneamente psicológicos y sociales. Este es el caso de las comunicaciones de masas, del lenguaje, de las influencias que ejercemos los unos sobre los otros, de las imágenes y signos en general, de las representaciones sociales que compartimos y así sucesivamente. Si queremos movilizar a una masa de hombres, luchar contra los prejuicios, combatir la miseria psicológica provocada por el paro o la discriminación, sin duda alguna mayor que la miseria económica, siempre nos encontraremos ante lo individual y lo colectivo solidarios, incluso indiscernibles. La psicología social nos enseña a observarlos de esta manera, permaneciendo fiel a su vocación entre las ciencias.

### C. Las diversas teorías que nos ocupan

Soy consciente de haber utilizado hasta aquí el tono vehemente de un alegato *pro domo*. Y no me falta razón para hacerlo. Pues si hacemos un balance de sus conocimientos, de las prácticas que ha inspirado y del impacto que ha tenido sobre la vida de la sociedad, la psicología social sólo es comparable a la economía política. Por otra parte, si observamos su historia vemos que no es una ciencia de mediación y parches, sino una ciencia de crítica a la oposición entre lo individual y lo social, y por tanto, de la ideología que la sustenta. Cuestiona tanto esta figura del Golem social, como la del animal puramente psíquico reducido a un manojo de comportamientos. E igualmente contesta su neutralidad desde el punto de vista de la realidad social. A pesar de ello, la psicología social no es reconocida. Más aún, no sólo no se la reconoce, sino que se la tiene al margen de las ciencias humanas. Así, su difusión se encuentra restringida y su enseñanza reducida a lo necesario. Estoy convencido de que esto tiene un efecto desalentador tanto para el progreso de sus investigaciones, como para nuestra capacidad de enfrentarnos a un gran número de acuciantes problemas de la sociedad moderna. Una vez puesto esto en evidencia, regresemos al enfoque psicosocial. Este enfoque se guía por las teorías y observaciones precisas de las relaciones entre los individuos y los grupos en un medio social determinado. Con la ayuda de los productos de sus investigaciones, los psicólogos tratan de explicar la naturaleza de dichas relaciones y de inventar prácticas para cambiarlas.

Para empezar veamos lo que es una teoría. Podemos definirla como un conjunto de proposiciones ligadas lógicamente que clasifican y explican un conjunto de fenómenos. Estas proposiciones también sirven para prever ciertos comportamientos o efectos hasta entonces inobservados, al igual que el físico predice la existencia de una partícula desconocida. Evidentemente, toda teoría comporta intuiciones e imágenes que a menudo conservan un carácter implícito. Las reconocemos porque tienden hacia la coherencia y a la

correspondencia con una serie de hechos que luego podemos observar o comprobar. En pocas palabras, podemos ilustrar las teorías y, hasta cierto punto, probarlas. Al menos, ésta es la línea de conducta que sigue la ciencia y la regla que se impone el investigador.

Continuemos. Dado que las características son las de cualquier teoría psicosociológica, esto no implica que todas las teorías sean de la misma naturaleza o se relacionen de la misma forma con la realidad. Al contrario, lo que impresiona de la psicología social es la diversidad desde el punto de vista lógico, el hecho de que los análisis y las explicaciones no se sitúen en el mismo nivel. Esto significa que no podemos emplear un mismo criterio para compararlas. Este rasgo la distingue de la psicología infantil o de la psicología del aprendizaje, por ejemplo, ciencias en las que se observa una mayor uniformidad lógica y una homogeneidad de orden empírico. ¿Es esto un signo de carencia o de riqueza? No sabría decirlo. No obstante, en psicología social y, por ende, en este manual, se encontrarán tres tipos de teorías que conviene distinguir:

a.

Las teorías *paradigmáticas* cuyo papel esencial consiste en proponer una visión global de las relaciones y comportamientos humanos. Antiguamente se habría dicho que proponen una visión de la naturaleza humana. Tomemos como ejemplo la teoría del campo de Lewin. Esta teoría parte de la idea, tomada de la física, de que el mundo psicológico puede ser considerado como un medio en cuyo seno los individuos constituyen singularidades, concentraciones de fuerzas que actúan por proximidad. Nada está aislado ni separado de manera duradera. De modo que el campo comprende todas las influencias conexas, afectivas e intelectuales que afectan un comportamiento determinado cuando éste se produce. El campo se compone de regiones interdependientes y sus principales componentes son el espacio vivido (L), la persona (P) y el medio ambiente físico y social (E). Lewin sostenía que con la ayuda de estos componentes podemos analizar la manera psicológica con que las personas se representan su mundo y actúan unos sobre otros. Gracias a esta imagen del campo y de sus nociones, Lewin logra trasladar la psicología de la forma, la *Gestalt*, a los fenómenos sociales y proporciona un lenguaje para describirlos. Si bien la teoría de Lewin prevé pocos hechos nuevos y no explica los antiguos, traza una visión de los individuos y los grupos en tanto que fuerzas compactas, tensiones dinámicas que se modifican mediante su contacto. Y como consecuencia inspiró la mayoría de los modelos de dinámica de grupos, terapias de comunicación que se emplean en casi todo el mundo. También atrajo la atención de los psicólogos sobre las construcciones

mentales que dan forma a la acción y a las relaciones humanas, construcciones excluidas por la visión dominante del conductismo.

b.

Las teorías *fenomenológicas* generalmente intentan describir y explicar una familia de fenómenos conocidos y muy conocidos. Unas se ocupan de los fenómenos fundamentales, por ejemplo, la influencia; otras se ocupan de fenómenos que no lo son tanto. Pero independientemente de la importancia que esto tenga, cada teoría responde a dos preguntas: ¿cómo? y ¿por qué? Y al hacerlo, todas ellas abrigan la ambición de revelar la causa de un cierto número de efectos. Tal es el caso de la teoría de Sherif. Su meta es comprender por qué individuos autónomos, provistos de un juicio propio y personal, convergen hacia un juicio común al hallarse en grupo y se conforman con él más tarde. He aquí la hipótesis fundamental: la mayoría de los objetos sociales son ambiguos y es esto lo que los distingue de los objetos físicos. Carecemos de criterios claros y precisos para juzgarlos. Así, no tenemos criterios para evaluar la verdad o el error en materia de opiniones políticas o religiosas, valores y normas culturales, y símbolos en general. Ante tales objetos, los individuos son presa de la incertidumbre y no saben qué juicio preciso hacer sobre ellos. Y sin embargo necesitan uno. A fin de reducir esta incertidumbre, unos se apoyan sobre el juicio de otros y forman una norma común que decide, de manera arbitraria, lo que es verdadero o falso. Se supone que esta norma representa la realidad. A resultas de ello, la norma establecida en común adquiere fuerza de ley para cada individuo. Los individuos se conforman a ella y ya no ven las cosas a través de sus propios ojos, sino a través de los ojos del grupo.

c.

Las teorías *operatorias* tratan de llegar a un mecanismo elemental, desconocido hasta entonces, y que explica un conjunto de hechos. También prevén hechos nuevos y sorprendentes. La teoría de la disonancia cognitiva constituye sin duda el ejemplo más brillante. Ahora daremos un repaso a sus grandes líneas. Según su autor, Festinger, cuando una persona dispone respecto a un objeto de dos cogniciones o dos representaciones acordes entre sí, hay consonancia y la persona en cuestión siente satisfacción. Por el contrario, supongamos ahora dos cogniciones o representaciones que no son acordes entre sí e incluso son opuestas entre sí. En este caso hay disonancia y la persona es víctima de la ansiedad. Festinger sostenía que, entonces, las personas sufren una incitación que los lleva a reabsorber el estado de disonancia

que les inquieta y perturba. Esta teoría queda resumida por completo en esta réplica de Proust: «¿Pero qué me dice usted? exclamó la duquesa, deteniéndose un segundo en su marcha hacia el coche y levantando sus hermosos ojos azules y melancólicos, pero llenos de incertidumbre. Situada por primera vez en su vida entre dos deberes tan diferentes como subir a su coche para ir a cenar a la ciudad y dar muestras de piedad por un hombre que va a morir, no veía nada en el código de los convencionalismos que le indicase la jurisprudencia a seguir y, sin saber a quién dar su preferencia, creyó que debía aparentar no poder creer que la segunda alternativa pudiera plantearse, a fin de obedecer a la primera que le exigía en ese momento menores esfuerzos y pensó que la mejor manera de resolver el conflicto era negándolo. "No bromeé conmigo —le dice a Suzanne— piense en mí"» (Proust, *La Pléiade*, vol. II, pág. 595). Así, supongamos que uno tiene un cierto número de opiniones ecológicas sobre el equilibrio con la naturaleza y, al mismo tiempo, trabaja en una central nuclear. La disonancia entre estas dos cogniciones puede ser reducida si esa persona *cambia de comportamiento*, y busca trabajo en una industria diferente. Pero otra manera de reducir la disonancia consiste en *cambiar de cogniciones*; así, esa persona modifica sus ideas sobre la energía nuclear. Al reflexionar, se convence de que esta energía puede hacerse menos peligrosa, que permite que la gente encuentre trabajo o que Francia no puede renunciar unilateralmente a una industria denominada de punta. Los dos tipos de cambio tienen por efecto la consonancia. Una vez descubierto, este mecanismo elemental ha permitido explicar un gran número de fenómenos de cambio de actitud y comportamiento. Además, numerosas experiencias han puesto al día fenómenos sorprendentes: cuanto más difícil es el acceso a un grupo, mayor es el apego que se siente por él; a las personas les gustan más los alimentos que comen por obligación que aquellos que eligen ellas mismas, y así sucesivamente. Esto explica por qué las gentes no aprecian lo que han obtenido gratuitamente.

Los tres tipos de teorías coexisten dentro de la psicología social. Ninguna de ellas constituye un tipo puro y cada una podría incluso ser clasificada en varias rúbricas. Pero, en su conjunto, podemos reconocer fácilmente su especificidad lógica y su función en el estudio de los fenómenos. En este manual las veremos en acción, y no hay que dejarse desalentar por su disparidad. Cada una de ellas corresponde a un estado de las investigaciones en un campo y posee su propia fecundidad.

#### D. Los métodos de verificación de las teorías y de observación de las realidades

a.

En la discusión precedente hemos explorado el campo de la psicología social, su forma de ver los fenómenos y el tipo de teorías que produce. Nos queda la tarea de describir los principales métodos de investigación a los que podemos recurrir para dar cuerpo a estas teorías y ponerlas en práctica. Dos métodos retendrán nuestra atención: el método de observación sistemática y el método experimental. Los examinaremos sucesivamente, acordando una atención especial a sus ventajas e inconvenientes. Cada uno plantea problemas éticos y sociales que interesan de manera especial a nuestra disciplina. El psicólogo francés Jean-Pierre Deconchy tiene perfectamente razón cuando escribe: «En psicología social, la investigación llevada a cabo por medio de la observación y la investigación realizada por medio de la experimentación sostienen entre ellas relaciones de hecho y de derecho. Sin embargo, ambas corresponden de manera evidente a operaciones lógicas, a espacios epistemológicos y quizás incluso a resonancias ideológicas diferentes» (Deconchy, 1981, pág. 29).

Estos problemas exigen un amplio debate que trasciende el marco de esta introducción. Así que me limitaré a las cuestiones de técnica.

b.

*El método de observación.* — La mejor manera de aprender algo sobre la vida del individuo y del grupo consiste en una investigación llevada a cabo sobre el terreno. El psicólogo que trabaja sobre el terreno, un poco como el clínico, intenta registrar de manera precisa y sistemática las actividades realizadas por las personas dentro de su marco normal. Toma notas o emplea el magnetófono, el vídeo, el cine. Tales investigaciones han sido llevadas a cabo durante manifestaciones de masas o en la vivienda de particulares, en las comunidades rurales e incluso en las aulas. Debido al pequeño número de personas o a la escasez de las ocasiones para realizar observaciones, no es posible sacar conclusiones fiables. No obstante, las hipótesis o las ideas sugeridas pueden constituir una excelente manera de captar ciertos fenómenos en toda su complejidad.

La investigación sobre el terreno representa el mejor método para comprender la vida del individuo y del grupo simultáneamente en varios campos —religioso, político, cultural, etc.— y sus conexiones. Aplicada de manera rigurosa, descubre esquemas de relaciones y acciones que no habíamos notado

con anterioridad. El inconveniente es que las personas sometidas a estas investigaciones generalmente saben que son observadas. No hablan ni se comportan como lo harían normalmente entre ellas. Para obviar esta deformación, los psicólogos a veces han aplicado instrumentos invisibles que les permiten observar las acciones de la gente sin que ésta lo note. Por ejemplo, se emplean cámaras ocultas para filmar las reacciones de los niños mientras juegan, las de los muchedumbres o incluso la forma que tiene la gente de abordarse o saludarse.

Una de las formas de observación más corrientes es sin duda la *encuesta*. En el marco de una encuesta, los psicólogos utilizan el procedimiento de la entrevista para estudiar los sentimientos, las preferencias, las representaciones o las acciones de la gente. Se estimula a las personas para que se expresen con la mayor integridad posible y lo que dicen es registrado en un magnetófono. Se trata de encuestas por medio de entrevistas. No obstante, a menudo se emplea un cuestionario compuesto de preguntas con una redacción precisa: «¿Qué piensa usted de la pena de muerte?» «¿Tiene contacto con policías?» Preguntas a las que la persona debe dar respuestas no menos precisas, formuladas con anterioridad o, más exactamente, elegir de entre las respuestas propuestas aquella que corresponde a su propia opinión.

Muchos creen que la mejor manera de descubrir los fundamentos de las opiniones y relaciones consiste en interrogar directamente a las personas de manera normalizada. La encuesta mediante entrevista o el sondeo son las formas de observación más ampliamente utilizadas. Gracias a esta técnica podemos interrogar a amplias muestras representativas de las poblaciones. De esta manera se obtiene una información fiable sobre casi todos los temas que interesan al investigador. Pero la interpretación de los resultados de una observación constituye la parte más delicada, pues depende en gran parte de la finura de la descripción y del don de la persona que la lleva a cabo. Las nociones de una teoría permiten una interpretación más o menos fecunda. Únicamente la reunión de los hechos, un «banco de observaciones» análogo al de los historiadores y los economistas puede llenar la brecha que separa al análisis de la observación. Y, sobre todo, permitir la verificación de las conclusiones generales de una teoría.

c.

*El método experimental.* — La palabra experiencia da escalofríos. En muchas personas suscita la misma reacción que la palabra matemáticas. Vemos las cifras, sentimos su rigor y sentimos temor de éste. Por esa razón nos negamos incluso a escuchar o leer un relato de experiencias, al igual que nos negamos a leer una página de matemáticas. Y es una lástima, pues no percibimos que una experiencia es, en última instancia, un juego serio, un brico-

laje de ideas en la que sólo cuenta la inventiva. Pero independientemente de las actitudes de unos y otros, el método experimental existe. Este método intenta provocar una serie de reacciones en condiciones determinadas de antemano. La hipótesis del experimentador define simultáneamente estas condiciones y la serie de reacciones esperadas. Así pues, por una parte delimita las causas y, por la otra, prevé los efectos. De este modo, la teoría de Sherif supone que la influencia del grupo será tanto más fuerte, mientras más ambiguo sea el objeto sometido a juicio. Por consiguiente, se presentará a los sujetos una pantalla sobre la que se hallan un cierto número de puntos y se les pedirá que cada uno diga en voz alta cuántos puntos hay. Se prevé que mientras más numerosos sean los puntos, es decir, mientras más difícil e incierto resulte contarlos, mayor será la influencia mutua entre los individuos en sus respuestas.

La investigación experimental requiere dos factores; el factor que el experimentador varía sistemáticamente —en este caso los puntos— recibe el nombre de *variable independiente*. El comportamiento resultante de la manipulación experimental —en este caso la convergencia de juicios individuales— es denominado *variable dependiente*. Para dominar la relación entre dos variables, el investigador se ve obligado a trabajar en un laboratorio. A fin de controlar mejor el desarrollo de las experiencias, a menudo emplea a un asistente que conduce la experiencia, pero que no está al tanto de la hipótesis ni de los resultados esperados. Debido a su ignorancia de estos hechos, el asistente corre menos riesgo que el experimentador de orientar a los sujetos en la dirección deseada.

Por otra parte, y esto constituye algo particular de la psicología social, se utilizan *cómplices*. Estos son individuos parecidos a los que participan en la experiencia y que deben hacer lo que hacen los otros. Pero en realidad han recibido instrucciones con anterioridad. El experimentador les ha pedido que respondan de cierta manera o que hagan un cierto número de cosas. Así, en la experiencia de Milgram sobre la obediencia a la autoridad, la persona que recibe la descarga eléctrica, que gime y se tuerce de dolor, es en realidad un cómplice del experimentador y finge que sufre. No es necesario decir más para que se comprenda que una experiencia de psicología social es un espectáculo meticulosamente puesto en escena que permite *simular* un cierto número de situaciones y fenómenos corrientes. El experimentador es el director, la teoría suministra el escenario de la obra. Y ésta es interpretada por actores a los que se hace representar en realidad papeles diferentes a los que creen representar.

Supongamos un individuo que es un «sujeto», es decir, que ha decidido participar en una experiencia de psicología social. Con los otros participantes se le hace entrar en un laboratorio amueblado someramente con una mesa rodeada por cuatro sillas. El experimentador le expone la tarea: debatir sobre el desarme y ponerse de acuerdo sobre una conclusión común. La cues-

ción interesa al sujeto, la conversación se anima, y él saca los mejores argumentos para convencer a los demás. Una vez que el pequeño grupo del que forma parte llega a una conclusión, el experimentador le pide que prosiga la discusión con otras personas. Y con este fin le invita a pasar a la habitación contigua. Pero en ésta, las sillas están alineadas como en la escuela. El individuo se siente un poco molesto por la posición, no ve bien a sus interlocutores y tiene mayores dificultades para expresar sus ideas. Todo es más frío, más formal. No obstante, continúa su discusión con normalidad. ¿Y es eso una experiencia de psicología social: decir lo que uno piensa? Nada más sencillo.

Una vez finalizada la discusión, el experimentador regresa, toma asiento y da las gracias al sujeto por su colaboración. En ese momento le revela cuál era la verdadera finalidad de la experiencia: ver si la disposición de los asientos, el hecho de estar sentados en línea o alrededor de una mesa, nos lleva a emplear frases más o menos correctas gramaticalmente. El hecho de haber hablado del desarme o de cualquier otra cosa no tiene importancia alguna. El sujeto se siente engañado, frustrado, desilusionado. ¿A qué estamos jugando? piensa. Y no obstante, no hay engaño ni truco, se trata tan sólo de la necesidad de utilizar un ardid, como se lo explicamos posteriormente a nuestros sujetos. Si supieran de antemano la verdadera finalidad, pondrían atención en lo que dicen. Desviarían en un cierto sentido su conducta o su lenguaje que queremos captar en su estado «natural». Los sujetos representan, como Pirandello, una comedia dentro de otra comedia, pero sin saber exactamente cuál.

Dichas experiencias *de doble fondo* —propias, creo yo, de la psicología social— se verán relatadas de mil maneras en las páginas de este manual. La ignorancia, temporal es cierto, es la condición del conocimiento que se investiga y obtiene. Sin saberlo, los sujetos deciden entre las teorías, hacen y deshacen reputaciones y abren campos de investigación. Como la *chorus-girl* de las películas norteamericanas, el sujeto «ingenuo» es el héroe anónimo, el único en verdad, de la psicología social. Evidentemente le informamos del papel que le hemos hecho representar y de los resultados obtenidos gracias a él. En ese momento deja de ser el héroe para convertirse en lo que era en realidad, nuestro colaborador en una investigación común: donde, como siempre, el *ego* es inseparable del *alter*.

Las experiencias de laboratorio pueden completarse mediante experiencias sobre el terreno en las que el investigador intenta manipular la variable independiente, aunque trabajando en un marco normal. Dichas experiencias sobre el terreno son difíciles de organizar y ejecutar. En Francia, J.-P. Deconchy ha realizado algunas recientemente. Ha «inyectado» mensajes poco conformes con la ortodoxia religiosa en un medio formado por creyentes. Luego ha medido las diferencias en la variable dependiente —el impacto

de estos mensajes— y ha podido demostrar que este medio los domina mediante la institución.

La psicología social es probablemente la única ciencia social que recurre de manera predominante a la experimentación. Podríamos decir sin sombra de duda que actualmente se ha convertido en una ciencia experimental. Numerosos psicólogos se rebelan contra esta tendencia y rechazan de manera radical el espíritu que la anima. Han buscado métodos de recambio a fin de aflojar la tenaza del laboratorio. Por ejemplo, se ha dicho que la experiencia sobre el terreno ofrece la principal solución de recambio para la experimentación clásica, pues permite conciliar una descripción rigurosa de los fenómenos con la riqueza de lo real, a menudo menospreciada entre los cuatro muros de un laboratorio. También se ha propuesto el juego de roles (*role-playing*). En un estudio basado en el juego de rol se pide a los sujetos que describan su reacción a una situación determinada, sin confrontarlos directamente con ella. De este modo, en un estudio basado en el juego de rol sobre la influencia, se podría pedir a los sujetos que describiesen su reacción ante el juicio de los demás sobre el número de puntos que figuran en la pantalla. Pero no son expuestos realmente a dicho juicio. Hasta ahora, estas soluciones de recambio no se han impuesto, incluso si los resultados obtenidos gracias a ellas son de gran interés.

Esos son, pues, los dos métodos. Han sido concebidos y puestos a punto en la psicología social. Luego se han deslizado hacia otras ciencias sociales. Si el primer método marcó los inicios de nuestra ciencia, el segundo predomina en su estado actual. Independientemente de las preferencias que se puedan tener a este respecto, y yo tengo la mía, hay que reconocer este hecho. Este manual es el reflejo de la psicología social tal como se practica. Por lo tanto es necesario reservar un amplio lugar a las investigaciones y a las teorías basadas en experiencias llevadas a cabo en el laboratorio. Debido a este hecho la psicología social es criticable y nosotros no dejamos de criticarla, pero no hay otra. Me refiero a que actualmente no existe una psicología social que sea puramente «clínica» o «de observación». Cuando se recurre a la «clínica» o a la «de observación», y todos lo hacen, se intenta articularlas en un marco común con la experimentación. Y posiblemente ha sido la diversidad de métodos la que ha permitido a la psicología social trabajar a varios niveles de realidad social y comprender fenómenos diferentes. Esta diversidad corresponde a la diversidad del tipo de teorías cuya importancia ya hemos visto.

Todas las observaciones precedentes —desde la visión psicosocial hasta los métodos de investigación— han influido en la elección que hemos realizado de los materiales de este libro. Nos hemos esforzado por reunir trabajos dignos de interés y dotados tanto de pertinencia como de cualidades científicas. Se ha concedido gran atención a los campos clásicos de investigación que forman el fundamento de la psicología social. Sin excluir, más bien

al contrario, los campos en expansión de la investigación contemporánea. Y para aquellos que prosiguen un trabajo de reflexión personal, también hemos dejado lugar para la discusión de nuevas direcciones de pensamiento.

### E. El plan de este manual

Esta obra tiene la intención de servir como una introducción a la psicología social. Por consiguiente, está destinada a los estudiantes de psicología y sociología, pero no exclusivamente a ellos. Todo nos lleva a creer que una enseñanza sólida en ciencias políticas, economía e incluso filosofía, como lo testimonian ciertos escritos de Merleau-Ponty y *La crítica de la razón dialéctica* de Sartre, implica una parte de psicología social. Lo mismo puede decirse de la formación de aquellas personas que se ocupan de los problemas cotidianos de nuestra sociedad: trabajadores sociales, animadores de asociaciones o profesionales de los medios de comunicación. A fin de hacerles accesibles las nociones e investigaciones de la psicología social, cada capítulo comienza trazando las grandes líneas de un fenómeno capital. A continuación se exponen las hipótesis o las teorías imaginadas y los hechos sobre los que se apoyan. Finalmente se hace un balance de las conclusiones a las que se ha llegado y la dirección que siguen las investigaciones en la actualidad. Para hacer más comprensible este texto se han incluido numerosas figuras y tablas de resultados. Cada una de ellas lleva una leyenda destinada a atraer la atención del lector sobre la importancia del material y a subrayar las conclusiones aportadas por el texto.

El manual está dividido en cuatro partes:

→ La primera comprende los capítulos relacionados con la influencia social y los cambios de actitud. En ellos se abordan los fenómenos de conformidad e innovación, la manera con que los individuos se apropian y expresan una opinión proveniente del exterior. Cosa que acontece cada vez que los hombres se reúnen, se comunican y forman un grupo.

→ La segunda parte está consagrada a las interacciones entre personas en el interior de un grupo y entre grupos. En esos capítulos encontramos un análisis de la manera con que las personas toman decisiones en común o crean cosas nuevas conjuntamente. La decisión y la creatividad se encuentran en el centro de todo trabajo colectivo efectuado en el seno de comités, asociaciones o grupos de investigación. Pero también figuran en el derecho y la justicia. Se ha reservado un capítulo especial para las aplicaciones de la psicología social en el campo jurídico. Y otro a la evolución de las relaciones amistosas y amorosas entre dos personas.

→ La tercera parte es sin duda la más extensa. Aborda toda una serie de cuestiones esenciales: cómo se razona en la vida cotidiana, cuál es la natu-

raleza del sentido común, de qué manera explica el individuo las cosas que le suceden y así sucesivamente. Esto significa que esta parte intenta poner al día las leyes del pensamiento social, de la atribución de las causas, de la percepción de las personas y, finalmente, de las representaciones sociales. Sin olvidar los lazos entre la comunicación y el lenguaje. Esta parte es la más extensa debido a que, desde hace unos veinte años, se trata del campo de investigación más activo y estimulante de la psicología social.

→ La cuarta parte se propone esclarecer un cierto número de problemas de gran importancia, desde el racismo hasta la comunicación de masas, de la educación a los efectos de la densidad y aglomeración que conocemos en las ciudades. Evidentemente, estos problemas no son los únicos que importan y sobre los que se trabaja. Pero a través de ellos hemos querido ilustrar el funcionamiento de la psicología social y sus prolongaciones en una realidad que nos concierne a todos.

Independientemente de las cualidades que se puedan atribuir a este volumen, no podríamos adueñarnos del mérito. Este libro es, en realidad, el resultado de un esfuerzo común. Investigadores y profesores de diversos países aceptaron consagrar una parte de su tiempo para preparar uno o dos capítulos exclusivos para este manual. Cada uno de ellos es un especialista en el campo que trata, lo que constituye una garantía de su contribución. Además, tuvieron a bien tomar en cuenta las exigencias de la enseñanza en Francia y, en algunas ocasiones, revisar su texto con esta finalidad. El hecho de que provengan de países y horizontes diversos pone al lector en condición de apreciar la variedad de estilo y de preocupaciones de los psicólogos sociales. Quiero agradecer a todos los que han participado en esta empresa y que aceptaron someterse a su plan de conjunto. Al final se encontrará una bibliografía detallada, verdadera herramienta de referencia.

Primera parte

INFLUENCIA Y CAMBIOS  
DE ACTITUDES

# Conformidad y obediencia

POR JOHN M. LEVINE Y MARK A. PAVELCHAK<sup>1</sup>

El presidente John F. Kennedy y varios de sus principales asesores sostuvieron una reunión en marzo de 1961 para discutir un plan de la CIA para la invasión de Cuba. El grupo llegó a un consenso: había que llevar a cabo la invasión. Al menos uno de los asesores, Arthur Schlesinger, abrigaba serias dudas acerca de la prudencia del plan, pero no defendió con vigor su posición. Como lo escribiría más tarde el propio Schlesinger (1965): «En los meses siguientes a [la cuestión] de Bahía de Cochinos, me reprochaba amargamente haber permanecido tan silencioso durante esas discusiones cruciales en el salón de reunión del gabinete... Sólo puedo explicar mi incapacidad de hacer algo más que plantear algunas preguntas tímidas, diciendo que el impulso que sentíamos por hacer sonar la alarma ante semejante absurdo había sido reducido a nada por las circunstancias de la discusión» (pág. 255).

En un laboratorio situado en el campus de la universidad, varios jóvenes se reúnen a fin de participar en una experiencia sobre el juicio visual. Su tarea, consistente en estimar la longitud de diversas líneas, es muy sencilla: las personas que deben resolver por sí solas el problema raramente cometen errores. Sin embargo, en la situación presente, es necesario que cada uno responda en voz alta en presencia de los demás. Para su mayor consternación, un joven descubre que los otros miembros del grupo están en desacuerdo unánimemente con su juicio a cada sucesivo ensayo. Los sujetos en dicha situación se alinean con la mayoría que, a su vez, se halla en el error aproximadamente una vez de cada tres (Asch, 1951).

1. Una subvención de la National Science Foundation nos ayudó en parte a realizar nuestras investigaciones. Stephanie Green, Richard Moreland y Serge Moscovici nos hicieron útiles observaciones sobre una primera versión de nuestro capítulo.



En mayo de 1968, soldados norteamericanos penetraron en una aldea de Vietnam llamada My Lai. Lo sucedido en esa aldea fue relatado más tarde en una entrevista con Paul Meadlo, uno de los soldados que se encontraba allí:

Pregunta: ¿Cuántas personas habíais reunido?

Respuesta: Pues había más o menos entre 40 y 45 personas que habíamos reunido en el centro de la aldea, en mi opinión... Y...

P.: ¿Qué tipo de personas: hombres, mujeres, niños?

R.: Hombres, mujeres y niños.

P.: ¿También bebés?

R.: También. Y los amontonamos unos contra otros. Hicimos que se pusieran en cuclillas sobre el suelo y entonces el teniente Calley se acercó y dijo: Ya sabéis lo que tenéis que hacer, ¿no es así? Yo respondí que sí. Me pareció muy normal que nos pidiera solamente que los vigiláramos. Luego nos dejó ahí y regresó tras diez o quince minutos y dijo: ¿Por qué no los habéis matado aún? Y yo le dije que no creía que él quisiera que los matáramos, que sólo quería que los vigiláramos. Pero él dijo que no, que los quería muertos. También...

P.: ¿Y a cuántos mató Ud. en ese momento?

R.: Pues bien, disparé con un arma automática y así uno no puede... uno dispara solamente contra el sector donde se hallan y no puede saber cuántos ha matado porque todo iba muy de prisa. Así que podría haber matado unos diez o quince.

P.: ¿Hombres, mujeres y niños?

R.: Hombres, mujeres y niños.

P.: ¿También bebés?

R.: Y bebés también.

(*The New York Times*, 25 de noviembre de 1969.)

Finalmente, en un laboratorio en otro campus, dos sujetos reciben instrucciones para una experiencia sobre la memoria. A una de las personas se le atribuye el papel de profesor. A la otra se le atribuye el papel de alumno y es conducida a una habitación contigua. Se informa al profesor que su tarea consiste en aplicar una descarga eléctrica al alumno cada vez que éste cometa una falta. A lo largo de los ensayos, el alumno comete numerosos errores y el profesor recibe la orden de aumentar el voltaje de la descarga tras cada error. A medida que aumenta la intensidad de las descargas, el alumno pide permiso para irse, grita de dolor y termina por suspender toda reacción. Casi dos tercios partes de los sujetos que representaban el papel de profesores obedecían a las órdenes del experimentador, consistentes en aplicar descargas intensas, incluso después de que el alumno había dejado de reaccionar (Milgram, 1974).

Los ejemplos mencionados ilustran dos poderosas formas de influencia

social. Arthur Schlesinger y el joven estudiante en el laboratorio de Asch se han hallado en oposición con un grupo unánime formado por sus iguales. Se hallaban ante el siguiente conflicto: responder de acuerdo a sus propias creencias, o bien, estar de acuerdo con los otros miembros del grupo. Y resolvieron el conflicto conformándose al grupo. Existe *conformidad* cuando un individuo modifica su comportamiento o actitud a fin de armonizarlos con el comportamiento o actitud de un grupo. Paul Meadlo, al igual que el estudiante del laboratorio de Milgram, recibieron órdenes de una persona en posición de autoridad de hacer daño a otras personas. Podemos suponer que también ellos se encontraron ante un conflicto. Y lo resolvieron obedeciendo las órdenes de la autoridad. Existe *obediencia* cuando un individuo modifica su comportamiento a fin de someterse a las órdenes directas de una autoridad legítima.

Si bien la conformidad y la obediencia son dos formas de influencia social, difieren de manera importante en varios aspectos (Milgram, 1974). Antes que nada, la presión a conformarse es ejercida de manera típica por pares que disfrutan del mismo status que el sujeto, mientras que la presión a obedecer es ejercida por una autoridad de elevado status. Además, la obediencia presupone que la autoridad desee ejercer una influencia y vigile la sumisión del subordinado a sus órdenes. Por el contrario, la conformidad puede producirse sin que el grupo desee ejercer una influencia o vigilar al individuo, basta con que la persona conozca la posición del grupo y desee estar de acuerdo con ella. De hecho, ni siquiera es necesario que el grupo tenga conciencia de la existencia del individuo. (Por estas razones, cuando utilicemos los términos «presión de grupo» nos referiremos únicamente a que un individuo percibe que un grupo está en desacuerdo con su posición.) Una tercera diferencia entre la conformidad y la obediencia es que los individuos que se conforman tienen un comportamiento similar (o idéntico) al de la fuente de influencia, mientras que los individuos que obedecen generalmente tienen un comportamiento diferente al de la fuente de influencia.

En este capítulo presentaremos las posiciones psicociológicas relacionadas con la conformidad y la obediencia. Al discutir estas formas de influencia aportaremos una gama selectiva de puntos de vista teóricos y de investigaciones empíricas, subrayando los campos que atraen actualmente la atención. Debido a que los trabajos consagrados a la conformidad son mucho más numerosos que los dedicados a la obediencia, la primera nos retendrá durante más tiempo. Por último analizaremos brevemente las ventajas y desventajas que presentan la conformidad y la obediencia tanto para la fuente de influencia como para su blanco.

## A. La conformidad

Nuestra definición de conformidad responde a la idea de que una persona *modifica* su posición en dirección de la posición de un grupo. Este criterio de movimiento es de gran importancia, ya que nos permite llegar a conclusiones firmes por lo que respecta a la influencia de un grupo. Es decir que tendríamos sin duda la convicción de que una persona ha sido influenciada por un grupo si esta persona al principio estaba en desacuerdo con el grupo y después cambió para ir hacia él. Esto sería particularmente cierto si otros individuos que compartían la posición inicial de este sujeto, pero que no estaban expuestas a la presión del grupo no efectuaron movimiento alguno en dirección de la posición del «grupo». Por el contrario, si sabemos que un individuo está de acuerdo actualmente con un grupo, no tendremos la convicción de que su acuerdo sea el resultado de la influencia del grupo. Este individuo también pudo llegar a la posición del grupo de manera independiente sin saber en absoluto lo que pensaban los miembros del grupo, ni desear parecerse a ellos. Así, una de las principales razones que nos llevan a definir la conformidad en función del movimiento es que nos permite diferenciar la influencia del grupo de la *uniformidad de comportamiento*, que implica un acuerdo independiente en ausencia de presión percibida del grupo. Resulta evidente que no quisiéramos definir como conformidad la extendida práctica consistente en llevar zapatos en invierno si, como parece probable, las personas deciden de forma independiente llevar zapatos para mantener calientes sus pies.

Otro problema importante cuando se define la conformidad está relacionado con la distinción entre acuerdo público y privado. Por acuerdo público (o sumisión) entendemos el cambio manifiesto de comportamiento del individuo en dirección de la posición del grupo. Por acuerdo privado (o aceptación) entendemos el cambio de actitud latente del individuo en dirección de la posición del grupo. La distinción entre acuerdo público y acuerdo privado es de importancia porque tiene consecuencias en el comportamiento de una persona, una vez eliminada la presión del grupo. Consideremos primero el caso de un individuo que se conforma a nivel público, pero sigue estando en desacuerdo a nivel privado. Ya que no ha aceptado la posición del grupo en su fuero interno, no podemos esperar que suscriba esta posición, suponiendo que ya no exista presión del grupo. Por el contrario, consideremos el caso de un individuo que se conforma tanto a nivel público como a nivel privado. De esta persona que, según parece, cree realmente lo que dice, podemos esperar que continúe suscribiendo la posición del grupo, incluso si ya no se ve afectada por una presión que la obligue a hacerlo.

### a. Las primeras investigaciones sobre la conformidad

Las investigaciones sistemáticas sobre la conformidad comenzaron a principios de los años cincuenta con los estudios clásicos de Solomon Asch. Asch (1951, 1955, 1956) se interesó por los factores que llevan a los individuos a ceder a la presión de un grupo cuando éste formula, con toda evidencia, un juicio incorrecto. Para estudiar la conformidad en el laboratorio, Asch reunió grupos de personas para que participaran en un estudio que trataba manifiestamente de la percepción visual. La tarea perceptiva consistía en comparar la longitud de tres líneas con la de una línea patrón. En cada uno de los 18 ensayos, una de las líneas que había que comparar tenía la misma longitud que la línea patrón, mientras que las dos restantes tenían una longitud diferente. Debido a la manera como habían sido construidas las líneas, resultaba sumamente sencillo elegir la línea correcta entre las que había que comparar con el patrón.

Cada grupo experimental, formado por siete a nueve personas, tan sólo contenía un verdadero sujeto ingenuo. Los otros miembros del grupo eran cómplices que habían recibido instrucciones de dar respuestas incorrectas unánimes en doce de los dieciocho ensayos. De esta manera, en estos ensayos, todos los cómplices elegían una de las dos líneas de comparación incorrectas. Los asientos se hallaban dispuestos de tal manera que el verdadero sujeto respondía en penúltimo lugar, encontrándose así expuesto a la presión del grupo cuando los demás miembros daban respuestas incorrectas. Los cómplices habían recibido instrucciones de comportarse como si la experiencia fuese algo nuevo para ellos y de responder de manera natural y confiada. Asch también utilizó una condición de control en la cual los sujetos enunciaban sus juicios en privado, sin ninguna presión por parte del grupo.

Los resultados de esta experiencia fueron totalmente sorprendentes. Mientras que los sujetos de la condición de control cometían errores en una proporción inferior al 5 % de los ensayos, los sujetos expuestos a la presión del grupo estaban de acuerdo con la mayoría errada en una proporción de aproximadamente 33 %. Además, 75 % de los sujetos cometían al menos un error que se conformaba con la mayoría. En sus experiencias posteriores, algunas de las cuales son descritas a continuación, Asch investiga cómo la conformidad era influenciada por variables como la dificultad de la tarea perceptiva, el tamaño de la mayoría y la unanimidad de la mayoría. Tomadas en su conjunto, las investigaciones de Asch aportaron gran número de resultados interesantes sobre la conformidad y estimularon el interés por este tema entre los psicólogos.

Aunque la técnica experimental de Asch para el estudio de la conformidad haya sido ampliamente utilizada desde los años cincuenta, presenta un grave inconveniente: la necesidad de recurrir a cómplices. Los cómplices plantean dos problemas. Primero, resulta muy costoso utilizar a varias perso-

nas a fin de obtener respuestas provenientes de un solo sujeto. Luego, es muy difícil garantizar que los cómplices se comportarán exactamente de la misma manera con cada sujeto. En la medida en que su comportamiento difiera de un sujeto al otro, los cómplices introducen «ruidos» en los resultados y complican de esa manera la tarea de sacar conclusiones firmes. Para eliminar los problemas asociados con el empleo de cómplices, Richard Crutchfield (1955) concibió un aparato de señalización eléctrica para las investigaciones sobre la conformidad. Además, este aparato tiene la ventaja de permitir recoger al mismo tiempo las respuestas de varios sujetos.

El aparato de Crutchfield se compone de varias cabinas contiguas y cada una de ellas está provista de un tablero de lámparas que sirven como señales y botones que se pulsán para responder. En cada cabina está sentado un sujeto ingenuo. Los sujetos responden a las preguntas (que van desde los juicios perceptivos hasta las opiniones) apretando los botones correspondientes a las preguntas y se les hace creer que sus respuestas aparecen en los tableros de todas las cabinas. De esta manera, la respuesta de la persona que responde en primer lugar aparece pretendidamente en la primera línea de señales luminosas en todos los tableros, la respuesta de la persona que contesta en segundo lugar aparece pretendidamente en la segunda línea y así sucesivamente. En realidad, todos los sujetos responden en último lugar y las respuestas de las personas que responden pretendidamente antes que ellas son simuladas por el experimentador mediante un tablero de control de conjunto situado en la habitación contigua. De este modo, el experimentador puede exponer a varios sujetos a la presión de un grupo sin emplear cómplices. Las respuestas de los sujetos se inscriben en el tablero de control de conjunto y quedan registradas. El inconveniente de la técnica de Crutchfield es que los sujetos se encuentran aislados unos de otros y no creen que los restantes miembros del grupo puedan identificar fácilmente sus respuestas. Estos sentimientos de aislamiento y anonimato pueden reducir la capacidad del grupo para producir la conformidad (Deutsch y Gerard, 1955). En definitiva, la técnica de Crutchfield produce una situación de grupo que es «menos verdadera» que la obtenida por el procedimiento de Asch.

#### b. Factores que influyen sobre la conformidad

La propia amplitud de la literatura especializada consagrada a la conformidad nos imposibilita llevar a cabo un resumen en este capítulo de todos los trabajos relacionados con ella. En lugar de este resumen, discutiremos una selección de estudios relacionados con tres de los principales factores que determinan la influencia de un grupo: 1 / las características del individuo expuesto a la presión del grupo, 2 / las características del grupo origen de la presión, y 3 / la relación entre el individuo y el grupo. Nuestra discu-

sión se centrará en los factores que determinan el acuerdo público (sumisión) y no tanto en los que determinan el acuerdo privado (aceptación).

1 / *Las características individuales.* — Entre las numerosas características individuales que pueden influir en la conformidad, dos han recibido una atención particular: la nacionalidad y el sexo. Se supone que estas características son importantes porque la experiencia de la socialización es diferente para los hombres y para las mujeres, y también para los individuos que crecen en sociedades diferentes. De esta forma, estas investigaciones sugieren que las predisposiciones adquiridas antes de que una persona entre en una situación en que se encuentre sometida a la presión de un grupo pueden influir sobre la manera de reaccionar en dicha situación.

En un interesante estudio de comparación cultural sobre la influencia en las sociedades primitivas, Berry (1967) examinó la conformidad entre la etnia temne de Sierra Leona y los esquimales de la isla de Baffin. Los temne cultivan el arroz y poseen una economía en la que se acumulan los alimentos, mientras que los esquimales se dedican a la caza y la pesca, y no acumulan alimentos. Expuestos a falsas normas de grupo durante una tarea de percepción visual, los temne se conformaron sustancialmente más que los esquimales. Berry atribuyó este resultado a la diferencia en la manera de educar a los niños de ambos pueblos, diferencia que se debe a la distinta economía de subsistencia de cada una de estas dos sociedades. Las economías que acumulan alimentos como la de los temne ponen un gran énfasis en la conformidad en el niño; las economías de caza y pesca, como la de los esquimales, ponen énfasis en el individualismo.

Milgram (1961) ha comparado la conformidad en dos sociedades contemporáneas, la francesa y la noruega. Se hacía creer a individuos de cada nacionalidad que varios de sus compatriotas estaban en desacuerdo con sus juicios acerca de una tarea de discriminación auditiva. Los resultados indicaron que los noruegos se conformaban más que los franceses, independientemente de que la respuesta de los sujetos fuese en público o en privado, y también independientemente de que otros miembros del grupo criticaran a los sujetos por su desviación o permanecieran silenciosos. De estos resultados, Milgram concluía que indicaban que los franceses son más independientes que los noruegos, pero también son posibles otras explicaciones. Como sostenían Willis y Levine (1976), es posible que los sujetos franceses hayan dado pruebas de anticonformidad (es decir, que se distanciaban de la posición del grupo), más que de verdadera independencia (es decir, una adhesión constante a su posición inicial). Desgraciadamente, como Milgram no especificó el o los tipos de no conformidad manifestados por sus sujetos franceses, no podemos comprobar esta posibilidad con sus datos.

Otras investigaciones de comparación cultural han comparado la conformidad entre los niños de diversas sociedades contemporáneas, investigacio-

nes centradas sobre todo en los Estados Unidos, la URSS e Israel (Bronfenbrenner, 1970; Shouval, Venaki, Bronfenbrenner, Devereux y Kiely, 1975). En estas experiencias se pide a niños de doce años que expresen cómo se comportarían en un cierto número de situaciones en las que sus iguales les presionarán a intervenir en actividades ligeramente «antisociales». Se pregunta a los niños cuál sería su reacción si ésta no fuese vista por nadie, por sus iguales o por sus padres. Bronfenbrenner y sus colegas descubrieron que las probabilidades de que los niños de la URSS dieran indicios de una conformidad bajo la presión de sus pares (es decir, un comportamiento «antisocial») eran, en general, mucho menores que entre los niños de Estados Unidos o Israel. Además, mientras que había mayores posibilidades de que los adolescentes norteamericanos indicaran una mayor reacción de conformidad si sus iguales conocieran sus respuestas que si éstas fueran conocidas por sus padres, los adolescentes soviéticos e israelíes indicaban el mismo grado de conformidad para ambos tipos de vigilancia. Así pues, aunque los niños de la URSS y los de Israel difieren por lo que hace al nivel absoluto de conformidad que manifiestan, dependiendo de la presión del grupo, reaccionan de manera similar cuando se trata de revelar públicamente sus reacciones a sus iguales o a sus padres. Bronfenbrenner y sus colaboradores atribuyeron este último resultado a que, tanto en la URSS como en Israel, «numerosas fracciones de la sociedad, incluyendo a los jóvenes y los viejos, están unidos en un único compromiso esencial», lo que a su vez provoca de parte de los adultos y los iguales presiones para que se actúe en la misma dirección.

La segunda característica personal que deseáramos discutir, el sexo del sujeto, se ha convertido recientemente en una cuestión que es objeto de fuertes controversias. Las primeras investigaciones indicaron que las mujeres se conforman más que los hombres (por ejemplo, Crutchfield, 1955) y un examen de las investigaciones más recientes ha confirmado en general esta conclusión (por ejemplo, Cooper, 1979). Sin embargo, recientemente han surgido desacuerdos por lo que respecta a la importancia de esta diferencia entre los sexos y las causas que la producen.

Se ha sugerido, por ejemplo, que el sexo del experimentador constituye un factor importante de la diferencia de conformidad entre los sexos. En un amplio estudio de la literatura, Eagle y Carli (1981) descubrieron que las mujeres se conforman más que los hombres únicamente en las investigaciones realizadas por un experimentador de sexo masculino. Si la investigación es dirigida por un experimentador de sexo femenino, los dos sexos se conforman, resultado característico, de manera casi igual. Estos resultados indican que la toma de partido involuntaria por parte de los experimentadores masculinos puede explicar en parte las diferencias de sexo en la conformidad. Es posible, por ejemplo, que los experimentadores masculinos conciben, sin saberlo, sus estudios de tal manera que los sujetos masculinos se sientan más cómodos y

más confiados que los sujetos femeninos. Este hecho, a su vez, podría llevar a los hombres a ser menos sensibles que las mujeres a la presión del grupo.

Otra explicación posible de la diferencia entre los sexos respecto a la conformidad hace intervenir el estímulo que los sujetos deben juzgar (Eagly, 1978; Eagly y Carli, 1981). Varios estudios en los que aparece una mayor conformidad entre las mujeres que entre los hombres han empleado estímulos relativamente poco conocidos por las mujeres. Numerosas pruebas indican que la gente tiene tendencia a conformarse mucho si los estímulos son difíciles o ambiguos, aquellos ante los que se sienten menos competentes (por ejemplo, Allen, 1965; Endler, Wieselth, Coward, Edwards y Geller, 1975). Así pues, la mayor conformidad de las mujeres, al menos en ciertos estudios, puede deberse a su falta de familiaridad con los estímulos «masculinos» que han debido juzgar. Esta interpretación se ve reforzada por los resultados de una experiencia debida a Sistrunk y McDavid (1971). En esta investigación, los sujetos masculinos y femeninos fueron expuestos a la presión de un grupo acerca de tres tipos de estímulos: los primeros, masculinos (orientados hacia los conocimientos y capacidades de los hombres), los segundos, femeninos (orientados hacia los conocimientos y capacidades de las mujeres) y los terceros, neutros (relacionados tanto con los hombres como con las mujeres). De acuerdo con la hipótesis de la familiaridad descrita anteriormente, Sistrunk y McDavid descubrieron que: *a/* las mujeres se conformaban más que los hombres cuando los estímulos eran masculinos; *b/* los hombres se conformaban más que las mujeres cuando los estímulos eran femeninos, y *c/* los hombres y las mujeres se conformaban más o menos en igual medida cuando los estímulos eran neutros.

2 / *Las características del grupo.* — En nuestra discusión de las características del grupo nos concentraremos en el tamaño del grupo y su unanimidad. El tamaño se refiere simplemente al número de miembros del grupo que ejerce la presión sobre el sujeto. La unanimidad se refiere al grado de consenso que reina entre los miembros del grupo por lo que respecta al problema en discusión (por ejemplo, el estímulo). Si los individuos se ven confrontados a una mayoría no unánime, varios factores adquieren relieve. Estos incluyen la relación de la respuesta del desviado a la respuesta de la mayoría (por ejemplo, más o menos correcta), la capacidad del desviado de reducir el temor experimentado por el sujeto ante las represalias del grupo por su desviación y la influencia del desviado sobre la percepción que tiene el sujeto del objeto que sirve de estímulo.

Si primero consideramos las investigaciones sobre el tamaño del grupo, nos topamos con un cuadro más bien confuso. Asch (1951) descubrió que la conformidad aumentaba hasta que la mayoría alcanza tres personas, punto tras el cual permanecía igual. Sin embargo, otros estudios, o bien no han descubierto ninguna relación significativa entre la conformidad y el tamaño del grupo (por

ejemplo, Goldberg, 1954), o bien han indicado que la conformidad aumentaba a medida que aumentaba el tamaño (por ejemplo, Gerard, Wilhelmy y Conolly, 1963). Afortunadamente, dos experiencias recientes nos ayudan a disipar la ambigüedad de las investigaciones anteriores.

Latané y Wolf (1981) realizaron un estudio en el que se pedía a jóvenes estudiantes que dieran su opinión sobre varias cuestiones conexas. Estos sujetos están expuestos a las respuestas unánimes de 1, 2, 3, 6 o 12 personas por cada cuestión. Latané y Wolf descubrieron que la conformidad guarda relación con el tamaño de la mayoría, siguiendo una función exponencial. Es decir, que la conformidad aumenta a medida que lo haga el tamaño del grupo, pero cada adición sucesiva de un miembro a la mayoría produce un aumento de conformidad más pequeño que el producido por el miembro precedente. Analizando una vez más los resultados de la experiencia de Gerard *et al.* (1968), Latané y Wolf descubrieron que también una función exponencial describía la relación entre el tamaño del grupo y la conformidad en esta investigación.

Wilder (1977) sostenía que la conformidad quizá no aumentaba con el tamaño del grupo en ciertos estudios anteriores porque los miembros del grupo estaban considerados como fuentes de información no independientes. Es decir, que es posible que los sujetos hayan considerado a la mayoría como una entidad única y no como un agregado de individuos independientes, lo que a su vez llevó a los sujetos a sospechar que los miembros de la mayoría se influenciaban recíprocamente en sus juicios. Esta línea de pensamiento llevó a Wilder a elaborar la hipótesis de que la conformidad no variará tan sólo con el número de miembros del grupo que se adhieran a una posición. Sin embargo, la conformidad aumentará en función del número de entidades sociales distintas (es decir, independientes) que adopten una opinión, independientemente de que estas entidades sean individuos o grupos.

Para poner a prueba esta idea, Wilder (1977) indujo a varios sujetos a creer que cuatro individuos estaban unánimemente en desacuerdo con su posición respecto a una cuestión de actitud. En la condición «un solo grupo», los cuatro individuos se habían reunido primero para hablar sobre esta cuestión. En la condición «dos grupos», los cuatro individuos se habían reunido primero en dos grupos de dos personas. Wilder supuso que los sujetos de la situación en la que existe un solo grupo sentirían que estaban expuestos a una sola fuente de presión, mientras que los sujetos en la condición de dos grupos sentirían que estaban expuestos a dos fuentes de presión independientes. Los resultados indicaron que los sujetos se conformaban más en la condición de dos grupos que en la condición de un solo grupo, lo que demuestra que el número de entidades independientes que ejercen una presión constituye el factor decisivo de la influencia. Según este análisis, un agregado de cuatro individuos independientes (que están de acuerdo espontáneamente entre ellos en ausencia de toda discusión previa) debería ejercer una influencia mayor que

los grupos de dos personas. Esta conclusión se apoya en otra investigación de Wilder (1977). Tomados en su conjunto, los resultados de Wilder sugieren que, si un sujeto se ve confrontado con un grupo único, la conformidad variará directamente con el tamaño del grupo tan sólo si se cree que los miembros de éste han llegado independientemente a su posición común. En el estudio de Latané y Wolf (1981), en el que la conformidad aumenta con el tamaño del grupo, parece probable que los sujetos hayan supuesto la independencia de los miembros del grupo.

Asch no sólo dio el impulso inicial a las investigaciones sobre el tamaño del grupo, sino que también estimuló el interés por la influencia de la unanimidad del grupo sobre la conformidad. Para comprobar la importancia de la unanimidad, Asch (1951) hizo que uno de sus cómplices se desviara con respecto a la mayoría incorrecta durante una tarea de estimación de líneas, haciendo que ese cómplice diera la respuesta correcta (es decir, eligiendo la línea idéntica a la línea patrón). La presencia de este aliado social reduce de manera draconiana la conformidad en comparación con la condición de unanimidad. Asch (1955) intentó determinar si la eficacia del apoyo se debía *a/* al simple hecho de que rompe la unanimidad del grupo, o *b/* a que proporciona una respuesta a la que el sujeto ha concedido su acuerdo en privado. Para comprobar la importancia relativa de estos dos factores, Asch hizo que un cómplice se desviara del consenso del grupo, dando una respuesta aún más incorrecta que la de la mayoría. Descubrió que el desviado extremo reducía la conformidad casi tanto como el aliado social, lo que permite suponer que la eficacia del apoyo se debe a que rompe la unanimidad del grupo y no a que esté de acuerdo con el juicio privado del sujeto.

Investigaciones más recientes sugieren que la conclusión de Asch, aunque válida cuando se trata de simples juicios perceptivos, no lo es cuando se pide a los sujetos que respondan a otros tipos de estímulos. Allen y Levine (1968, 1969) compararon la eficacia del apoyo social y de la desviación extrema en la reducción de la conformidad por lo que respecta a las cuestiones de percepción visual, así como a las cuestiones de opinión (por ejemplo, «la mayoría de los jóvenes reciben demasiada educación»). Para ambos tipos de cuestiones, un miembro del grupo se desviaba y daba respuestas con las que el sujeto estaba de acuerdo (apoyo social) o respuestas que eran aún más incorrectas o impopulares que las de la mayoría (desviación extrema). Allen y Levine descubrieron, de acuerdo con Asch, que los dos tipos de desviación reducían la conformidad en las cuestiones visuales. No obstante, en las cuestiones de opinión, únicamente el apoyo social surtía efecto. Así, para reducir la conformidad en los asuntos de opinión, es necesario que el desviado también esté de acuerdo con el juicio privado del sujeto.

Un cierto número de estudios suplementarios han sido llevados a cabo a fin de determinar la generalidad del efecto de apoyo social y de esclarecer

los mecanismos subyacentes a este efecto. Vernon Allen y sus colegas han realizado la mayoría de esos trabajos (véase Allen, 1975, donde se encontrará una reseña detallada). Por lo que respecta a la generalidad del apoyo social, se ha visto que la presencia de un compañero hace disminuir la conformidad en numerosas personas de tipo muy diverso, incluyendo hombres y mujeres adultos, niños normales y niños retrasados. Además, en ciertas circunstancias, la resistencia a la presión del grupo que confiere el apoyo social prosigue incluso después de que el compañero ha abandonado físicamente el lugar de la interacción.

Se han propuesto dos explicaciones principales para dilucidar por qué el apoyo social disminuye la conformidad. Una de estas explicaciones se basa en la capacidad que tiene el compañero para reducir el temor del sujeto ante posibles represalias ejercidas por el grupo debido a su desviación. Se tienen pruebas de que el sujeto que se aparta solo del consenso de grupo espera ser rechazado y de que la presencia de un compañero, que está públicamente de acuerdo con el sujeto, reduce este temor. Esta disminución del temor a las represalias del grupo posiblemente tenga lugar porque el sujeto cree que el grupo «dividirá» su hostilidad entre su aliado y él mismo. Además, el sujeto quizá suponga que, teniendo un compañero, habrá menos posibilidades de que el grupo atribuya su desviación a una idiosincrasia personal y esto, por consiguiente, reducirá la cólera del grupo ante su no conformidad. Sin embargo, habría que señalar que si el sujeto cree que el grupo siente una aversión particular hacia el aliado (por ejemplo, por su raza), el sujeto se mostrará reticente a estar de acuerdo con él (Boyanowsky y Allen, 1973). Esto se debe a que un aliado por el que se siente aversión puede aumentar, en lugar de reducir, la importancia del castigo que el grupo aplicará al sujeto.

Además de proteger al sujeto de los castigos del grupo, un aliado social también le proporciona información sobre el objeto-estímulo. La aportación de esta información constituye la segunda de las principales razones por las que el apoyo social reduce la conformidad. Las investigaciones indican, por ejemplo, que un aliado que da pruebas de competencia en la tarea del grupo ejerce una mayor influencia en la reducción de la conformidad que un aliado incompetente (Allen y Levine, 1971). En este estudio, los sujetos recibían un apoyo social por parte de un colaborador que tenía una visión normal (y veía con claridad los estímulos) o que llevaba gafas sumamente gruesas y fracasaba en un «test de visión» en presencia de los sujetos. Allen y Levine descubrieron que el aliado competente reducía la conformidad en mayor medida que el aliado incompetente. Aparte de la competencia del aliado, se vio que también el momento en que concedía su acuerdo revestía importancia. Las investigaciones muestran que un aliado que responde entre los primeros del grupo es más eficaz que si responde entre los últimos. Probablemente esto sucede porque el apoyo precoz refuerza el juicio inicial del sujeto, impidiendo así que éste sea víctima de la incertidumbre cuando los miembros del grupo que

hablan tras él muestren su desacuerdo con la posición del sujeto (Morris, Miller y Sprangenberg, 1977). Finalmente, Allen y Wilder (1980) sugirieron recientemente que el apoyo social proporciona también otro tipo de información sobre el objeto-estímulo. Estos investigadores hicieron leer a sus sujetos varias declaraciones (por ejemplo, «Yo nunca me molestaría en ayudar a otra persona si eso significara tener que renunciar a un placer personal») y les pidieron que diesen su propia interpretación de las expresiones clave contenidas en esas declaraciones (por ejemplo, «molestarse»). En una primera condición, se notificaba a los sujetos que un grupo unánime de personas de su misma condición estaba en desacuerdo con sus opiniones sobre esas declaraciones. En una segunda condición, una persona (aliado social), se distanciaba de las respuestas de los otros miembros del grupo, mostrándose de acuerdo con las opiniones de los sujetos sobre las declaraciones. En una tercera condición (control), los sujetos no recibían las respuestas del grupo. Allen y Wilder descubrieron que los sujetos interpretaban las expresiones clave en la condición de unanimidad de manera diferente que en la condición de control. Por ejemplo, la expresión «molestarse» en el ejemplo anterior, era interpretada como «arriesgar mi vida» en la condición de unanimidad y como «estar en apuros» en la condición de control. Estos resultados indican que la presión del grupo conllevó una reestructuración cognitiva de las declaraciones. Sin embargo, hay que señalar un resultado interesante: en presencia de un aliado social, los sujetos *no* efectuaron una reestructuración cognitiva de las declaraciones (es decir, que la interpretación de los sujetos es idéntica a la de los sujetos en la condición de control).

En resumen, la presencia de un único aliado puede reducir de forma sustancial la susceptibilidad de una persona a la influencia en una situación de presión de grupo. El efecto del apoyo social es potente: tiene lugar en una amplia gama de estímulos y en todo tipo de personas diferentes. Se ha visto que un cierto número de variables inflúan sobre la eficacia del apoyo social. En general, estas variables aumentan o disminuyen el temor que siente el individuo ante los castigos del grupo y afectan su manera de percibir el objeto-estímulo. En nuestra discusión de la acción del apoyo social nos hemos concentrado en cómo la presencia de un colaborador afecta la respuesta de la minoría ante la presión de la mayoría. No obstante, resulta importante señalar que el apoyo social puede tener otras funciones. Por ejemplo, Doms y Van Avermaet (1983) han presentado un interesante análisis sobre cómo el apoyo social puede afectar la respuesta de la mayoría ante la presión de la minoría.

3 / *La relación entre el individuo y el grupo.* — Según las investigaciones realizadas, varios aspectos de la relación entre el individuo y el grupo afectan la conformidad. Estos aspectos incluyen el nivel de interdependencia del individuo y del grupo para las recompensas; el grado de atracción que el grupo

ejerce sobre el individuo y el grado de aceptación que este último siente por parte del grupo, y el status del individuo en el seno del grupo.

Por lo que respecta al impacto de la interdependencia por las recompensas, los resultados indican que la conformidad en general es mayor cuando los miembros del grupo trabajan a fin de obtener una recompensa común que cuando lo hacen por recompensas individuales (por ejemplo, Deutsch y Gerard, 1955). Se supone que esto tiene lugar porque los sujetos de los grupos interdependientes (es decir, aquellos en que las recompensas son comunes) temen que una desviación por su parte sea considerada una amenaza dirigida contra los esfuerzos del grupo para alcanzar su meta y sea severamente castigada en consecuencia. Por el contrario los miembros de los grupos en los que no existe interdependencia (es decir, aquellos grupos en los que las recompensas son individuales) tienen menos motivos para suponer que los otros miembros se sentirán afligidos por su desviación (es decir, que la castiguen). Existen, no obstante, algunas pruebas de que, si los sujetos de los grupos interdependientes toman conciencia de que la conformidad reducirá considerablemente las probabilidades del grupo para alcanzar una recompensa, estos sujetos se conforman muy poco (Sakurai, 1975).

El papel desempeñado por la atracción del grupo dentro de la incitación a la conformidad resulta menos claro. Si bien un cierto número de estudios indican que los individuos se conforman en mayor medida cuando el grupo resulta atrayente que cuando no lo es (por ejemplo, Lott y Lott, 1961), no todas las investigaciones llegan al mismo resultado (por ejemplo, Brehm y Mann, 1975). Parece que también habría que tomar en consideración la conciencia que tiene el sujeto de ser aceptado por los demás miembros del grupo, si queremos comprender cómo la atracción del grupo influye sobre la conformidad. Los estudios relacionados con esta cuestión sugieren que un individuo no se conformará al grupo a menos que no esté seguro de ser aceptado por él y si cree que conformándose aumentan sus posibilidades de aceptación (por ejemplo, Dittes y Kelley, 1956; Walker y Heyns, 1962).

Un correlativo importante de la aceptación de una persona por los otros miembros del grupo es su status dentro de éste. En general, el status y la aceptación van juntos, es decir, que las personas de status elevado son aceptadas y que las de status inferior no lo son. Basándonos en los resultados indicados anteriormente, podríamos esperar que las personas de status intermedio (que, se supone, son atraídas hacia el grupo, pero éste sólo las acepta en parte) se conforman en mayor medida que las personas de status elevado (que, se supone, se sienten fuertemente atraídas por el grupo y fuertemente aceptadas por éste) o que las personas de status inferior (que, se supone, no se sienten fuertemente atraídas ni aceptadas por el grupo). Los resultados obtenidos por Harvey y Consalvi (1960) están de acuerdo con estas previsiones. Pero esto no nos debería inducir a creer que el status superior y el status inferior siempre liberan al individuo de las presiones del grupo.

A pesar de su humilde posición dentro del grupo, las personas de status inferior se pueden sentir fuertemente atraídas por éste y esperan con ansia que la conformidad mejore su suerte. De modo inverso, las personas de status elevado pueden no sentir por el grupo los mismos sentimientos positivos que éste siente por ellos o pueden temer una pérdida de prestigio si se desvían (véase Kiesler, 1969, una discusión sobre la influencia de la atracción y del status sobre la aceptación privada).

Los estudios mencionados en esta sección indican que la relación entre el individuo y el grupo puede afectar la conformidad de forma importante. No obstante, estos estudios menosprecian un factor crucial que hay que tomar en consideración si se quieren comprender las reacciones a la presión del grupo. Este factor consiste en que la relación del individuo y del grupo se modifica de manera significativa con el paso del tiempo. El grado de interdependencia del individuo y del grupo, la atracción del individuo por el grupo y su sentimiento de aceptación por él y, finalmente, el status del individuo dentro del grupo no se mantienen constantes. Por el contrario, estos aspectos de su relación y otros más sufren cambios importantes que influyen en el grado de conformidad manifestado por el individuo. Aunque estos cambios generalmente hayan sido ignorados por los investigadores que se han interesado por los procesos de grupo, recientemente se ha propuesto un modelo teórico que subraya los cambios temporales en las relaciones del individuo y del grupo (Moreland y Levine, 1982). Este modelo cuya utilidad ha quedado confirmada en el análisis de la influencia de la minoría o de la innovación (Levine y Moreland, 1983) ha sido resumido a continuación y también indicaremos algunas de sus implicaciones para la influencia de la mayoría o la conformidad.

Moreland y Levine (1982) sugieren que el grupo y el individuo reevalúan permanentemente el carácter remunerador de su relación. Basándose en estas evaluaciones, se desarrollan sentimientos de compromiso entre el grupo y el individuo. El nivel del compromiso se modifica con el tiempo, elevándose o descendiendo, hasta alcanzar criterios de decisión establecidos previamente. Al alcanzar un criterio de decisión se produce un cambio de roles y el individuo entra en una nueva fase de pertenencia al grupo. La evaluación continúa, engendrando nuevas modificaciones en el compromiso y cambios consecutivos de roles. De esta manera, el individuo pasa por cinco fases consecutivas de pertenencia al grupo (investigación, socialización, conservación, re-socialización y rememoración), separadas entre sí por cuatro cambios de roles (entrada, aceptación, divergencia y salida).

La figura 1 ilustra el paso de un individuo hipotético por las cinco fases de pertenencia al grupo. Primero, el grupo y el individuo pasan por una fase de *investigación*, durante la cual el grupo investiga a las personas susceptibles de contribuir a los fines del grupo, mientras que el individuo investiga grupos susceptibles de contribuir a la satisfacción de sus necesidades personales. Si el nivel de compromiso del grupo y el del individuo se elevan lo suficiente para



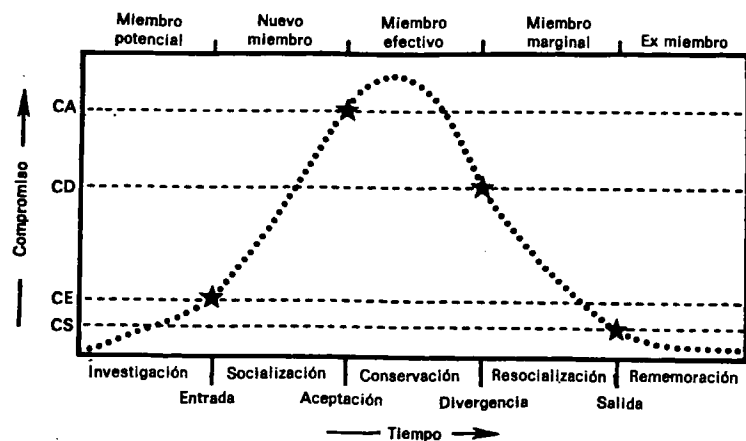


FIG. 1.— Modelo de los cambios temporales en las relaciones del individuo y del grupo (Según Moreland y Levine, 1982, y publicado en Berkowitz, *Advances in experimental social psychol.*, Academic Press.)

alcanzar los criterios de entrada respectivos (CE), el individuo sufre el cambio de rol necesario para la *entrada* y recibe la etiqueta de nuevo miembro. Durante la fase de socialización, el grupo intenta hacer cambiar al individuo de manera que pueda contribuir aún más a alcanzar los fines del grupo y el individuo trata de cambiar al grupo de manera que éste pueda satisfacer mejor sus necesidades personales. Si los niveles de compromiso de ambas partes se elevan lo suficiente para alcanzar sus criterios de aceptación respectivos (CA), el individuo sufre el cambio de rol de la *aceptación* y recibe la etiqueta de miembro efectivo. Durante la fase de *conservación*, el grupo se esfuerza por encontrar un papel especializado para el individuo a fin de aumentar al máximo su contribución a la realización de las metas del grupo y el individuo intenta definir un papel especializado que aumente al máximo la satisfacción de sus necesidades personales. En la medida en que ambas partes consideren que su relación es remuneradora, sus niveles de compromiso se mantendrán elevados. Sin embargo, si los niveles de compromiso del grupo y del individuo descienden hasta llegar a sus criterios de divergencia respectivos (CD), la persona sufre el cambio de papel de la *divergencia* y recibe la etiqueta de miembro marginal. Durante la fase de *resocialización*, el grupo y el individuo intentan que su relación vuelva a ser satisfactoria. Si los niveles de compromiso de ambas partes se elevan hasta alcanzar sus criterios de aceptación respectivos se produce un cambio especial de papel (convergencia) y el individuo recibe una vez más la etiqueta de miembro efectivo. Por el contrario, si los niveles de compromiso del grupo y del individuo caen hasta sus criterios de salida

(CS), el individuo pasa por el cambio de papel de la *salida* y recibe la etiqueta de ex miembro. (La figura 1 describe esta segunda posibilidad.) Finalmente se produce un período de *rememoración*, una vez que el individuo ha abandonado el grupo. El grupo y el individuo llevan a cabo evaluaciones retrospectivas de su relación pasada y evaluaciones presentes y recíprocas, en la medida en que continúen teniendo recompensas y costos el uno para el otro. El compromiso recíproco del grupo y del individuo termina estabilizándose a un nivel u otro.

Un ejemplo puede servirnos para esclarecer cómo el modelo de la figura 1 nos ayuda a comprender la conformidad. Hay que señalar que el compromiso del grupo con respecto al individuo y de éste respecto al grupo se encuentran en su nivel más bajo durante las fases de investigación y resocialización, y en su nivel más alto durante la conservación. En general, podríamos esperar que la susceptibilidad del individuo a la presión del grupo esté en proporción directa a su compromiso respecto al grupo. Esta línea de razonamiento sugeriría que la mayor conformidad se producirá durante la fase de conservación, será menos pronunciada durante la socialización y resocialización, y llegará a su punto más débil durante la investigación y la rememoración. No obstante, si el individuo tiene conciencia del compromiso del grupo con respecto a él y supone que, mientras más fuerte sea el compromiso del grupo, mayor será la tolerancia de éste ante su desviación, podríamos atenernos al modelo inverso de conformidad a lo largo de las cinco fases de pertenencia al grupo.

Podemos conciliar estas previsiones opuestas si explicitamos ciertas hipótesis que tenían un carácter implícito en nuestra discusión anterior sobre el status y la conformidad. Al explicar por qué las personas de status intermedio se conforman en mayor medida que las personas de status elevado o inferior, habíamos supuesto que: *a*) mientras mayor es la atracción del individuo por el grupo, más motivos tiene éste para conformarse; *b*) mientras más aceptado se siente el individuo por el grupo, menos motivos tiene para conformarse, y *c*) estas dos motivaciones se combinan entre sí para determinar la conformidad. Esta última hipótesis significa que una persona que se sitúa en mitad de la escala tanto por lo que respecta a la atracción como a la aceptación se conformará en mayor medida que una persona situada en la parte superior o inferior de la escala. Así pues, podríamos esperar una mayor conformidad durante la socialización y la resocialización (fases en las que el compromiso del individuo respecto al grupo y del grupo respecto al individuo son intermedios) que en las fases de investigación, conservación y rememoración (en las que ambos tipos de compromiso son ya sea fuertes o débiles).

El análisis anterior supone que el compromiso del individuo con respecto al grupo y el compromiso del grupo respecto al individuo, tal como lo percibe el individuo, tienen el mismo peso a la hora de determinar la motivación de conjunto para conformarse. Sin embargo, en ciertas circunstancias, estos dos factores pueden tener un peso totalmente diferente. La cuestión que



ocasiona la presión del grupo constituye un determinante crucial de sus pesos relativos. Si el individuo percibe que la cuestión *carece de importancia* para el bien del grupo, su conformidad puede estar determinada, en primer lugar, por su compromiso con respecto al grupo. Como ya lo habíamos sugerido con anterioridad, un mayor compromiso individual producirá una mayor conformidad. Así, por lo que respecta a las cuestiones sin importancia, la influencia del grupo debería ser máxima en la fase de conservación y mínima en las fases de investigación y rememoración. Esto tiene lugar, probablemente, porque, aunque el grupo tolere cierta desviación por parte de personas de status elevado por lo que respecta a cuestiones banales (Levine, 1980), dichas personas a menudo tienden a conformarse a fin de garantizar la armonía del grupo. Por el contrario, si el individuo percibe que la cuestión es *importante* para el bien del grupo, su conformidad puede estar determinada, antes que nada, por el compromiso del grupo respecto a él, tal como él lo percibe. Y como señalábamos antes, un mayor compromiso del grupo producirá una disminución de la conformidad. De esa manera, para las cuestiones importantes, la influencia del grupo debería ser mínima en la fase de conservación y máxima en las fases de investigación y rememoración. Probablemente esto se debe a que, aunque el grupo castigase la desviación de las personas de status elevado en cuestiones decisivas, dichas personas a menudo se sienten obligadas a desviarse en dichas cuestiones a fin de impedir que el grupo tome una decisión nefasta (Levine, 1980).

Partiendo del modelo de relaciones entre el individuo y el grupo presentado en la figura 1, podríamos elaborar un cierto número de hipótesis. Como ya hemos observado, los investigadores interesados en los procesos de grupo no tomaron en consideración la dimensión temporal de dichas relaciones. Debido a la importancia del cambio en el tiempo en todas las relaciones humanas, este factor debería ser objeto de atención explícita en los análisis futuros de la conformidad.

### c. Análisis teórico de la conformidad

Hasta ahora nuestra discusión ha resaltado *cuándo* se produce la conformidad. Hemos hablado de las variables específicas que aumentan o disminuyen la probabilidad de la influencia de un grupo en situaciones experimentales. No obstante, no hemos tratado de manera sistemática el punto crucial consistente en saber *por qué* se conforman las personas. Es decir, que no hemos examinado los factores motivacionales que llevan a los individuos a ceder a la presión de un grupo. Es esta tarea la que emprendemos ahora.

1 / *La influencia informacional*. — Leon Festinger (1950, 1954) sostenía

que las personas poseen poderosos motivos para evaluar la exactitud de sus percepciones de la realidad. Podemos verificar ciertas creencias comparando la percepción que se tiene de la realidad con un patrón físico objetivo. Por ejemplo, puedo verificar mi creencia de que el agua hierve a 100 °C colocando un termómetro en un cazo de agua, calentando el agua y leyendo los datos del termómetro cuando el agua empiece a hervir. Por el contrario, otras creencias (por ejemplo, que Estados Unidos debería adoptar una política de desarme unilateral) no pueden verificarse mediante estos patrones físicos objetivos. Para determinar la validez de dichas creencias tengo que comparar mis creencias con las de otras personas. Si éstas están de acuerdo conmigo, adquiero confianza; si están en desacuerdo, pierdo mi confianza. Ya que el desacuerdo es un resultado menos remunerador que el acuerdo, una persona que descubre que los otros están en desacuerdo con ella tiene motivos para modificar semejante estado de cosas. Una de las maneras de hacerlo consiste en cambiar su propia posición en dirección de la posición de los otros, es decir, conformarse (véase también Allen y Wilder, 1977).

Así, la influencia informacional se ejerce cuando una persona se conforma bajo la presión del grupo debido a que desea tener una percepción exacta de la realidad (Deutsch y Gerard, 1955). Este tipo de influencia tiene más posibilidades de producirse en ciertas circunstancias que en otras. En general, mientras menor es la confianza de una persona en la validez de su posición, mayor la susceptibilidad a dejarse influenciar por lo que respecta a la información. La confianza, a su vez, depende de factores como la ambigüedad y la dificultad del estímulo en cuestión (Allen, 1965).

Si bien los términos de ambigüedad y dificultad a menudo se emplean de forma intercambiable al describir los estímulos utilizados en los estudios de conformidad, sería útil diferenciarlos. Willis y Levine (1976) sugieren que existen tres categorías principales de preguntas-estímulos que dan lugar a diversos grados de influencia informacional más o menos elevados. La primera categoría de preguntas admite respuestas que se perciben como «verificables ahora». En estos problemas, el sujeto cree poseer el conocimiento o la capacidad de dar una respuesta inmediata que es «verdadera» según un criterio universalmente compartido. Un ejemplo podría ser: «¿Cuánto son dos más dos?». Dichos problemas escapan probablemente en gran parte a la influencia informacional, ya que el sujeto se cree capaz de responder correctamente por sí mismo. Esto no equivale a elaborar la hipótesis de que el consenso social no es necesario para verificar este tipo de creencias. Por el contrario, el sujeto ha aprendido a través de su experiencia anterior que el acuerdo de los otros es implícito y que, por consiguiente, cualquier persona que esté en desacuerdo con su juicio se desvía de un consenso social más amplio (Moscovici y Faucheux, 1972). La segunda categoría de preguntas abarca una serie de respuestas que se perciben como *inverificables ahora*, pero que son «verificables en principio». En este caso, el sujeto cree que,

aunque su respuesta actual puede no ser correcta, existe una respuesta objetivamente «verdadera». Un ejemplo podría ser: «¿En qué mes de qué año voló el hombre por primera vez en el espacio?». Estas cuestiones *difíciles* dan lugar a una influencia informacional en la medida en que el sujeto crea que otros miembros del grupo son más competentes que él en la materia. Finalmente, la tercera categoría de preguntas tiene respuestas que son percibidas como «inverificables en principio». Resulta imposible responder a estas cuestiones *ambiguas* basándose en un criterio universalmente compartido. Un ejemplo podría ser: ¿Quién compuso música más hermosa, Bach o Händel? Estas preguntas sobre preferencias escapan relativamente a la influencia informacional, puesto que cada sujeto cree que sus respuestas tienen el mismo valor que las de los demás.

En resumen, este análisis nos permite entender que la influencia informacional varía en función de la posibilidad de verificar el estímulo. La conformidad será débil en los casos en que la verificación sea posible de manera inmediata o en aquellos en que sea imposible en principio. Por el contrario, la conformidad será fuerte cuando una verificación es posible, siempre que el sujeto sienta que otros miembros del grupo son más competentes que él. En este contexto resulta importante señalar que la misma pregunta puede colocarse en categorías diferentes por personas diferentes. Por ejemplo, el enunciado «Dios existe» puede ser percibido como inverificable en principio por un hombre y otro puede considerarla como verificable en ese mismo momento.

2 / *La influencia normativa*. — Una segunda razón para conformarse es el deseo de adquirir recompensas del grupo y/o el deseo de evitar los castigos de éste (Deutsch y Gerard, 1955). Algunas pruebas indican que las personas que se distancian del grupo esperan una evaluación negativa y un rechazo por parte del grupo. Por ejemplo, Gerard y Rotter (1961) descubrieron que, de 25 sujetos que se conformaban muy poco o nada en absoluto, 19 esperaban una evaluación negativa por parte del grupo. Por el contrario, de 24 sujetos que se conformaban en gran medida, 17 esperaban una evaluación positiva por parte de los otros miembros del grupo. Algunas pruebas suplementarias demuestran que el temor de los sujetos a ser castigados por no conformarse tiene un fundamento fáctico. Cierta número de estudios indican que los miembros de un grupo no aman y rechazan a las personas que se desvían del consenso del grupo (véase Levine, 1980). El grado de hostilidad con respecto a un desviado varía y depende de varios factores, entre los que hay que incluir los motivos de los miembros, la percepción del comportamiento actual y pasado del desviado y del contexto social en el que éste reacciona, las atribuciones a disposiciones internas del sujeto y la evaluación de la influencia del desviado sobre la posibilidad del grupo de alcanzar sus objetivos (Levine, 1980).

Al igual que en el caso de la influencia informacional, la influencia normativa tiene mayores probabilidades de éxito en ciertas circunstancias que en otras. Por ejemplo, los trabajos mencionados con anterioridad respecto a la interdependencia en las recompensas, sobre la atracción del grupo, la aceptación por el grupo y el status resaltan cierto número de variables que pueden aumentar la influencia normativa. Además, se presume que ésta se ejerce en los estudios en los que encontramos una conformidad elevada cuando los sujetos responden en público más que en privado (por ejemplo, Deutsch y Gerard, 1955) y cuando los sujetos esperan una interacción futura con otros miembros del grupo, más que cuando no esperan dicha interacción (por ejemplo, Lewis, Langan y Hollander, 1972). Una respuesta pública aumenta la influencia normativa, ya que el sujeto sabe que sus respuestas son vigiladas por los otros miembros del grupo. La anticipación de la interacción futura aumenta la influencia normativa, debido a que el sujeto cree que los miembros del grupo tendrán en el futuro ocasión de castigar toda desviación de su parte. Aunque Deutsch y Gerard no tratan directamente el problema, generalmente se ha supuesto que la influencia normativa tiene menos probabilidades de producir una aceptación privada que la influencia informacional.

3 / *La explicación genética de la conformidad de Moscovici*. — El análisis teórico que acabamos de presentar supone que los individuos se conforman debido a que, por una razón u otra, dependen del grupo. Esta suposición ha sido contestada por Moscovici (Moscovici, 1974, 1979; Moscovici y Faucheux, 1972). Moscovici sostiene que resulta más correcto concebir la conformidad como una forma de negociación entre el individuo y el grupo, discusión que tiene lugar a propósito de un conflicto sobre la manera de definir la realidad. Prosigue diciendo que la conformidad (es decir, el movimiento del individuo hacia el grupo) no es el resultado inevitable del proceso de negociación. En lugar de ello, la conformidad no es más que una de las posibles salidas al conflicto y únicamente se ejerce en una serie de condiciones bastante limitada. Una de las condiciones necesarias para que aparezca la conformidad es la existencia de una «norma de objetividad» que estipule que existe una sola respuesta correcta a la pregunta en cuestión. Además es necesario que el grupo sea «nómico», es decir, que posea una posición fuertemente interiorizada y que intente activamente afirmar esta posición. Finalmente, el individuo tiene que ser «anómico», es decir, estar desprovisto de una posición fuertemente interiorizada. Según Moscovici, la conformidad tiene por función reducir el conflicto eliminando la desviación. De esta manera, la conformidad refleja la sumisión pública, más que la aceptación privada.

Al describir la concepción de Moscovici puede resultar útil comparar la conformidad con otra forma de influencia que a menudo se confunde con ella. Nos referimos a la normalización, que implica una influencia recíproca

por parte de los miembros del grupo. Los individuos establecen un compromiso aproximando las posiciones de unos y otros, evitando así el conflicto. La normalización que tiene lugar en las situaciones en que no existe el consenso de una mayoría acerca de una respuesta «correcta» única, tiene sus mayores posibilidades de producirse si todos los miembros del grupo tienen la misma competencia, tienen el mismo estilo de comportamiento y sostienen un compromiso más bien débil respecto a su posición. (Moscovici declara que existe un tercer tipo de influencia, la innovación, que implica el movimiento del grupo hacia la posición del individuo. En el capítulo 2 de este manual se encontrará una discusión detallada de la innovación.)

## B. La obediencia

Como ya la habíamos definido con anterioridad, la obediencia tiene lugar cuando un individuo modifica su comportamiento a fin de someterse a las órdenes directas de una autoridad legítima. La semejanza entre la obediencia y la conformidad reside en que ambas constituyen formas de influencia social. Sin embargo difieren en cierto número de dimensiones, incluyendo la diferencia de status entre la fuente de influencia y su blanco, el deseo de la fuente de ejercer influencia y de vigilar la sumisión del blanco y el grado de semejanza entre el comportamiento de la fuente y el del blanco.

Resulta interesante señalar que se han realizado muchas menos investigaciones sobre la obediencia que sobre la conformidad. Si bien se ha desatendido relativamente a la obediencia, por ello no hay que concluir que ésta es menos importante desde el punto de vista teórico o social. La cuestión de por qué las personas obedecen las órdenes emanadas de personajes dotados de autoridad no resulta menos importante que la de saber por qué la gente es influenciada por grupos compuestos por sus semejantes. Desde un punto de vista social, muchas personas sostendrían que ciertos ejemplos históricos de obediencia (por ejemplo, las sistemáticas atrocidades cometidas por los nazis contra las poblaciones civiles) son al menos tan importantes como los casos de conformidad que encontramos en la vida real (desde luego, resulta difícil desmenujar ambos procesos en numerosas situaciones). Posiblemente, otro factor pueda explicar por qué los psicólogos han desatendido relativamente la obediencia. Este factor está relacionado con la cuestión ética de saber si hay que ordenar a sujetos que cometan actos que les parecen odiosos (Baumrind, 1964; Milgram, 1964; Schlenker y Forsyth, 1977). Aunque numerosos psicólogos creen justificada a nivel ético la investigación sobre la obediencia, las controversias que rodean estos trabajos han impedido probablemente que los investigadores estudiaran la obediencia.

Al examinar la investigación consagrada a la obediencia, nuestra atención se dirigirá sobre todo a los trabajos de Stanley Milgram (1974). Milgram

llevó a cabo una serie sistemática de experiencias sobre la obediencia que, al igual que los trabajos de Asch sobre la conformidad, son considerados como una contribución «clásica» a la psicología social. Tras haber pasado revista a los estudios de Milgram y algunas experiencias conexas, obra de otros investigadores, presentaremos una visión de conjunto del análisis teórico de la obediencia que debemos a Milgram.

### a. Las investigaciones sobre la obediencia

Milgram concibió un procedimiento experimental para determinar en qué condiciones un sujeto aplicaría dolorosas descargas eléctricas a otro individuo tras haber recibido la orden de una autoridad. Al llegar al laboratorio, el sujeto se encuentra con un hombre de edad madura que declara que también él participa voluntariamente en la experiencia. El experimentador les explica que su investigación trata sobre la influencia del castigo sobre el aprendizaje. Tras un sorteo amañado, se asigna al sujeto el papel de profesor y el hombre de edad madura (en realidad un cómplice del experimentador) recibe el papel de alumno. Entonces, el alumno es atado con correas a un asiento y se le fija un electrodo en el brazo. Se le dice al profesor que su tarea consiste en leer parejas de palabras al alumno, verificar que éste es capaz de repetir las e infligir al alumno una descarga eléctrica cada vez que cometa un error. Para infligir estas descargas, el profesor utiliza un generador provisto de 30 botones etiquetados (de 15 en 15 voltios), desde 15 hasta 450 voltios. Unos letreros colocados sobre los botones llevan inscripciones que van desde «Descarga ligera» para los 15 voltios, hasta «Peligro: descarga potente» para los 375 voltios y, finalmente, «XXX» para los 450 voltios. Durante el desarrollo de la experiencia, el alumno comete numerosos errores y el profesor recibe instrucciones de aumentar un paso el voltaje de la descarga con cada error. Cada vez que el profesor manifiesta deseos de detenerse, el experimentador le da una orden. Las órdenes forman una serie de cuatro que van desde «Le suplico que continúe» hasta «No le queda más remedio, tiene que continuar».

*La proximidad física de la víctima.* — Milgram razonaba que la proximidad física de la víctima (el alumno) y del sujeto podía constituir un factor importante de la obediencia. Para manipular esta variable, Milgram elaboró cuatro condiciones. En la condición de Distanciamiento, la víctima se hallaba en la habitación contigua y tan sólo golpeaba el muro al llegar a los 300 voltios; tras la descarga de 315 voltios, dejaba de reaccionar. En la condición de Retroacción de la voz, la víctima también estaba en la habitación contigua, pero se podía oír su voz. La víctima suplicaba que la liberaran y gritaba de dolor al recibir las descargas; a 315 voltios, dejaba de reaccionar. En la con-

dición de Proximidad, la víctima se encontraba en la misma habitación que el sujeto y reaccionaba de forma verbal de la misma manera que en la condición de Retroacción de la voz. Finalmente, en la condición de Proximidad táctil, la víctima tan sólo podía recibir descargas si su mano reposaba sobre una placa que las transmitía y el sujeto recibía instrucciones de obligar a la víctima a colocar su mano sobre la placa. La obediencia (es decir, el porcentaje de sujetos que llegaron hasta 450 voltios) fue de 65 %, 63 %, 40 % y 30 %, respectivamente, para las cuatro condiciones. Así pues, la obediencia disminuye a medida que la víctima se aproxima al sujeto.

*Las fuentes del poder de la autoridad.* — Al intentar determinar cuáles son las características de una autoridad (el experimentador) que explican su capacidad de obtener obediencia, Milgram puso a prueba varias variables. Descubrió, por ejemplo, que una autoridad con presencia física producía una obediencia mucho mayor (65 %) que una autoridad ausente que daba sus órdenes por teléfono (21 %), lo que indica que la proximidad de la autoridad (al igual que la de la víctima) tiene su importancia. En otra experiencia, Milgram intentó saber si la obediencia se ve afectada por el prestigio de la institución que representa la autoridad. En lugar de realizar este estudio en la Universidad de Yale (donde había efectuado sus investigaciones precedentes), Milgram organizó la experiencia en un edificio de oficinas en ruinas de Bridgeport, Connecticut, bajo el patrocinio de un organismo de investigaciones ficticio. Los resultados indicaron que 48 % de los sujetos manifestaban una obediencia total en este nuevo decorado, lo que tiende a demostrar que una autoridad no necesita representar a una institución prestigiosa para obtener obediencia. Por último, en una tercera experiencia, Milgram descubrió que incluso una autoridad «inmoral» era obedecida por una proporción sustancial de sujetos. En dicha experiencia, la víctima no daba su acuerdo inicial para participar en la experiencia a menos que el experimentador prometiera poner fin al estudio si la víctima se lo pidiera. El experimentador decía estar de acuerdo con esta condición pero después se negaba a liberar a la víctima cuando ésta suplicaba que la liberaran. Un 40 % de los sujetos fueron plenamente obedientes a pesar de que el experimentador violase su promesa.

Al continuar el examen de las fuentes del poder de la autoridad, Milgram modificó los roles de los diversos participantes en la situación experimental. Varios estudios mostraron que la orden de infligir la descarga debe proceder de un personaje con autoridad netamente definida si se desea que se produzca la obediencia. De este modo, la obediencia era débil o nula *a* / cuando la víctima reclamaba la descarga, pero el experimentador se oponía a esta acción (0 %), *b* / cuando un cómplice ordenaba al sujeto que aplicara una descarga a la víctima en ausencia del experimentador (20 %), y *c* / cuando dos experimentadores daban al sujeto órdenes contradictorias, uno pidiendo que aplicara la descarga y el otro manifestándose en contra (0 %). Milgram también

examinó el interesante caso en que el experimentador representa el papel de la víctima y descubrió que, aunque ningún sujeto quiso aplicar la descarga máxima a un experimentador por orden de un cómplice, 65 % de los sujetos lo hacían si la orden provenía de otro experimentador.

*Los efectos de grupo.* — Tras haber demostrado la poderosa influencia de la autoridad sobre un individuo aislado, Milgram intentó determinar cómo actúa la relación de un sujeto con sus iguales sobre la obediencia. En un estudio, dos cómplices recibían tareas secundarias (leer parejas de palabras; evaluar las respuestas de la víctima) mientras que el sujeto ingenuo estaba encargado de aplicar las descargas a la víctima. Aproximadamente a la mitad de la sesión, los dos cómplices lanzaron un desafío al experimentador y se negaron a continuar. Solamente 10 % de los sujetos se mostraron plenamente obedientes en presencia de esta rebelión de sus pares. En una segunda experiencia, el sujeto llevaba a cabo una tarea secundaria, mientras que un cómplice seguía las instrucciones del experimentador consistentes en continuar aumentando el voltaje de las descargas. En esta experiencia, la obediencia fue extremadamente fuerte: 93 % de los sujetos ayudaron al cómplice hasta el fin de la experiencia, a 450 voltios.

*Otras investigaciones sobre la obediencia.* — Además de los estudios de Milgram se han efectuado varios estudios sobre la obediencia. Se ha demostrado, por ejemplo, que la obediencia no es un fenómeno exclusivo de los Estados Unidos. Las investigaciones indican que los personajes dotados de autoridad que ordenan a individuos que hagan un mal son igualmente influyentes en otras sociedades, incluyendo Australia, Alemania y Jordania (Kilham y Mann, 1974; Mantell, 1971; Shanab y Yahya, 1977). Los estudios acerca de la diferencia entre los sexos sobre la cuestión de la obediencia han dado resultados variados. Ciertos investigadores no señalan diferencias entre hombres y mujeres (Milgram, 1974; Shanab y Yahya, 1977), otros encuentran que existe más obediencia entre las mujeres (Sheridan y King, 1972) y otros informan que existe una mayor obediencia entre los hombres (Kilham y Mann, 1974). Resulta importante señalar que la obediencia no se reduce a aplicar descargas eléctricas en una tarea de aprendizaje. Por ejemplo, Hofling, Brozman, Dalrymple, Graves y Pierce (1966) descubrieron que algunas enfermeras se prestaban a administrar medicamentos virtualmente peligrosos a los enfermos de un hospital al recibir órdenes de un médico desconocido. Además, Orne y Evans (1965) informan que algunos sujetos obedecieron órdenes de un experimentador que les decía que tocaran una serpiente «venenosa», que metieran la mano en un recipiente lleno de «ácido» y que arrojaran ácido sobre otra persona. Finalmente, las investigaciones señalan que a medida que un sujeto se siente personalmente responsable de los sufrimientos de una víctima, esto puede influir sobre la obediencia. En general,

los sujetos presentan una menor tendencia a obedecer la orden de infligir sufrimiento si se sienten responsables de la suerte de la víctima (Kilham y Mann, 1974; Tilker, 1970).

### b. Análisis teórico de la obediencia

Antes de discutir el análisis que hace Milgram de la obediencia, resultaría útil mencionar en pocas palabras otras dos explicaciones de sus resultados. Una de estas explicaciones es que los sujetos obedientes son sádicos que infligen sufrimiento porque gozan con el mal que hacen a los demás y no porque se vean «forzados» por una autoridad externa. Esta interpretación ha perdido peso por los resultados reunidos por Milgram y otros investigadores, resultados que indican que los sujetos aplican muy pocas descargas si se les permite elegir su propio nivel de descarga, sin ninguna presión por parte del experimentador. Otro argumento que va contra la explicación en términos de sadismo es que los sujetos que aplican descargas a menudo dan señales de gran fatiga y tensión, como sudoraciones, temblores y risas nerviosas. Otra interpretación de los resultados obtenidos en las experiencias sobre la obediencia es que los sujetos no creen hacer realmente daño a la víctima y que su comportamiento tiene poco que ver con la obediencia nefasta dentro de un contexto real. Contradiendo esta afirmación, Milgram y otros investigadores han demostrado que los sujetos de estudios sobre la obediencia perciben efectivamente que sus víctimas sufren. Por ejemplo, Mantell (1971) descubrió que, entre los individuos que aplicaban 26 descargas o más, 49 % creían que la ausencia de reacción de la víctima durante los últimos ensayos significaba que había perdido el sentido o estaba muerta.

Pasemos ahora al análisis teórico de la obediencia realizado por Milgram. Al intentar explicar por qué las personas obedecen a los personajes dotados de autoridad, Milgram (1974) diferencia dos estados psicológicos. Cuando una persona se halla en estado de «autonomía» se considera como individuo, se siente personalmente responsable de sus actos y utiliza su propia conciencia como guía de comportamiento correcto. Por el contrario, cuando una persona se encuentra en estado de «agente» considera que forma parte de una estructura jerárquica, siente que las personas situadas por encima de ella en la jerarquía (las autoridades) son responsables de sus actos y utiliza las órdenes de tales autoridades como guía de acción correcta.

Milgram sugiere que cuando una persona se convierte en sujeto de una experiencia de obediencia, varios factores pueden hacerla pasar del estadio autónomo al estadio de agente. Estas condiciones previas incluyen las recompensas anteriores por su sumisión a la autoridad en el marco de la familia, la escuela y el trabajo, así como la percepción de que la ciencia es una empresa social legítima y que el experimentador constituye una autoridad legítima

ma en la situación experimental. Una vez que un sujeto llega al estado de agente adquiere sensibilidad respecto a los deseos de la autoridad, acepta la definición de la situación dada por la autoridad y siente una responsabilidad menor hacia sus propios actos. Por último, Milgram identifica varios factores que impiden que un sujeto abandone el estado de agente. Estos factores apremiantes son la naturaleza secuencial de la tarea dada, el temor a ofender a la autoridad y la inquietud ante la desobediencia a las órdenes de una autoridad legítima.

Para concluir nuestra discusión sobre las razones por las que la obediencia ha sido efectiva en el laboratorio de Milgram, nos parece instructivo examinar lo que nosotros mismos habríamos hecho si hubiésemos sido los sujetos. Sin duda alguna, *nosotros* no habríamos obedecido las órdenes del experimentador que exigían hacer daño a una persona inocente. Después de todo, *nosotros* somos individuos morales que saben diferenciar entre el bien y el mal y que tienen el valor de actuar según sus convicciones. El problema, lógicamente, reside en que los sujetos de Milgram no se consideraban menos morales que nosotros y, sin embargo, muchos de ellos obedecieron de forma efectiva. ¿Por qué nos parece tan difícil imaginarnos que también nosotros habríamos obedecido? La respuesta es que nosotros sobrestimamos el papel desempeñado por los factores internos (los valores o la personalidad) y que subestimamos el papel jugado por los factores externos (la presión social) que determinan la obediencia en el laboratorio de Milgram. Resulta difícil imaginar que un experimentador anónimo que no tenga ningún poder para recompensar o castigar, pueda ejercer semejante influencia sobre nuestro comportamiento. No nos damos cuenta de que, incluso en ausencia de sanciones concretas, una autoridad legítima goza de un gran poder sobre sus subordinados. En este sentido, la investigación de Milgram no sólo ilustra las condiciones en las que las personas obedecen a la autoridad, sino que va más allá y nos obliga a revisar las suposiciones que hacíamos sobre la potencia relativa de los factores internos y externos de nuestro propio comportamiento.

### C. Las consecuencias de la conformidad y de la obediencia

Hasta ahora hemos resumido las explicaciones teóricas de la conformidad y de la obediencia, y hemos pasado revista a una selección de estudios empíricos que ilustran las circunstancias en que se producen estas dos formas de comportamiento. No obstante, no hemos prestado mucha atención a las consecuencias que implican la conformidad a la presión de un grupo o la obediencia a una autoridad. Estas consecuencias, que implican tanto al blanco como a la fuente de la influencia, merecen ser examinadas a causa de la

creencia común, pero errónea, de que la conformidad y la obediencia son invariablemente nefastas.

Si observamos, primero, la conformidad, podemos reconocer que ésta tiene consecuencias positivas y negativas. Desde la perspectiva del individuo, la conformidad frecuentemente puede ser una reacción compleja y flexible. Una persona que desea reaccionar con exactitud en un medio complejo y cambiante a menudo hará bien fiándose de los juicios de sus pares, en particular cuando éstos tienen mayores conocimientos sobre el problema en cuestión. De manera similar, una persona que desea ser estimada y aceptada (lo que sin duda no constituye un fin insólito para la mayoría de nosotros) a menudo se encontrará con que la conformidad es una estrategia útil para hacerse aceptar. En ciertos casos, una persona puede desear identificarse con un grupo atractivo, incluso si no espera sanción alguna en caso de desviación (Kelman, 1958). También en este caso, la conformidad puede ser la reacción adecuada. Finalmente, como indicaba uno de los estudios de Milgram, una persona sometida a una presión de obediencia, ejercida por una autoridad, puede en algunas ocasiones utilizar la conformidad de otros desobedientes para desafiar a la autoridad.

Sin duda, la conformidad también puede tener consecuencias negativas para el individuo. En ciertas circunstancias, el individuo tiene mayores probabilidades de estar en lo cierto si se mantiene en su propia posición que si adopta el paso del grupo. Además, incluso si los conformistas generalmente son estimados de forma más positiva que los desviados, puede acontecer que los conformistas sean rechazados si se juzga que su acuerdo ha sido otorgado de forma servil a fin de ser aceptados (Jones y Wortman, 1973; Schlenker, 1980) y los desviados llegan a hacerse respetar por su valor de distanciarse del consenso del grupo (Morris y Miller, 1975; Moscovici, 1979). Por último, la conformidad puede ser inadecuada si el individuo desea diferenciarse de los demás a fin de sentirse único (Lemaine, 1974; Snyder y Fromkin, 1980).

Desde la perspectiva del grupo, la conformidad también puede tener ventajas e inconvenientes. Todos los grupos elaboran normas o reglas de conducta apropiada. Si bien el contenido de estas normas varía de un grupo al otro y, frecuentemente, se modifica con el paso del tiempo en el interior de un grupo determinado, ningún grupo puede permitir que sus normas sean habitualmente violadas. La conformidad, o al menos la conformidad con las normas fundamentales, resulta esencial si el grupo en su conjunto debe sobrevivir y alcanzar sus fines. Al igual que en el caso del individuo, no obstante, la conformidad no siempre constituye una ventaja para el grupo. En ciertas ocasiones, las normas elaboradas por un grupo a fin de enfrentarse a todas las eventualidades internas o externas no cambian, aunque las circunstancias que han originado las normas hayan cambiado. En tales casos, la continuidad de la conformidad puede resultar inadecuada para el grupo al reducir su capacidad de alcanzar sus fines e incluso al amenazar su existencia.

En circunstancias de este tipo, lo mejor para los intereses del grupo es desviarse con intención de satisfacer las verdaderas necesidades del grupo y no conformarse a normas obsoletas. Disponemos de pruebas de que los grupos reconocen en ocasiones la utilidad de la desviación y recompensan a los «innovadores» que parecen tener motivos para ayudar al grupo y que le facilitan el logro de sus fines (Levine, 1980; Ridgeway, 1982).

Al examinar las recompensas y los costes de la obediencia hay que tomar en cuenta no solamente el blanco y la fuente de la influencia, sino también el grupo más amplio al que pertenecen ambos. Las recompensas y los costes de la obediencia para el subordinado son similares a los de una persona que se conforma con la presión de un grupo. En favor de la obediencia está el hecho de que un subordinado tiene mayores probabilidades de dar una respuesta objetivamente correcta si obedece las órdenes de una autoridad provista de experiencia y conocimientos, que si sigue sus propias inclinaciones. Por otra parte, un subordinado que obedece será recompensado, mientras que aquel que desobedece a menudo puede exponerse a graves castigos, que implican pérdida de privilegios, de libertad e incluso de la vida. En contra de la obediencia, sucede a veces que un subordinado reacciona de forma objetivamente más adecuada desafiando a la autoridad que obedeciéndola. Además, ciertas autoridades respetan a los subordinados que tienen el valor de contestar una orden.

Desde el punto de vista de la autoridad, la obediencia también puede tener consecuencias positivas y negativas. El hecho de ver sus órdenes obedecidas a menudo aumenta la eficacia del individuo, en parte debido a que no tiene que esforzarse para castigar a un subordinado contestatario. Además, la obediencia refuerza su propia imagen en tanto que persona poderosa, de status elevado. Las consecuencias negativas de la obediencia para la autoridad incluyen la posibilidad de que se le considerará responsable de las acciones objetivamente incorrectas por parte de sus subordinados y que perderá progresivamente las capacidades necesarias para cumplir los comportamientos que encarga a otras personas.

Por último, el grupo más amplio al que pertenecen tanto la autoridad como el subordinado toma parte activa en su relación. En algunos casos, los subordinados obedientes pueden ayudar al grupo a lograr sus fines llevando a cabo acciones objetivamente correctas y/o reafirmando las relaciones que resultan esenciales para los fines que hay que alcanzar en el futuro. En otros casos, los subordinados obedientes pueden impedir que el grupo alcance sus fines, realizando acciones objetivamente incorrectas y pueden perjudicar al grupo por su aparente incapacidad para distinguir entre órdenes apropiadas e inapropiadas.

Como lo sugiere la discusión anterior, la cuestión de saber si la conformidad y la obediencia son buenas o malas resulta compleja. La respuesta depende del conocimiento de cierto número de factores específicos que varían

de una situación a la otra, así como de juicios de valor sobre la importancia relativa de fines contradictorios (y a menudo de igual validez). Las investigaciones sobre la conformidad y la obediencia no bastan por sí mismas para resolver los problemas de valor. No obstante, dichas investigaciones aportan datos que nos ayudan a plantear estos problemas de forma inteligente. De este modo, al proporcionar conocimientos sobre lo que existe, las investigaciones de psicología social nos pueden ayudar a decidir lo que puede ser y lo que debería ser.

## 2

## Innovación e influencia de las minorías

POR MACHTELD DOMS Y SERGE MOSCOVICI

*«El error en política es no creer en la inverosimilitud y jamás prever lo que nunca se ha visto» (G. TARDE).*

### A. Introducción

Resulta imposible presentar la psicología de las minorías activas sin esbozar previamente el marco de referencia histórico. Este breve bosquejo está destinado a explicar por qué el fenómeno de innovación ha tardado tanto en convertirse en el punto de mira de las investigaciones sobre la influencia social.

Desde que la psicología social conquistó su autonomía en tanto que ciencia, siempre se ha sentido fascinada, de una forma u otra, por los cambios que sufren las percepciones, los juicios y las opiniones de un individuo al entrar en contacto con otros individuos con los que se asocia temporalmente o constituye provisionalmente un grupo. Este profundo interés por el proceso de influencia social no debe sorprendernos. Tan sólo hay que considerar la innumerable cantidad de interacciones sociales que la implican a diversos grados, así como la variedad de las funciones a las que puede servir la influencia social. Habida cuenta de estos hechos podríamos incluso situar al fenómeno de influencia social en el centro de nuestra disciplina.

Si examinamos su historia, constatamos que la psicología social ha volcado todos sus esfuerzos en el análisis de un aspecto particular del fenómeno de influencia, a saber, el proceso de conformidad. ¿Por qué y cómo intenta un grupo imponer sus puntos de vista a un individuo o a un sub-grupo? ¿Por qué y cómo adopta el individuo o el sub-grupo los puntos de vista del grupo? Esas eran las principales preguntas que se hacían el pensamiento y la investigación tradicionales. El interés casi exclusivo que daban al proceso de conformidad se debía a su concepción de base del comportamiento individual y social. Y éste era esencialmente estático. Se consideraba que el comportamiento tenía por función primera asegurar la adaptación a una realidad física



y social que se suponía era dada y predeterminada para todos los individuos. En el fondo, los individuos se esfuerzan en organizar su medio de manera que puedan predecir los acontecimientos y puedan actuar o prepararse para la acción. No obstante, para actuar eficazmente y de acuerdo con el medio hay que poder percibir o juzgar la realidad con un máximo de exactitud. En ciertos casos, es posible revalidar los juicios y las percepciones de manera empírica, es decir, a través de la realidad física directamente accesible por medio de instrumentos. Pero en otros casos, el individuo debe volverse hacia los demás para establecer esta validez. Es en este punto donde intervienen los procesos de influencia social en general y el proceso de conformidad en particular. Se supone que éstos contribuyen a estructurar el juicio del individuo, es decir, que hacen que su comportamiento y el de otros individuos sea similar y previsible.

Habida cuenta de esta concepción, el proceso de influencia social servía esencialmente, se creía, para reducir las divergencias entre los individuos. Este proceso imponía una visión uniforme de la realidad, alejaba la desviación y, por ello, permitía al individuo adaptarse al grupo y actuar. De este modo queda claro que se concede a la conformidad un valor primordial. Ya que se supone la existencia de una realidad uniforme e idéntica para todos los individuos, los individuos cuyo comportamiento obedezca a la presión hacia la conformidad serán recompensados, siendo eficaces y estando adaptados al medio. Por el contrario, los individuos que no obedecen a esta presión hacia la conformidad serán considerados desviados, ineficaces e inadaptados. En este caso (como demostró con claridad Festinger), nacen fuertes presiones hacia la uniformidad en el grupo a fin de obligar a los desviados a conformarse. Si fracasan estas presiones, el desviado será rechazado o excluido (Festinger, 1950).

La función de la influencia social que acabamos de describir tiene una importancia fuera de dudas. Resulta evidente que una sociedad, una organización, una familia o un grupo no podrían existir o preservar su integridad sin imponer a todos sus miembros reglas comunes y convenciones bien definidas, normas que deben compartir y disposiciones que deben obedecer. En este contexto, el proceso de conformidad adquiere la mayor importancia, ya que asegura la continuidad de la existencia del grupo. Por razones evidentes, este proceso merecía un análisis profundo. De un extremo a otro de este análisis, los psicólogos sociales han considerado que el proceso de influencia tenía lugar en una sola dirección. Suponían que la influencia emanaba invariablemente del grupo, de la mayoría y que iba dirigida hacia el individuo. Esta concepción se basa directamente en la hipótesis fundamental según la cual la influencia es una función de la dependencia. En otras palabras, una persona no podría ejercer con éxito una influencia más que sobre personas que dependen de ella, bien porque reciben de ella informaciones sobre el medio, o bien porque esperan recompensas o desean evitar sus puniciones, es decir,

para la satisfacción directa de sus necesidades. Puesto que en general se supone que las mayorías o los grupos disponen de mejores informaciones y también tienen mayores facilidades para obtener y dispensar ciertas recompensas y castigos, resulta evidente que se les considera las fuentes de influencia por excelencia. Las investigaciones sobre la influencia social se han centrado principalmente sobre el comportamiento de los blancos de la influencia. Estos comportamientos se reducen, de hecho, a dos: ya sea adoptar los puntos de vista del grupo, es decir, conformarse, o bien resistir a las presiones del grupo, es decir, permanecer independientes o desviarse. La literatura especializada ilustra con abundancia el poder del fenómeno de conformidad. Innumerables experiencias (Asch, 1951, 1956, 1961; Allen, 1965, 1975; Crutchfield, 1955) han demostrado la fuerza de impacto del grupo sobre el individuo y la fuerza de la presión ejercida por el grupo cuando intenta imponer la uniformidad de opinión a un individuo desviado (Festinger, 1950).

La presión hacia la uniformidad y el comportamiento de conformidad que se desprende de ella han demostrado ser tan destacados que se podría hablar de un excedente de conformidad. De hecho, si consideramos que la conformidad tiene por principal función la de adaptar el mundo social al mundo físico y asegurar la eficacia del grupo, esto implicaría que el comportamiento de conformidad sólo se produce en circunstancias particulares. Como lo enuncia Sherif:

«En las condiciones en que carece de una estructura objetiva sobre algún punto esencial, el individuo experimenta incertidumbre y aumenta la sugestionabilidad. En otros términos, presenta una mayor inclinación a ser influenciado por las palabras, las acciones u otros mensajes provenientes de otros individuos, grupos o medios de comunicación» (pág. 71).

Por el contrario:

«En condiciones claras y definidas, las opiniones de una mayoría o de una fuente de prestigio que contradice una estimación de dichas condiciones tendrán poco éxito a la hora de influenciar nuestro comportamiento» (página 70).

Esta afirmación refleja exactamente el punto de partida de las investigaciones de Asch (1956). Este esperaba demostrar que en una situación clara, sin ambigüedad, que exija una respuesta cierta y unívoca, el ser humano racional y lógico se atendería a sus conocimientos de la realidad y resistirla a la presión social. Asch esperaba que, en dicha situación, la percepción correcta que tiene el individuo se impusiese sobre la opinión errónea impuesta por el grupo. Como es sabido, los resultados de sus propias experiencias arruinaron esta esperanza. En un contexto afín, Hoffman (1965), al re-



señalar las investigaciones sobre la resolución de un problema por un grupo, observa que:

«...las presiones hacia la uniformidad de opinión pueden resultar nocivas para la eficacia del grupo si impiden que se investiguen y discutan las soluciones de recambio... Nada garantiza que la verdad salga de la unanimidad y, de hecho, entre ellas a menudo no hay mucha relación. Cuanto más complejos sean los problemas, más perjudicial será la tendencia de los miembros del grupo a llegar a un consenso, siendo el precio a pagar, llegado el caso, la imposibilidad de alcanzar una mejor solución (páginas 101-102).

En este momento de la exposición esperamos haber mostrado que las concepciones teóricas subyacentes en las investigaciones tradicionales sobre la conformidad llegan a un punto muerto. De ello se desprende claramente que la conformidad no tiene todas las virtudes que se le atribuyen. No siempre hace que el grupo sea más eficaz o esté mejor adaptado. Por el contrario, el no conformismo en ocasiones puede tener el efecto contrario, es decir, que permite que el grupo actúe y se adapte. En ciertos casos, un grupo particular puede ser más eficaz, si se proporciona a los individuos o a los sub-grupos la ocasión de actuar sobre el grupo o, como dice Hoffman, «asegurando la libre expresión de las ideas». Lógicamente, este punto de vista implica renunciar a pintar la desviación con los colores más sombríos. De manera similar, ya nada justifica que se ubique al individuo o al sub-grupo en el papel de blanco de la influencia, sino que resulta necesario considerar al individuo como fuente potencial de influencia. Al mismo tiempo, se entiende que la influencia social no sólo puede servir para el control social y ayudar a que cada uno se adapte a una realidad social determinada, sino que además contribuye al cambio social.

Henos aquí en el centro del problema de este capítulo. Hablar de cambio social es hablar de innovación, de la influencia activa de las minorías o los individuos sobre una mayoría o un grupo. Esto no significa que se considere que la innovación sea una forma de desviación, de no conformidad o de independencia, ya que constituye un proceso distinto y fundamental de la existencia social. Por consiguiente, explorar a fondo este proceso de influencia supone necesariamente una concepción diferente del comportamiento individual y social, una concepción más dinámica (Moscovici, 1979). La adaptación de los individuos y grupos a un medio determinado ya no puede ser vista como la única función del comportamiento individual y social: ésta no es más que la contrapartida de la adaptación del medio a los individuos y grupos. Asimismo, la influencia social no tiene por única función reducir las diferencias entre los individuos, imponerles una visión uniforme de la realidad y eliminar a los desviados. También tiene lugar para modificar el medio o la organización, y permite que un grupo persiga sus fines o se transforme

echando mano de los recursos de todos los miembros, incluyendo a los desviados.

Teniendo en cuenta estas nuevas concepciones más amplias, ya no podemos considerar que el proceso de influencia se desarrolle en una sola dirección. Al contrario, hay que considerarlo como algo simétrico, como un proceso que incluye la acción y la reacción tanto de la fuente como del blanco. Solamente postulando que cada miembro del grupo, sea cual fuera su posición, es al mismo tiempo emisor potencial y receptor potencial de influencia, podremos captar mejor lo que tiene lugar en una interacción social real. Si admitimos esta simetría del proceso de influencia, resulta evidente que también debemos dissociar los fenómenos del poder de los fenómenos de influencia. En realidad, si suponemos que cada miembro del grupo, independientemente de su posición, es una fuente potencial de influencia, queda de manifiesto que ya no podemos resaltar la presencia de una relación de dependencia como factor principal del éxito de la influencia. En lugar de ello, proponemos que se considere que la posesión de normas o contra-normas y el estilo de comportamiento adoptado para expresar un punto de vista son los factores principales del éxito de la influencia.

A grandes rasgos éstas son las líneas principales de una nueva posición teórica que ha abierto un nuevo campo de investigaciones en el que figura, en primer lugar, el fenómeno de influencia de las minorías. Este capítulo se consagrará por completo a revestir de carne a lo que aún tan sólo parece un esqueleto y también a dar una idea de las investigaciones actuales en la medida en que éstas han sido estimuladas por las proposiciones teóricas que acabamos de enunciar. Comenzaremos por definir y describir con claridad el fenómeno de influencia de las minorías, enfatizando las condiciones principales que lo motivan y el mecanismo subyacente. Discutiremos en detalle el impacto de una fuente minoritaria sobre un grupo y examinaremos diversas características del grupo que han demostrado facilitar o impedir que aparezca un efecto de innovación. Por último consagraremos la última sección del capítulo a un examen más detallado de los datos de investigación a la luz de la concepción tradicional de los fenómenos de influencia social y, a modo de comparación, de la concepción más reciente que ha tomado el relevo.

## B. Los rasgos específicos de la innovación

Al habernos fijado por objetivo el estudio del proceso de influencia de las minorías, tenemos que intentar, desde el principio, responder a las dos preguntas siguientes: «¿Cómo concebir el fenómeno de la innovación?» y «¿Cómo definir una fuente de influencia minoritaria?». Al decir que intentamos responder estas dos preguntas, deseamos subrayar dos limitaciones que presenta el punto de vista que desarrollaremos a lo largo de este capítulo.

Antes que nada sabemos que las respuestas que daremos a estas dos preguntas no satisfarán a todos nuestros lectores. Así, no nos hacemos grandes ilusiones y no creemos poder proporcionar respuestas que pongan fin a todas las discusiones pasadas y presentes.

Además, suponiendo que pudiésemos partir de una definición suficientemente amplia para que todo mundo o casi la acepte, nos encontraríamos sin embargo ante la imposible tarea, que rebasa por mucho las dimensiones de este capítulo, de abarcar y tratar, en este limitado marco, todos los diferentes aspectos del fenómeno.

Así, sin perder de vista estas limitaciones, proponemos que se conciba el proceso de innovación como un proceso de influencia social, que generalmente tiene por fuente una minoría o un individuo que intenta, ya sea introducir o crear nuevas ideas, nuevos modos de pensamiento o comportamiento, o bien modificar ideas recibidas, actitudes tradicionales, antiguos modos de pensamiento o comportamiento. A primera vista, esta concepción parece evidente y desprovista de ambigüedad. Pero observando con mayor detenimiento, parece faltarle la precisión suficiente por lo que respecta al agente del proceso de influencia. Por ello, este problema va a retener inmediatamente nuestra atención e intentaremos especificar el concepto de «minoría», en la medida en que ésta se halla en el origen de un proceso de innovación.

Haciendo algunas excepciones, los psicólogos sociales generalmente definen a la minoría de manera cuantitativa. De este modo, conciben a una minoría como una pequeña fracción o un pequeño número (inferior a la mitad del total) de individuos que comparten ciertas opiniones, ciertos juicios, ciertos valores o ciertos comportamientos, que siempre difieren de los que comparte la fracción más numerosa (la mayoría) de algún grupo importante de referencia. Nuestra definición solamente fija los límites extremos del concepto y puede parecer muy amplia y floja. Habida cuenta de que los individuos actúan en la vida cotidiana en diversos medios sociales y pertenecen a varios grupos de referencia, parece imposible definir el concepto de minoría (al igual que el de mayoría) de manera absoluta y carente de ambigüedad. Por ello tenemos que definirlo de manera relativa, es decir, en relación con algún grupo de referencia sobresaliente o en relación con alguna realidad social destacada. Es precisamente la inclusión de los términos «carácter destacado de un grupo de referencia particular» y «carácter destacado de una realidad social particular» la que hace imprecisa la definición: los individuos que aparecen como un sub-grupo minoritario en una colectividad pueden aparecer perfectamente como un sub-grupo mayoritario en otra. Un ejemplo sumamente sencillo nos permitirá ilustrar este punto.

Supongamos que una persona pertenece a dos grupos: como estudiante forma parte de una amplia población estudiantil y durante su tiempo libre esta persona se reúne regularmente con un grupo de amigos íntimos que no son estudiantes. Supongamos además que esta persona ha participado re-

cientemente con sus camaradas de estudios en una discusión, digamos, sobre la abolición de la pena de muerte. La mayoría de sus camaradas de estudios, al igual que la persona en cuestión, defendieron acaloradamente esta abolición. Pero al discutir este tema con el grupo de amigos íntimos, resulta que todos ellos están en contra de la abolición de la pena de muerte. La opinión de la persona sobre esta cuestión ¿refleja el punto de vista de una minoría o habría que clasificarla entre las opiniones de una mayoría? Al reflexionar sobre el tema, resulta imposible formular una respuesta absoluta. Sólo podemos formularla de forma relativa. Es decir, que si el grupo formado por los compañeros de estudios del sujeto en cuestión es el grupo más destacado su opinión sobre esta cuestión es la opinión de una mayoría. Por el contrario, si el grupo formado por los amigos íntimos es el más destacado, su opinión sobre esta cuestión es la opinión de una minoría. Reconozcamos que se trata de un ejemplo sencillo. Sin embargo, muestra con claridad que los individuos pertenecen efectivamente a varios grupos de referencia y actúan en diversos medios sociales. Y también que, si uno u otro medio revisten en un momento un carácter destacado, los individuos en cuestión pueden sentirse, en un momento u otro, en posición de minoría o mayoría respecto al mismo enunciado o la misma opinión.

Si queremos respetar la complejidad de las interacciones sociales cotidianas y no perder de vista los diferentes aspectos bajo los que se presentan los fenómenos de influencia social en general y los de influencia de las minorías en particular, tenemos que partir forzosamente de la amplia definición del concepto de minoría (y también del concepto de mayoría) mencionada con anterioridad. Por otra parte, resulta evidente que esta definición amplia no puede servir de marco, ya que correríamos el riesgo de caer en generalidades. Para hacerla servir a fines científicos, debemos darle mayor sustancia. Dicho de otra manera, debemos identificar los elementos definitorios que están en el centro del análisis del proceso de influencia minoritaria.

¿Cuáles son los rasgos que caracterizan a una minoría o a un individuo que desencadena un proceso de innovación? En general, dicho individuo o dicha minoría, que desean introducir un elemento nuevo, perturbador, en un grupo, carecen de la fuerza numérica, del poder y de la competencia necesarios para imponer simplemente su punto de vista a una población de mayor importancia. No sólo carecen de todo eso, sino que, además, el individuo o la minoría son despreciados y puestos en ridículo. Y cuando presentan sus ideas, nadie les presta atención. Así pues, tienen todo lo necesario para disgustar y fracasar. Y no obstante los archivos de la historia rebosan de ejemplos de movimientos innovadores lanzados por individuos y sub-grupos minoritarios, carentes de poder y competencia reconocidos, mientras que los grupos y las autoridades se esforzaban por conservar el *statu quo*. Debían tener algo que les permitió tener éxito o no para transformar a la mayoría, para convertirse o no en una fuente de influencia. Para ver cuáles son las

características que hacen posible esto, partimos de un elemento sumamente general. A saber, la *pasividad* o la *actividad* de la minoría en un grupo, en la sociedad. Su nivel de actividad depende de la presencia o ausencia de normas, opiniones, juicios, actitudes y comportamientos específicos. En otras palabras, es la presencia o ausencia de una posición definida, de un punto de vista coherente, de una norma propia, es decir, su *carácter nómico* o *anómico*, lo que convierte a una minoría o a un desviado en un socio activo o pasivo en las relaciones sociales.

De esta manera existirían dos tipos de sub-grupos minoritarios: las minorías nómicas y las minorías anómicas. Unas y otras se distinguen por su comportamiento no conformista caracterizado y similar. Ambas se niegan igualmente a reconocer la norma de la mayoría o la respuesta dominante. Pero las clasificamos en dos categorías diferentes porque las raíces de su comportamiento no conformista no son en absoluto las mismas. Resulta imposible definir la minoría anómica sin referirse al grupo dominante o a la respuesta del grupo mayoritario, pues pertenece a un sub-grupo que carece de normas o respuestas propias. Su comportamiento no conformista no es más que la transgresión de la norma dominante porque carece, por ejemplo, de los recursos psicológicos o de los medios sociales para adoptar la norma de la mayoría.

Evidentemente, nada nos impide definir a la minoría nómica mediante una referencia a la norma dominante. Pero parece mucho más exacto definir la refiriéndose a los aspectos idiosincrásicos o singulares que caracterizan a este sub-grupo particular. Y su carácter más específico proviene del hecho de que no rechaza la norma dominante por no comprenderla o por no poder adoptar la norma de la mayoría. No, si este sub-grupo la rechaza, es como consecuencia directa de la posición distinta que ha tomado, desmarcándose de la norma u oponiéndose a la norma que comparte la población en su conjunto. Una minoría nómica, al contrario que una anómica, adopta y proclama una norma de recambio, una contra-respuesta que responde con mayor precisión que la norma dominante a sus creencias, sus necesidades o a la realidad efectiva.

He aquí un ejemplo que terminará por dilucidar esta distinción. Resulta fácil comprender que ciertos individuos no se conforman con los principios fundamentales de la religión católica porque no comprenden su doctrina, porque no captan el significado o el interés de la misa dominical, del bautismo de los niños, de una vida de acuerdo con los preceptos cristianos. Otros no se conforman con estos principios porque tienen principios religiosos totalmente diferentes y despliegan al contrario una gran actividad para convencer a quienes los rodean de la exactitud de éstos y para convertirlos. Estas dos actitudes tienen un significado muy diferente. El término anómico se aplica a la primera, mientras que el de nómico es válido para la segunda.

El primer rasgo distintivo de una minoría, autora de un proceso de innovación, está relacionado con su oposición consciente a la norma de la mayoría y con su adhesión firme, con su defensa de una contra-norma que hacen de ella un socio activo potencial en las relaciones sociales. Este rasgo caracteriza a la minoría nómica por su divergencia de la norma de la mayoría, sin mencionar la importancia o la dirección de esta divergencia. Sin embargo, una minoría nómica puede desviarse de la norma de la mayoría de forma moderada o extrema. Además, la distancia que separa a ambas normas puede ser en las dos direcciones. Este constituye un rasgo característico para analizar el proceso que nos interesa. En consideración de este carácter, el grupo minoritario nómico puede adoptar dos aspectos: el de *grupo ortodoxo* o *pro-normativo*, o el de *grupo heterodoxo* o *contra-normativo*. El primero se desplaza en la misma dirección que la norma dominante, aunque va más allá, exagerando la norma de la mayoría. El segundo va en contra de la norma dominante y opone a ésta una contra-norma, una norma minoritaria.

Para demostrar mejor esta distinción, volvamos a nuestro ejemplo de la religión católica. El ejemplo de la minoría nómica que hemos mencionado con anterioridad corresponde claramente a lo que se define generalmente como minoría heterodoxa. En los círculos de la Iglesia católica, también tenemos ocasión de encontrar individuos o sub-grupos minoritarios que adoptan la norma de la mayoría bajo una forma extrema. Pensemos, por ejemplo, en el grupo ultraconservador del que Monseñor Lefèvre era animador y portavoz. Este grupo minoritario defiende una norma ya aceptada socialmente, aunque bajo una forma extrema. Al contrario, el grupo minoritario mencionado al principio propone una novedad, otro punto de vista, una visión distinta.

Así, pues, ya hemos dicho que, para que una minoría sea considerada como una fuente potencial de influencia, es necesario que disponga de un punto de vista coherente, bien definido, que esté en desacuerdo con la norma dominante de forma moderada o extrema, y que podamos calificar su posición como ortodoxa o heterodoxa. Estos rasgos distintivos son necesarios para la minoría si ésta desea convertirse en una fuente activa de influencia. Y sin embargo, no son suficientes. No hace falta decir que no basta con que la minoría tenga una existencia de hecho. Aún le falta ser reconocida socialmente, con sus propias cualidades específicas, por la mayoría. De esta manera, la minoría debe estar motivada para obtener, conservar o incluso aumentar su visibilidad y hacer que la mayoría reconozca su existencia. No debe escatimar esfuerzo alguno a fin de hacerse notar, identificar y escuchar. Es justamente a través del proceso de adquisición de *visibilidad* y *reconocimiento social* como podemos evaluar de forma correcta (Moscovici, 1979) el derecho que tiene la minoría para actuar y provocar cambios en su medio material y

social, así como su capacidad para hacer que otros individuos compartan su punto de vista.

Acabamos de definir los principales componentes que concurren en la definición del concepto de minoría. Y habrá quien se pregunte ahora si una minoría que posee plenamente los caracteres enumerados con anterioridad también es capaz de introducir algo nuevo o de modificar algo establecido. El problema es empírico. Las secciones a continuación se consagrarán a su resolución.

### C. Innovación y creación de conflictos

Llegados a este punto de la exposición se imponen algunas preguntas. ¿Cómo tiene lugar la interacción social cuando implica un proceso de influencia proveniente de una minoría activa? ¿Cuáles son las características de dichas interacciones, durante las que los individuos se ven ante opiniones, creencias, valores y normas que divergen o se oponen?

Antes de responder en detalle a estas preguntas, daremos un ejemplo simple de influencia pura de una minoría que nos permitirá hacernos una idea de conjunto de las posibles soluciones. Supongamos que el lector pertenece a un grupo, a cuyos miembros se les pide que juzguen un carácter particular de un estímulo o de un objeto fuertemente estructurado y desprovisto psicológicamente de ambigüedad. Digamos que lo que se pide es nombrar el color de diapositivas coloreadas de manera simple. El lector ve la diapositiva azul y nombra el color azul. Sin duda, el lector anunciará su juicio sin vacilar y espera que todos los demás confirmen su juicio. O que se conformen de manera espontánea a este juicio particular a fin de llegar, sin grandes dificultades, a un consenso, a un acuerdo público. Supongamos, no obstante, que en el grupo hay un individuo o un sub-grupo minoritario que no responde a lo que espera el lector. Este individuo se aleja de la línea de acuerdo esperada diciendo que el color de la diapositiva es el verde.

Al principio, la tarea le parecía muy sencilla. Y ahora le tenemos sumamente sorprendido por la diferencia entre sus propios juicios perceptivos y los de la minoría. ¿Cuál será la primera reacción del lector ante este desacuerdo inesperado? Probablemente se preguntará: «¿Por qué no ven ellos lo que veo yo? ¿Por qué no juzgan el objeto de la misma manera que varias otras personas, incluido yo?».

Y para responder a estos interrogantes, el lector podría sentirse tentado a buscar primero una explicación sencilla de su inesperado comportamiento. Por ejemplo, intentará atribuir este comportamiento a su vista deficiente de los colores o a su incapacidad para distinguirlos. También podría esperar que el desacuerdo desapareciese y que la opinión de la mayoría produjese un acuerdo sin fallas. Sin embargo, como las explicaciones resultan ser inexac-

tas, puesto que el desacuerdo persiste e incluso se acentúa ya que la minoría persiste en su actitud firme y decidida, el lector pronto podría comenzar a preguntarse: «¿Por qué y cómo ven lo que ven? ¿Por qué y cómo juzgan el objeto de la manera que lo hacen?». En el instante mismo en que el lector comienza a plantearse estas preguntas en lugar de las precedentes, el lector empieza a percibir con claridad la existencia de un desacuerdo fundamental, la existencia de un conflicto que impide el consenso.

En este caso particular, el conflicto es creado por la minoría que propone una solución alternativa opuesta al juicio del lector, afirma lo que el lector niega y desafía así el consenso social unánime. Finalmente, este conflicto se hace inevitable si el consenso o la unanimidad tienen una importancia real para el lector, como sería el caso en nuestro ejemplo. La introducción de la divergencia y el conflicto que resulta de ella adquirirán entonces una apariencia amenazadora. Tendrán un efecto perturbador y engendrarán incertidumbre. Confrontados con dos juicios incompatibles en una situación en la que sólo uno de ellos es aceptable, los individuos perderán confianza en lo que ven y piensan, o bien se preocuparán de la validez de lo que otro ve o piensa. En cualquier caso, los individuos se sentirán obligados a desenmarañar la situación física y social embarazosa y a restablecer el consenso. Pero al hacerlo intentarán no distanciarse demasiado de su propia opinión y no perder la cara ante los demás ni ante sí mismo. Mientras más agudo sea el conflicto, por ejemplo, porque la minoría se muestra fuertemente comprometida con su posición y no da el menor signo de voluntad de ceder, más fuerte será la obligación de resolver este conflicto.

En realidad, puesto que la minoría se niega a entrar en compromisos, únicamente la mayoría carga con la responsabilidad de hacer concesiones para restablecer el consenso y dar un significado al medio físico y social. Cuanto más fuerte sea la convicción de la minoría, mayor será el cambio que se exige de los individuos que pertenecen a la mayoría para reducir el conflicto y restaurar el consenso. Ya que resulta corriente someter primero el punto de vista de la minoría a una crítica implacable (varios pares de ojos ven mejor que uno solo), los individuos pertenecientes a la mayoría no harán concesiones con agrado, sino que emprenderán un proceso de validación. Considerarán de nuevo el objeto del juicio a fin de estudiar la relación entre la respuesta de la minoría y este objeto, examinando también su propio juicio a fin de confirmarlo o invalidarlo. Regresemos a nuestro ejemplo: esto obligaría al lector a observar una vez más las diapositivas azules para ver si no descubre una sombra de verde en el azul y, eventualmente, podría encontrar una.

Sin embargo, incluso después de haber validado en cierta medida el punto de vista de la minoría, un individuo de la mayoría no reducirá forzosamente el conflicto haciendo concesiones públicas o restaurando el consenso. Aunque se preocupe de disminuir o incluso suprimir el desacuerdo, este individuo se esforzará por no perder la cara ante los otros y ante sí mismo. Esta es la

última preocupación que, en caso de confrontación con la minoría, podría impedir que el individuo perteneciente a la mayoría acepte públicamente la opinión de la minoría, es decir, que se asocie a un punto de vista desviado. Por el contrario, el conflicto cognitivo que aún persiste debido a la presencia de dos juicios divergentes relacionados con un solo objeto, podría disminuir o incluso resolverse en el terreno privado. A este nivel, las concesiones hechas por individuos de la mayoría ya no merecerán ser calificadas de sumisión a una opinión desviada, sino que podría decirse que, de hecho, estos individuos han cedido a las presiones, a la influencia, ejercidas por la minoría.

El ejemplo precedente muestra que un proceso de influencia social es concebido como un proceso que se desarrolla entre personas, que tiene lugar en el contexto de una interacción caracterizada por una divergencia, es decir, por un conflicto. En ciertos casos, la confrontación de opiniones incompatibles y el hecho de que cada individuo dé preferencia a su propia opinión y desee verla triunfar, podrían provocar fácilmente la ruptura de toda comunicación, corriéndose así el riesgo de no restablecer el consenso. Pero en la mayoría de los casos, ambos se sentirán obligados a reducir o incluso a eliminar la divergencia a cambio de algunas concesiones. En la medida en que los procesos de influencia social tienen lugar en el marco de una interacción en la que cada miembro del grupo tiene buenas razones para reducir o resolver el conflicto o el desacuerdo, estos procesos parecen estrechamente emparentados con un proceso de negociación. En realidad, cada uno de los participantes emprenderá un proceso de *negociación tácita* durante el que intentará restablecer el consenso social sin hacer concesiones demasiado grandes. En otras palabras, cada uno de los participantes intentará hacer triunfar su propio punto de vista, aunque considerando el alcance de eventuales concesiones por su parte.

De este modo, cada tipo de influencia correspondería a un tipo particular de negociación, a una forma particular de hacer frente a un conflicto. Es en este marco donde podríamos situar el proceso de innovación. En efecto, es en este contexto donde una minoría activa puede ser considerada una fuente de influencia. De hecho, al cuestionar el consenso social durante una interacción de la que no podemos excluirla en general, la minoría crea un conflicto. Mientras más se intensifique éste, mayor será la incertidumbre o la duda en el seno del grupo mayoritario. En consecuencia también incita a este grupo a terminar con la divergencia, llevándolo a reducir o eliminar el desacuerdo a cambio de ciertas concesiones.

Nuestro análisis, que emparenta los procesos de influencia social con los procesos de negociación, sobrentiende que la influencia social pone en juego algo más que un simple intercambio de información. En realidad, en la mayoría de las situaciones de la vida real, resulta muy poco frecuente disponer de pruebas excelentes en favor de un punto de vista u otro. Y si se adopta un punto de vista antes que otro, esta elección no siempre es guiada

por razones puramente intelectuales. De esta manera, si los individuos deben llegar a un acuerdo, es necesario que no sólo intercambien informaciones, sino que también uno persuade al otro de modificar su juicio. En el marco de un conflicto, la negociación implicaría pues un intercambio de influencia, así como un intercambio de información.

Cierto número de hechos hacen plausible este análisis. Moscovici y sus colaboradores (1973) intentaron mostrar que, en las situaciones de conflicto cognitivo, la parte de influencia personal es determinada por la consistencia con que los participantes individuales defienden su punto de vista, y no tanto por su pertenencia a una minoría o mayoría. Sirviéndose de un paradigma concebido por Hammond (Hammond, 1965; Rappoport y Summers, 1973), organizaron confrontaciones entre personas que habían recibido una «formación» diferente respecto a la tarea consistente en tomar una decisión política. Entrando en detalles, se trataba de que los sujetos evaluaran el nivel de las instituciones democráticas en una nación determinada en base a dos índices: a) la mayor o menor libertad de las elecciones, y b) la importancia del control del Estado. Ciertos sujetos habían sido «formados» para que acordaran un gran peso al primer índice dentro de la estimación que debían hacer. Así, debían apoyarse con gran fuerza sobre la noción de «elecciones libres» como indicador del nivel de democracia. Además se les había enseñado que la información sobre el índice al que debían fiarse estaba directamente relacionado con el criterio, es decir, mientras más libres fueran las elecciones en una nación determinada, más elevado sería su nivel de democracia. Los individuos que adquirieron un estilo cognitivo lineal llegaron así a sus decisiones siguiendo un principio muy sencillo que hace intervenir una relación directa entre la información recibida y el juicio. Su sistema de respuesta generalmente se caracteriza por la consistencia interna.

Por el contrario, los otros sujetos habían sido «formados» para que se apoyaran con fuerza sobre el segundo índice a la hora de hacer sus estimaciones. Debían acordar una gran importancia al control del Estado en tanto que indicador del nivel de democracia. Además se les había dicho que la información sobre este índice estaba ligada al criterio de forma curvilínea, es decir, que si el control del Estado era muy bajo o muy alto, esto indicaba un bajo nivel de democracia. Los sujetos que adquirieron un estilo cognitivo no lineal llegaron a sus decisiones a través de un principio más complejo, que implica una relación curvilínea entre la información y el juicio. Su modelo de respuesta generalmente se caracteriza por una gran variabilidad, es decir, por la inconsistencia interna.

Tras haber aprendido durante su formación cómo funcionaba el criterio y comprendido el principio de la política que estaba en juego, los sujetos que habían adquirido estilos cognitivos diferentes, debían dedicarse conjuntamente a la tarea de realizar un juicio y hacer una aplicación de la política adoptada a problemas similares, haciendo intervenir naciones reales. De esta manera se creaba una situación de conflicto particularmente apropiada para el estudio de la influencia. Y en efecto, aquí tenemos una

situación en que la evidencia de que dispone un individuo u otro en favor de su punto de vista no es perfecta (las respuestas lineales y no lineales sirven igualmente para definir el objeto del litigio). Así, para llegar al consenso es necesario no solamente intercambiar informaciones, sino también que uno de los interlocutores persuada al otro. A fin de evaluar la influencia personal en relación con la consistencia y la posición de los sujetos dentro de la mayoría o la minoría, los experimentadores formaron grupos de tres personas. En cada grupo, dos sujetos consistentes (lineales) eran asociados a un tercer sujeto menos consistente (no lineal), o bien dos sujetos menos consistentes eran asociados a un tercero consistente. En el primer caso, una fuerte mayoría consistente se opone a una minoría relativamente «inconsistente». En el segundo, una mayoría «inconsistente» se veía confrontada a una minoría consistente.

Los autores suponen que la influencia provendrá de los individuos más consistentes y se ejercerá sobre los menos consistentes, independientemente de que éstos pertenezcan a la mayoría o a la minoría. ¿Verifican esta hipótesis los resultados de esta experiencia? Una forma bastante directa de comprobar hasta qué punto un sujeto ha modificado su comportamiento y ha sido influenciado durante la interacción consiste en medir el grado de distanciamiento de los sujetos respecto a la formación que han recibido. En efecto, cuanto mayor sea el distanciamiento respecto a su formación, es decir, mientras menos se fíe el sujeto del índice que ha aprendido y más confíe en el índice aprendido por su interlocutor, mayor será la influencia sufrida por el sujeto. Los resultados muestran que, en general, e independientemente de su posición dentro del grupo, los sujetos no lineales se distancian en mayor medida de su formación y adoptan el otro índice (lineal) que no lo contrario. En general, los sujetos lineales se fían del índice inicial de principio a fin de la experiencia. Todo parece suceder como si, en la negociación implícita de los miembros del grupo, uno de los interlocutores tendiese a mantener su punto de vista, mientras que el otro estuviese dispuesto a ceder y a hacer concesiones. Los hechos demuestran que los sujetos lineales, independientemente de que pertenezcan a la mayoría o a la minoría, son más consistentes y tienen una mayor influencia que los sujetos no lineales e indican que el estilo cognitivo tiene un efecto más marcado que el número.

Otra experiencia sobre este mismo paradigma corrobora estos resultados. En un estudio reciente, Warson (1983) comparó los efectos de influencia producidos por minorías y mayorías consistentes durante una tarea en la que debían tomar una decisión psicológica. Los sujetos debían dar una nota definitiva a un estudiante, basándose en los puntos obtenidos en tres exámenes. Durante el período de aprendizaje, aprendían a dar una gran importancia ya sea al resultado de la primera prueba (test de aptitud numérica), o al resultado de la tercera prueba (test de aptitud verbal), en las estimaciones que hacían. Las dos respuestas estaban ligadas de manera lineal al objeto. Es decir que,

cuanto más elevado fuera el resultado obtenido en una prueba, más alta sería la nota final del estudiante en cuestión. Si se hacía que dos sujetos, que habían recibido una formación diferente, pero habiendo adquirido ambos un estilo cognitivo lineal, trabajaran juntos e hicieran un juicio, ambos se distanciaban de su formación en una medida casi igual. Llegaban con bastante rapidez a una decisión común que tomaba la forma de un compromiso. No sucedía lo mismo si se asociaba a un sujeto con un interlocutor (en realidad, un cómplice del experimentador) que se mantenía consistentemente en la formación recibida y no estaba dispuesto a hacer concesión alguna. En efecto, todos los sujetos confrontados con un interlocutor muy consistente se distanciaron en mayor medida de su formación para llegar a una decisión común que los sujetos de la situación de control.

Pero el resultado más notable del estudio está relacionado con el comportamiento de los sujetos confrontados con un interlocutor consistente que se hallaba en posición de minoría. En efecto, estos sujetos se distanciaron de su formación de forma más sustancial y significativa que los sujetos confrontados con una mayoría. La influencia más pronunciada de la minoría se debe probablemente a su comportamiento consistente. Los sujetos juzgan que refleja una mayor seguridad y competencia que si el mismo comportamiento es adoptado por una fuente mayoritaria.

¿Qué podemos aprender y retener del examen de la tabla general de los resultados que nos aportan estos estudios? Primero que, en las situaciones de conflicto cognitivo, los sujetos confrontados con juicios divergentes intentarán hacer prevalecer su propio punto de vista, considerando al mismo tiempo la posibilidad de hacer concesiones. En estos dos estudios, los autores midieron en ciertas condiciones e incluso en todas las condiciones, los efectos de influencia mutua. Además, en las situaciones de conflicto cognitivo, una minoría consistente, al desafiar el consenso social, puede incitar a los otros interlocutores a reducir las divergencias y, llegado el caso, a eliminar el desacuerdo.

Finalmente, los estudios muestran que el estilo cognitivo determina la medida en que una o varias personas ejercen una influencia dentro de un grupo. ¿Qué significa esto? Hasta ahora siempre hemos afirmado que somos influenciados por alguien porque dependemos de él, ya sea porque tiene una mayor autoridad, porque es más competente y así sucesivamente. O bien que somos influenciados por el grupo y por la mayoría porque deseamos obtener su aprobación y porque consideramos, en general, que sus juicios u opiniones encierran una mayor verdad. En pocas palabras, hemos concebido la influencia como un efecto cuya causa es la dependencia respecto a la mayoría o a la autoridad. Ahora bien, estas experiencias nos permiten ver que el estilo cognitivo de los individuos ha resultado ser más importante que el hecho de estar en posición de minoría o mayoría dentro del grupo. O para decirlo de otra manera, la influencia puede ser el efecto de una causa dife-



rente de la considerada de forma clásica hasta el presente. En la siguiente sección estudiaremos con mayor detalle la importancia que reviste el estilo cognitivo, así como la del estilo de comportamiento en general. En ella discutiremos otras experiencias que esclarecerán el papel de las minorías en tanto que fuente de influencia. Al hacerlo, sustituiremos la teoría de la dependencia por una teoría de la consistencia a fin de explicar los fenómenos observados en este campo.

#### D. Los estilos de comportamiento de las minorías

A lo largo de la sección anterior hemos concebido el proceso de influencia social como un proceso que se desarrolla en el marco de una interacción caracterizada por el desacuerdo y el conflicto. Hemos subrayado que las personas que se hallan ante puntos de vista incompatibles respecto a un objeto de juicio único emprenderán un proceso de negociación tácita a fin de reducir o eliminar el desacuerdo y restablecer el consenso social. Ahora se presenta una pregunta: ¿cuáles son los factores que determinan el desenlace de dicha interacción? Al examinar las pruebas empíricas destinadas a sostener nuestro análisis anterior, ya hemos esbozado un inicio de respuesta. En efecto, hemos indicado la importancia del estilo cognitivo adoptado por el sujeto, designándolo como el factor decisivo por excelencia del desenlace de la interacción, superior a su posición de minoría o mayoría dentro del grupo. ¿Qué entendemos realmente por estilo cognitivo o de comportamiento? ¿Y por qué razón interviene éste de manera crucial en el desenlace de la interacción?

El concepto de *estilo de comportamiento* está relacionado con la organización del comportamiento y las opiniones, con el desarrollo y la intensidad de su expresión, en una palabra, con su «retórica». De este modo, podríamos definir un estilo de comportamiento como una composición intencional de señales verbales y/o no verbales que expresan el significado del estado presente y la evolución futura de aquellos que los manifiestan (Moscovici, 1979). Como toda secuencia de comportamiento, el estilo de comportamiento presenta *dos* aspectos. Su aspecto *instrumental* proporciona una información sobre el objeto que hay que juzgar. Su aspecto *simbólico* nos informa sobre la persona que adopta dicho comportamiento particular. Al carecer de significado propio, el estilo de comportamiento recibe un significado durante la interacción. Es durante ésta que uno de los interlocutores, al adoptar un estilo particular, intentará transmitir informaciones sobre el objeto del juicio, así como sobre sí mismo en tanto que juez. El otro interlocutor tratará de deducir el contenido subyacente en estas informaciones, descodificando los fragmentos visibles y dándoles un significado.

Existen varios estilos de comportamiento que podrían tener importancia dentro de nuestro análisis del proceso de influencia social, a saber: la inver-

sión, la autonomía, la equidad, la rigidez y la consistencia. Puesto que esta última ha sido objeto de profundas investigaciones, nos limitaremos a hacer un análisis del papel que desempeña este estilo particular de comportamiento dentro del desarrollo del proceso de innovación.

Antes que nada convendría definir el estilo consistente de comportamiento. De hecho, la consistencia del comportamiento puede designar numerosas formas de comportamiento que van desde la repetición persistente de una afirmación en particular, pasando por la evitación de declaraciones contradictorias, hasta la elaboración de un sistema de pruebas lógicas. Pero, ¿por qué tiene tanta influencia la persona que da muestras de este estilo? La respuesta es que la consistencia, ya sea que tome la forma de consistencia *interna* o intraindividual o que tome la forma de consistencia *social* o interindividual, desempeña un papel decisivo en la adquisición y organización de la información por lo que se refiere al medio material o social. La teoría de la atribución (Heider, 1958; Kelley, 1967) lo dice claramente: los individuos, durante la interacción con otros individuos o cuando entran en relación con objetos, emprenden un proceso de deducción que les permite desprender de la masa de acontecimientos y comportamientos variables los fundamentos permanentes e invariables. Solamente emprendiendo dicho proceso de deducción, un individuo puede controlar su entorno, organizarlo, predecir lo que sucederá posteriormente y dominar su evolución futura.

El análisis de Kelley reviste una pertinencia particular en este contexto. Distingue cuatro criterios que, según él, permiten a una persona discriminar las propiedades variables de aquellas que no varían, los efectos de sus causas. Supongamos que un individuo observa la reacción que tiene cierta persona ante un objeto o una situación social. Según Kelley, el individuo intentará deducir de ella las causas subyacentes en la reacción de esta persona. Para hablar con mayor exactitud, intentará saber si su reacción ha sido causada por propiedades del objeto, por propiedades de la persona o por propiedades de la situación. Para llegar a esas causas subyacentes, el individuo puede apoyarse en cuatro criterios: la particularidad, la consistencia en el tiempo, la consistencia en diferentes situaciones y el consenso. El individuo concluirá que el comportamiento tiene por causa una propiedad de la persona si ésta reacciona de la misma manera ante este objeto y ante todos los otros objetos pertenecientes a la misma categoría (particularidad débil), si su reacción ante este objeto es la misma, independientemente del tiempo o la situación (consistencia fuerte) y si la reacción ante el objeto difiere de la manera como reaccionan todas las demás personas ante el mismo objeto (consenso débil). Por el contrario, concluirá que el comportamiento se debe a una propiedad del objeto en caso de que haya una particularidad fuerte, una consistencia fuerte y un consenso fuerte. Finalmente concluirá que el comportamiento tiene por causa una propiedad de esta situación particular si existe particularidad débil, consistencia fuerte y consenso fuerte. Evidentemente, estos

casos representan casos totalmente puros. No hace falta decir que en las situaciones de la vida real, las atribuciones no son tan nítidas. No obstante, muestran con gran claridad en qué situaciones las personas deducen del comportamiento de una persona las causas que lo motivan, ya sean caracteres personales, del objeto o de la situación.

¿En qué nos ayuda este análisis para comprender la influencia de las minorías? Recordemos que un comportamiento muy consistente, que rechace el consenso, nos llevará a atribuir este comportamiento a propiedades del individuo que lo adopta. Esto significaría que, si un individuo da pruebas de un comportamiento singular —inesperado, que se sale de lo ordinario— y lo manifiesta en varias ocasiones en el tiempo y en situaciones variadas, probablemente podemos suponer que la causa de su comportamiento está relacionada con ciertos caracteres de este individuo: por ejemplo, el individuo defiende una posición en la que cree con firmeza, con la que se ha comprometido y en la que se mantendrá independientemente de las coacciones que le imponga su situación.

Si por el contrario nos encontráramos no ya en presencia de un solo individuo, sino de un sub-grupo minoritario formado, por ejemplo, por dos individuos que dan muestras de este comportamiento singular de manera consistente, nos sentiríamos inclinados a considerar no sólo una atribución a la persona, sino también una atribución al objeto. En efecto, en dicho caso, tendríamos dos individuos que no solamente presentan una consistencia fuerte a nivel interno, sino también a nivel interindividual, es decir, que dan pruebas de unanimidad. La presencia de dos formas de consistencia nos llevaría entonces a suponer que el comportamiento de la minoría, provocado en gran medida por propiedades inherentes a este sub-grupo, también podría ser provocado por propiedades inherentes al objeto. La importancia de la consistencia intra-individual e interindividual reside precisamente en que puede incitar a otras personas, en el transcurso de una interacción, a tomar nota de la posición de la minoría en tanto que solución de recambio a su propio punto de vista, a emprender un proceso de validación y, finalmente, a reexaminar el objeto del juicio a fin de buscar en su seno estas propiedades que motivan el comportamiento de la minoría.

Ahora creemos haber fundamentado nuestras afirmaciones sobre la fuerza de impacto del estilo de comportamiento consistente y de bajo consenso. Una experiencia de Moscovici y sus colaboradores (1969) nos proporcionará la prueba de que la consistencia del comportamiento logra en efecto decidir el desenlace de una interacción. Se reunieron grupos de seis personas para participar en una experiencia sobre la discriminación de colores. Se les propuso que juzgaran tanto el color como la intensidad luminosa de una serie de diapositivas. Antes de dar su juicio se invitaba a cada uno de los sujetos a pasar un test de daltonismo, a fin de asegurarse de que su vista y su discriminación de los colores fuesen normales. En las condiciones experimenta-

les, los grupos se componen de cuatro sujetos y dos cómplices. Durante la fase de influencia, todos los participantes deben citar en voz alta el color de la diapositiva presentada: azul. Los dos cómplices, en una de las condiciones, dicen constantemente que el color presentado es el verde. En otra condición, los cómplices juzgan que el color es a veces el verde y a veces el azul, sin tener en cuenta sus reacciones mutuas o los caracteres particulares de los estímulos: dan prueba de un comportamiento inconsistente. En la condición de control, el grupo está formado por seis sujetos.

Los resultados obtenidos en estas experiencias verifican plenamente la hipótesis (fig. 1). Dan testimonio de que, para ser influyente, una minoría tiene que ser consistente. En efecto, ante una minoría consistente, el grupo de la mayoría adopta en 8,4 % la respuesta *verde* que le propone la minoría. Este es un porcentaje muy notable si lo comparamos con las respuestas de los grupos de control. En éstas, los sujetos, en su casi totalidad, estuvieron de acuerdo en decir que las diapositivas eran azules. La diferencia entre ambas condiciones resulta significativa. Y este resultado parece aún más notable si lo comparamos con el porcentaje de respuestas *verde* dadas por una mayoría situada ante una minoría inconsistente. Efectivamente, en este caso las respuestas *verde* descendieron al 1,25 %, cifra muy próxima al porcentaje de esas mismas respuestas en la condición de control y que fue de 0,25 %.

En el análisis precedente adelantamos la hipótesis de que la minoría sería una fuente efectiva de influencia, no solamente debido a su estilo consistente de comportamiento, sino también a causa de la manera en que haga que la mayoría perciba, interprete o clasifique su comportamiento. ¿Tiene algún fundamento esta hipótesis? Una experiencia de Nemeth y sus colaboradores (1974) parece mostrar que un estilo de comportamiento idéntico puede ser percibido de manera diferente en situaciones diferentes. Luego, estas percepciones diferenciales pueden afectar a la fuerza de impacto de la minoría. Los experimentadores deseaban demostrar que, para ser influyente, una minoría no necesita forzosamente repetir sin cesar el mismo juicio desviado. Un estilo más flexible puede resultar igualmente eficaz, a condición de que se detecte un esquema particular en las respuestas de la minoría. Por lo que hace al fondo, su experiencia se desarrolló aproximadamente como la de Moscovici y sus colaboradores. En su diseño experimental, reproducía las tres condiciones del estudio de Moscovici y sus colaboradores, agregando dos condiciones suplementarias. En una de éstas, los cómplices juzgaban que el color de la diapositiva era verdiazul. En la otra, los cómplices matizaban su respuesta según la intensidad luminosa de los estímulos. O sea que decían que el color era verde en las diapositivas cuya intensidad era más débil y verdiazul en las más luminosas o viceversa.

Los resultados muestran, efectivamente, que la minoría ejerce una mayor influencia cuando sus respuestas obedecen a un esquema (fig. 1). En



esta condición, los sujetos de la mayoría adoptan en un 21 % la respuesta que les propone la minoría. Este efecto resulta particularmente pronunciado si lo comparamos con el porcentaje obtenido en la condición de inconsistencia: solamente el 0,21 %. En esta última, la minoría daba exactamente las mismas respuestas que en la condición de esquema, con una importante diferencia: en la condición de esquema, la elección que hace la minoría de una respuesta particular depende de ciertos caracteres del estímulo, mientras que, en la otra, la elección era aleatoria, es decir, que no tenía relación con los rasgos particulares del estímulo. La minoría tiene un poco menos de influencia cuando juzga que el color es verdiazul (14 % de respuestas influenciadas) y no tiene casi influencia cuando afirma consistentemente que el color es el verde: 2,5 % de respuestas influenciadas.

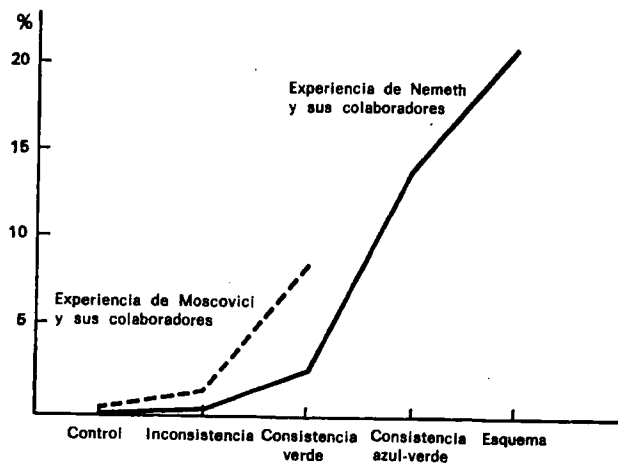


Fig. 1. — Porcentaje de respuestas influenciadas en función del estilo de comportamiento de la minoría

Este último resultado nos interesa muy especialmente, ya que pone en evidencia la ausencia de influencia precisamente en la condición en que Moscovici y sus colaboradores habían medido el efecto más pronunciado. Nemeth y sus colaboradores subrayan esta diferencia y dan una explicación a posteriori refiriéndose a las diferencias que separan a ambas situaciones experimentales. En el estudio efectuado por Moscovici y sus colaboradores, los sujetos sólo tenían derecho a mencionar colores simples. En la de Nemeth y sus colaboradores, tenían derecho a mencionar colores simples, pero

también podían matizarlos. Al escuchar la repetición de un color simple, los sujetos podían interpretar ésta como un índice de vista deficiente de los colores y esta atribución desfavorable hacía que la minoría fuese menos eficaz.

Un estudio de Ricateau (1971) proporciona nuevas evidencias en favor de la hipótesis según la cual la percepción diferencial de un estilo de comportamiento idéntico puede tener un efecto sobre la influencia ejercida por la minoría. En su experiencia, se actúa sobre el modo de percepción de un estilo particular, obligando a los sujetos a juzgarse y juzgar a los demás mediante un número más o menos elevado de categorías. En la base de esta manipulación se halla la idea de que, en la vida real, los individuos racistas o dogmáticos se juzgan y, sobre todo, juzgan a los demás, en función de un número muy reducido de categorías. Al contrario, los individuos de espíritu más abierto emplearán un mayor número de categorías de juicio. A intervalos regulares durante el curso de una interacción con una minoría consistente, se pide a los sujetos que clasifiquen a cada miembro del grupo en una escala de seis puntos: activo-pasivo, realista-romántico, etc. En una primera condición, los sujetos reciben solamente dos escalas para indicar sus juicios. En la segunda condición, utilizan cinco escalas y ocho en la tercera condición. Al cambiar el número de dimensiones mediante el cual los sujetos se juzgan mutuamente, el experimentador esperaba producir un grado mayor o menor de diferenciación en la imagen del comportamiento de los demás. Pensaba modificar así el relieve comparativo de ciertas dimensiones y también modificar, por ende, la aptitud que tiene la minoría para influenciar a la mayoría.

Los resultados confirman con claridad esta hipótesis e indican, en particular, que la minoría es más influyente cuando es percibida a través de un mayor número de dimensiones. Así pues, la influencia de la minoría está en relación directa con el número de categorías empleado para inducir modos de percepción interpersonal. La minoría ha adoptado el mismo estilo en todas las condiciones, pero los sujetos la han percibido de manera diferente. Aquellos que, durante la interacción, percibían la fuente a través de un reducido número de dimensiones, la calificaron de dogmática y rígida. En contraste, los sujetos que percibían a la minoría mediante un mayor número de dimensiones construyeron una imagen más diferenciada de la fuente, calificándola de firme y resuelta, mientras que las dimensiones de dogmatismo y rigidez resultan mucho menos marcadas para ellos.

Los cambios sutiles en el seno de una situación pueden conducir a percepciones diferenciales de un estilo consistente y, por ende, afectar a la influencia ejercida por la minoría. Un estudio de Nemeth y Wachtler (1974) lo ha ilustrado de manera muy penetrante. Los experimentadores invitaron a sus sujetos, reunidos en grupos de cinco personas, a que discutieran la suma de daños e intereses que debía acordarse a un demandante por lesiones, como si fueran un jurado. Debían fijar unánimemente la suma que les

pareciera una compensación financiera equitativa. Interrogados en privado, la mayoría de los sujetos estimaron que la víctima merecía una indemnización importante, del orden de los 15.000 dólares. En la condición de control, los grupos estaban formados por cinco sujetos. En las condiciones experimentales estaban formados por cuatro sujetos a los que se añadía un cómplice que afirmaba consistentemente que una compensación mínima de 3.000 dólares era, de hecho, una importante suma de dinero.

En este caso nos interesa en particular una variante relacionada con la disposición de los asientos de los participantes sentados alrededor de una mesa rectangular. En dos condiciones experimentales, los sujetos *elegían* sus asientos y entonces el cómplice *elegía* un sitio en el extremo de la mesa o un sitio lateral. En las otras dos condiciones, se *atribuía* un sitio a los sujetos y el *atribuido* al cómplice se encontraba ya sea al extremo de la mesa o en una posición lateral. Señalemos que el cómplice, una vez instalado, daba muestras de un estilo idéntico en todas las condiciones. Y no obstante, los resultados mostraron una notable diferencia. Solamente en la condición en que el cómplice *eligió* libremente su sitio en el extremo de la mesa logró influenciar a la mayoría. Por el contrario, no tuvo una gran influencia en aquellas condiciones en que le fue asignado este mismo sitio o incluso cuando estaba sentado en una posición lateral. La elección deliberada del lugar situado en el extremo de la mesa es un acto que no tarda más de cuatro segundos. Estaremos todos de acuerdo en que la nimiedad del gesto no guarda relación alguna con sus repercusiones. Pero, por breve que sea la duración, es ese comportamiento el que induce a la mayoría a que perciba a la minoría como algo más consistente y dé pruebas de mayor seguridad que la misma minoría cuando se le atribuye el mismo sitio. Esta percepción favorable arroja una luz especial sobre el comportamiento subsecuente de la minoría y resalta su eficacia.

Los resultados de todas las experiencias descritas convergen para demostrar nuestra afirmación del principio: las minorías pueden ser fuentes efectivas de influencia, a condición de que su estilo, al resaltar su posición, sea percibido como el reflejo de su consistencia, de su seguridad y de su compromiso respecto a su punto de vista. Por sólidas que sean las evidencias, podríamos sorprendernos por el mismo hecho de que la mayoría se preocupe del punto de vista de la minoría. ¿Por qué no ignorarlo simplemente? La unión hace la fuerza: ¿no parece que este proverbio dice que la razón se halla más bien del lado de la mayoría que de la minoría? Sin plantear la pregunta de manera explícita, hemos hecho alusión a ella, al presentar los criterios de atribución de Kelley. A este respecto habíamos indicado la importancia no solamente de una consistencia fuerte, sino también al menos de un consenso débil. Si la mayoría, ante una minoría consistente, se conformaba con hacer una atribución a la persona, no emprendería probablemente un proceso de validación. A esta atribución a la persona habría que

añadir una atribución al objeto, al menos hasta cierto punto. Solamente suponiendo que el objeto posea ciertas cualidades que motivan el comportamiento de la minoría, es cuando la mayoría experimenta un conflicto y emprende un proceso de validación a fin de resolverlo. No obstante, aquí tenemos el reverso de la moneda. Cuando la consistencia se mantiene constante, el aumento del consenso aumentará sin duda la posibilidad de hacer atribuciones al objeto, pero disminuirá, al mismo tiempo, la probabilidad de hacer atribuciones a la persona. En otras palabras, si un mayor número de individuos defienden una posición desviada, se producirá una mayor inclinación a suponer que éstos podrían tener razón. Pero también se producirá una mayor inclinación a suponer que tienen confianza en ellos mismos, que poseen seguridad o están comprometidos con su posición. Esta atribución a la persona ha resultado igualmente importante para el desenlace del proceso de influencia de una minoría: ¿sería entonces posible encontrar un punto de intersección en el que la atribución a la persona y la atribución al objeto alcancen su punto máximo, teniendo por efecto que la influencia sea la mayor posible?

Un estudio de Nemeth y sus colaboradores (1977) está relacionado directamente con el análisis que acabamos de realizar, pues pone en evidencia varios interesantes efectos relacionados con el aumento del tamaño de la minoría. Los experimentadores expusieron grupos de seis personas a la influencia de una minoría formada por uno, dos, tres o cuatro individuos. ¿Cómo percibieron los sujetos a la minoría? ¿Qué relación existe entre esta percepción y la eficacia de la fuente de influencia? Los resultados muestran que, a medida que aumenta el tamaño de la minoría, aumenta también la percepción de su competencia, mientras que disminuye la percepción de su confianza. Así pues, el aumento del tamaño de la minoría presenta la ventaja de aumentar la competencia percibida y el inconveniente de reducir la confianza presumida. Una combinación de ambos factores debería garantizar la mejor influencia. En tales condiciones, una minoría de tres personas resultó ser más eficaz, ya que ganaba más en competencia percibida de lo que perdía en confianza percibida. Sin embargo, no olvidemos señalar que cada grupo minoritario, independientemente de su tamaño, era una fuente eficaz de influencia. Como tal, una minoría compuesta por un solo individuo, percibida como poco competente, pero llena de confianza, tenía tanta eficacia como una minoría de dos personas considerada más correcta, pero menos confiada.

A lo largo de toda esta sección hemos examinado la importancia del estilo de comportamiento en tanto que factor de influencia eficaz de la minoría. Hemos subrayado que el papel desempeñado por este estilo en un proceso de influencia se debe al hecho de que desencadena un proceso de atribución en el observador. Asimismo hemos examinado, más particularmente, la importancia de la consistencia tanto interna como social, en tanto

que factor determinante muy eficaz de la influencia de una minoría. Debido a su alto grado de consistencia, un sub-grupo minoritario o, llegado el caso, un solo individuo, pueden atraer así la atención y tener el poder de influenciar. Para concluir esta sección, he aquí lo que escribía Torrance a este respecto:

«Aparentemente, si un individuo constituye el único miembro del grupo (...), también es la única "estrella". Todo el mundo está convencido de poder emitir su juicio y hablar sin temor a ser contradicho. Si hay otros (...), al menos se ve reducido a compartir el papel de estrella. Incluso si su juicio está de acuerdo con el de los demás (...) probablemente no se sienta tan al abrigo de la contradicción como cuando es el único en su caso. Evidentemente, si los miembros del grupo (...) deciden formar una coalición para consolidar sus "relatos", su influencia puede acentuarse» (Torrance, 1959, págs. 255-256).

### E. ¿Qué es lo que facilita o frena la influencia de una minoría?

Hasta aquí nos hemos esforzado por hacer el retrato del actor principal del proceso de influencia de las minorías. Hemos descrito las condiciones que tiene que respetar para poder desencadenar con éxito un movimiento de innovación. Ha llegado el momento de dar algunos retoques al cuadro. Afirmar que la consistencia de aquel que ejerce la influencia siempre tiene un efecto milagroso sobre el desenlace de la interacción sería tanto como cerrar los ojos ante la realidad. También tenemos que dar relieve a las personas que constituyen el blanco de la influencia y al marco social en el que se desarrolla este proceso. La pregunta que se nos presenta es: ¿cuáles son los caracteres que facilitan, de una parte y de la otra, la aparición de un efecto de influencia de las minorías?

La historia nos lo enseña y las investigaciones de laboratorio lo confirman: las minorías consistentes no siempre logran que se les reconozca socialmente. Consideremos, por ejemplo, el campo de los procesos sociales que tienen lugar en pequeños grupos. En ellos encontramos una amplia confirmación de la proposición de que las presiones hacia la uniformidad que nacen en un grupo cuando se ve confrontado con opiniones divergentes, se resuelven en dirección de la posición de la mayoría (Festinger, 1950; Schachter, 1951). Aquellos miembros que desearían adoptar una posición desviada respecto a un problema importante para el grupo se verían forzados a adoptar la norma del grupo o correrían el riesgo de ser excluidos. La intensidad de dichas presiones varía según la diversidad de las opiniones que existen dentro del grupo, según el grado de dependencia de los diferentes miembros (puesto que el grupo satisface ciertas necesidades o porque ellos

mismos desean seguir siendo miembros) y según la importancia que reviste la opinión en cuestión para el grupo.

Por otra parte, los estudios sobre la conformidad muestran que el impacto de una fuente de influencia no depende solamente de su estilo, sino también del estilo de los miembros del grupo del que forma parte el blanco de dicha influencia (Allen, 1975). En particular se ha destacado el papel que desempeña el apoyo social aportado al punto de vista inicial de un blanco de influencia. Hemos visto que este apoyo aumenta su resistencia al cambio y, por consiguiente, disminuye la influencia que se puede ejercer sobre él. Ante esta acumulación de hechos, no resultará sorprendente la dirección tomada por las investigaciones sobre la innovación. Tras haber demostrado de manera convincente la importancia que tiene el estilo de comportamiento de las minorías, se pasó a examinar el papel que desempeñan las características de la situación y del grupo.

Por ejemplo, Wolf (1979) reunió grupos de cuatro sujetos y los invitó a que deliberaran, como si fueran un jurado, sobre dos casos de accidentes. Los sujetos debían discutir el primer caso intercambiando notas escritas y el segundo (que en realidad nunca fue objeto de una deliberación) de forma oral. La tarea propuesta consistía en decidir el monto de las indemnizaciones e intereses que debían concederse a la víctima. El asunto fue presentado de tal manera que se empujaba a los sujetos a conceder sumas que oscilaban entre los 20.000 y 30.000 dólares. Todos los miembros del jurado debían anotar por escrito el monto concedido, luego el experimentador recogía los papeles y daba una copia de ellos a cada miembro del jurado para que éste conociese las proposiciones de los demás. En realidad, cada grupo estaba compuesto por un solo sujeto, los otros miembros del jurado entregaban papeles escritos de antemano, en los que uno de los miembros del jurado aparecía claramente como un desviado (concediendo 3.000 dólares) respecto a las normas del grupo compartidas por el sujeto y por los otros dos miembros del jurado: uno de éstos concedía 3.000 dólares de más y el otro 2.000 dólares menos que el sujeto.

En este estudio intervienen tres variables. Primero, el estilo desviado que da pruebas de consistencia fuerte o débil. Luego, la cohesión del grupo que es fuerte o débil. Para actuar sobre esta cohesión, los sujetos fueron invitados a que se presentaran a sí mismos y que estimaran su simpatía recíproca. En los grupos de cohesión fuerte, los sujetos son informados de que cada uno de los miembros del jurado ha sido evaluado positivamente por los otros miembros del grupo. En los grupos de cohesión débil, los sujetos son informados de que los miembros del jurado han sido evaluados de forma negativa. La tercera manipulación consiste en introducir una posibilidad de rechazo. Para simular esta última, se dice a los sujetos que la deliberación sobre el segundo asunto deberá ser realizada por un jurado compuesto por un número impar de miembros, es decir, tres. En la condi-

ción de imposibilidad de rechazo, se separa a un individuo del grupo mediante sorteo. En la condición de posibilidad de rechazo, los propios miembros del jurado eligen por votación al individuo que debe ser eliminado. Si el estilo de comportamiento adoptado por el desviado fuera el único factor que decidiera el desenlace de la interacción, los resultados deberían destacar la consistencia como principal influencia. Sin embargo, demostraron que también los otros dos factores actúan sobre la fuerza de impacto de la minoría (tabla 1). Una minoría posee una mayor eficacia en los grupos de cohesión fuerte que en los grupos de cohesión débil. En los primeros, alcanzó su mayor influencia cuando fue la más consistente y no corría el riesgo de ser excluida del grupo. Pero, al contrario de lo esperado, este desviado se mostró igualmente influyente cuando fue menos consistente y pudo ser rechazado por el grupo.

Resulta interesante examinar estos resultados a la luz de la teoría de Festinger, pues sugieren que, en presencia de fuertes presiones hacia la uniformidad, un grupo no solamente tiene dos alternativas, como supone Festinger: forzar a la minoría a adoptar la norma del grupo o arrinconarla en el rechazo, sino que aún hay una tercera opción: aproximarse a la minoría. Es esto precisamente lo que sucede en la condición de imposibilidad

TABLA 1. — Cambio de actitud en función del estilo de la fuente, la cohesión del grupo y la posibilidad de rechazar la fuente

	Cohesión	
	Fuerte	Débil
<i>Rechazo imposible</i>		
Consistencia fuerte	— 6.530	— 1.800
Consistencia débil	— 3.500	— 2.370
<i>Rechazo posible</i>		
Consistencia fuerte	— 2.870	— 3.000
Consistencia débil	— 6.000	— 2.630

Los valores negativos (expresados en dólares) representan un movimiento en dirección de la posición de minoría.

de rechazo cuando la minoría presenta una consistencia fuerte. Esto se produce incluso en la condición de posibilidad de rechazo, a condición de que su consistencia haya sido menor. En este último caso, los otros miembros no están tan seguros de que todos ellos votaran contra la minoría en la segunda deliberación. Posiblemente, los miembros de la mayoría esperan que la minoría permanezca en el grupo y, en tal eventualidad, las presiones

hacia la uniformidad podrían seguir siendo muy fuertes. Luego, el mejor medio de eliminar dichas presiones consiste en aproximarse a la posición de la minoría.

Una vez demostrado esto, ahora examinaremos otro factor que ha desempeñado un importante papel en el marco de la conformidad, nos referimos al estilo manifestado por los individuos de la mayoría. Un estudio de Kiesler y Pallak (1975) se proponía investigar la fuerza de impacto de los diferentes estilos manifestados por las minorías y mayorías respecto a las reacciones de un miembro de la mayoría. Los experimentadores hicieron creer a sus sujetos que formaban parte de un grupo de ocho personas. Según la distribución inicial de opiniones en el interior del grupo, los sujetos notaron una división de 6 contra 2, que indicaba la presencia de dos sub-grupos, una mayoría y una minoría. Todos los individuos pertenecían, pretendidamente, al sub-grupo de la mayoría y su juicio daba el tono de la mayoría. El juicio de la minoría se distanciaba cinco unidades de una escala de once del juicio de la mayoría. La diferencia entre la primera y la segunda distribución de opiniones servía para introducir la principal manipulación de los estilos de comportamiento, haciendo creer que ciertos miembros del grupo habían modificado su opinión. Había seis condiciones experimentales: 1 / Sin cambio: todos los miembros del grupo expresaron exactamente los mismos juicios; 2 / Compromiso de la minoría: los dos miembros de la minoría modificaron su opinión en dos unidades en dirección de la opinión de la mayoría; 3 / Condición reaccionaria: un miembro de la mayoría se apartó dos unidades suplementarias del punto de vista de la minoría; 4 / Condición mixta: un movimiento de polarización de un miembro de la mayoría fue acompañado por un movimiento de compromiso de la minoría; 5 / Compromiso de la mayoría: un miembro de la mayoría modificó su opinión en dos unidades en dirección de la minoría, y 6 / Defección de la mayoría: un miembro de la mayoría adoptó en su totalidad la posición de la minoría.

¿Qué nos enseña esta experiencia? El examen de los resultados muestra que la influencia de una minoría consistente puede aumentar si ésta produce un movimiento de opinión por parte de un miembro de la mayoría. De hecho, cuando un miembro de la mayoría ha realizado un gesto de compromiso o ha desertado totalmente, la minoría consistente ha resultado tener una mayor influencia que en la condición en la que no se produce este «efecto demostrativo». Los estilos particulares adoptados por los miembros de la mayoría, como el compromiso o la desertación, pueden facilitar así la aparición de un efecto de minoría.

Una serie de investigaciones realizadas por Doms (1983) y por Doms y Van Avermaet (en prensa) aporta otros resultados concluyentes respecto a la influencia del estilo de comportamiento de los miembros de la mayoría sobre la aparición de un efecto de innovación particular. Aunque estas

investigaciones hayan sido emprendidas desde una perspectiva ligeramente diferente, proporcionan, no obstante, preciosas indicaciones para el problema que tratamos aquí. Como es sabido, Allen (1975) estudió las condiciones en las que un individuo (en situación de minoría) sometido a presiones para que se conforme a una mayoría se resiste a ésta. Y mostró que el apoyo social de otro individuo aumenta esta resistencia y permite que el primero conserve cierta independencia. ¿Qué sucede cuando, al contrario, un individuo (en situación de mayoría) es sometido a la influencia de una minoría? Doms adelantó la siguiente hipótesis: los individuos mayoritarios sometidos a la influencia de una minoría se mostrarán vulnerables a las tentativas de influencia de la fuente en una medida que dependerá de que la unanimidad de la fuente sea o no rota por otros individuos presentes y también del estilo de comportamiento de estos individuos.

Para verificar esta hipótesis, el autor de la investigación empleó el paradigma clásico de Asch. Un grupo mayoritario es sometido a las tentativas de influencia de dos cómplices que representan a la minoría y definen unánimemente una posición desviada, es decir, que sobrestiman la longitud de la línea patrón eligiendo de forma consistente una línea de comparación demasiado larga. A fin de controlar de manera rigurosa los dos factores que pueden determinar la influencia pública de una minoría, el grupo de la mayoría está formado por un sujeto y tres cómplices. Puesto que se trata de medir la fuerza de impacto de la unanimidad de la fuente minoritaria, los blancos de influencia responden ya sea inmediatamente después de la fuente minoritaria y antes de cualquier respuesta proveniente de un cómplice perteneciente a la mayoría (condición de unanimidad) o bien después de la fuente minoritaria y de todos los cómplices de la mayoría (condición de unanimidad rota). Se manipula el estilo de comportamiento de los cómplices de la siguiente manera: reciben instrucciones de resistir con consistencia a las tentativas de influencia de la minoría y dar siempre una respuesta correcta, o bien, reciben instrucciones de seguir el punto de vista de la minoría durante una serie de ensayos elegidos de antemano y, de hecho, aleatoria. A fin de medir los efectos obtenidos en las condiciones experimentales, se añade una condición de control: en ella, los sujetos no son expuestos a influencia alguna. La figura 2 presenta la tabla de resultados. Estos muestran que los efectos públicos diferentes previstos son función de los dos factores manipulados. Efectivamente, encontramos que una minoría consistente no tiene influencia alguna sobre los miembros de la mayoría que están seguros o al menos prevén que otros miembros de la mayoría no adoptarán el punto de vista de la minoría, sino que, al contrario, se mantendrán en su propia posición (línea continua de la figura 2). De este modo, cuando un miembro individual de la mayoría recibe, de forma muy consistente, un apoyo por parte de todos los demás miembros de la mayoría, no se verá afectado de manera significativa por la fuente mino-

ritaria. El hecho de que este apoyo le haya sido otorgado antes de que enunciase su juicio (condición de unanimidad rota) o después de que lo hiciera (condición de unanimidad), no modifica la resistencia del blanco a las tentativas de influencia de la minoría. Sin embargo, cuando el apoyo está presente de forma menos consistente y, en realidad, aleatoria (línea punteada), el resultado cambia dependiendo de si un blanco particular ha recibido la información antes o después de enunciar su juicio. Cada vez que los miembros individuales de la mayoría reaccionan de forma inconsistente, es decir, cuando sostienen tanto el punto de vista de la minoría como la posición inicial del blanco al que va dirigido la influencia, este último mantendrá su propio punto de vista, a condición de que reciba el apoyo inconsistente antes

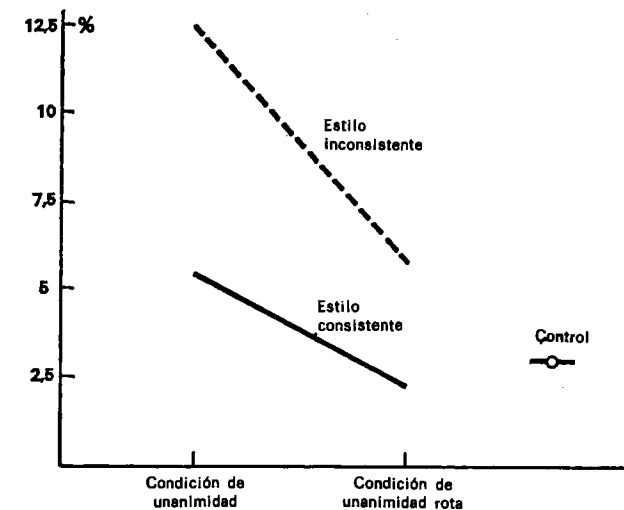


FIG. 2.—Porcentaje de respuestas influenciadas en función de la unanimidad, de la unanimidad rota de la fuente y del estilo de comportamiento de los miembros de la mayoría

de que deba enunciar su juicio (condición de unanimidad rota). Pero si recibe la información inconsistente después (condición de unanimidad), el blanco será mucho más vulnerable a las tentativas de influencia de la minoría. En este caso podemos sostener que el blanco, habida cuenta del comportamiento inconsistente de los miembros de su propio grupo, está en imposibilidad de prever su comportamiento. Al enfrentarse a una minoría fuertemente consistente y sin saber si puede contar o no con los miembros de su propio

grupo para que le brinden un apoyo social, el individuo será más susceptible de ser influenciado por la minoría.

Estos resultados, obtenidos en una condición de innovación, corroboran con gran precisión los de las investigaciones precedentes que fueron evaluados en condiciones de conformidad. En efecto, si consideramos la situación del blanco de la influencia de la minoría, que es la más afectada por las tentativas de influencia de la fuente, percibimos con facilidad la analogía entre esta situación y la situación de un blanco aislado en una situación de conformidad típica. Tanto en una como en la otra, los blancos en cuestión conocen la posición desviada de la fuente y ni uno ni otro saben cuál será la reacción de otros blancos ante este punto de vista desviado.

Debido principalmente a esta analogía, Doms y Van Avermaet decidieron llevar aún más lejos el análisis del papel desempeñado por el apoyo social en un contexto de innovación. Se proponían ver si los individuos que brindaban un apoyo social desempeñarían el mismo papel en una situación de influencia de la minoría que en una situación de influencia de la mayoría. Dicho de otra manera, si estos «supporters» aumentarían con éxito la resistencia del blanco a las presiones de la fuente y reducirían de manera efectiva la influencia pública de esta fuente. Con este fin adelantaron la siguiente hipótesis: una fuente de influencia minoritaria puede tener efectos públicos muy pronunciados, en la misma medida que una fuente mayoritaria, si se le brinda ocasión (como sucede con las fuentes mayoritarias en el marco clásico de la conformidad) de ejercer su influencia sobre blancos aislados que no reciban ningún apoyo social o solamente un apoyo social muy débil, en favor de su punto de vista inicial.

Para verificar esta hipótesis, los autores se basaron fundamentalmente en el estudio de un grupo de seis personas. En este estudio, la variable minoría-mayoría desempeñaba el papel de primer factor y la diferente cantidad de apoyo social el de segundo factor. En todas las condiciones experimentales se hizo creer a los sujetos que formaban parte de un grupo de seis personas. En las condiciones de innovación, una minoría compuesta por dos cómplices sobrestimaba con consistencia la longitud de la línea patrón y enunciaba su juicio en primero y segundo lugar. Todos los sujetos respondían en tercer lugar y recibían un apoyo social por parte de los tres cómplices que respondían tras el sujeto y que apoyaban su juicio correcto de la longitud de la línea. En las condiciones de conformidad, una mayoría compuesta por cuatro cómplices sobrestimaba la longitud de la línea patrón y daba su respuesta en primero, segundo, cuarto y quinto lugar. Todos los sujetos respondían de nuevo en tercer lugar y recibían un apoyo social por parte de un cómplice que respondía en última posición.

Por lo que respecta a la manipulación del segundo factor, los blancos recibían un apoyo social ya fuera durante los primeros cinco ensayos, o bien durante la primera mitad de los ensayos, o bien durante todos los ensayos.

La interrupción del apoyo social en las dos primeras condiciones se efectuaba mediante una «avería» simulada del material: los blancos ya no podían ser informados de las respuestas de los tres últimos sujetos y viceversa. A partir de ese momento, los blancos de influencia de la mayoría y de la minoría ya no recibían el apoyo social de los miembros de su propio grupo y quedaron expuestos así a una fuente idéntica de influencia, es decir, los dos cómplices. Para evaluar los efectos obtenidos en estas condiciones se añadió una condición de control, una condición de innovación que incluía a dos cómplices de la minoría y a cuatro sujetos (condición regular de innovación) y, finalmente, una condición de conformidad compuesta por dos cómplices de la mayoría y un sujeto (condición regular de conformidad).

La figura 3 presenta la tabla de los resultados obtenidos en este estudio. Podemos ver que corroboran las hipótesis. Un análisis de varianza de los datos del esquema ha mostrado, de hecho, un efecto principal debido al factor de apoyo social, pero ningún efecto principal que resultase de la variable mayoría-minoría. Así, estos resultados indican claramente que el apoyo social cumple una función similar en las situaciones de influencia de la mayoría y de la minoría. Tanto en una como en otra, tiene por función aumentar

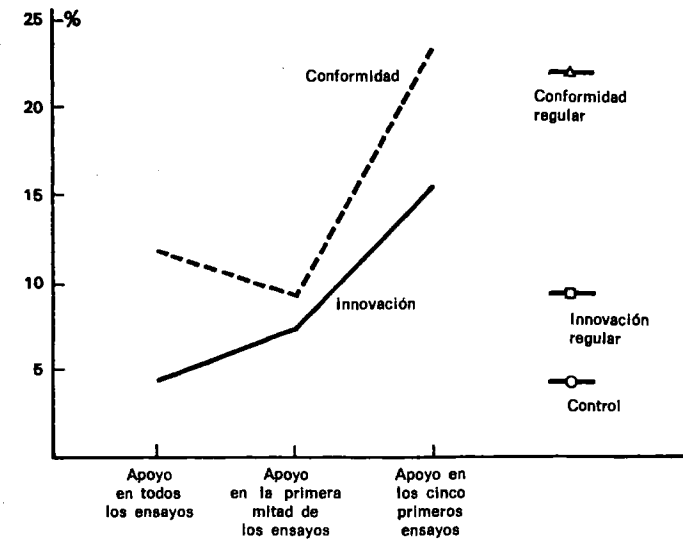


FIG. 3.— Porcentajes de respuestas influenciadas en función de la cantidad de apoyo social

con éxito la resistencia del blanco a la influencia de la fuente y reducir también de manera significativa el impacto de sus tentativas. En realidad, los blancos son más afectados por las tentativas de influencia de la fuente cuando han recibido un apoyo social en sólo cinco ensayos. En estas condiciones, los resultados de influencia resultaron más pronunciados que en las otras dos condiciones.

El resultado esencial que nos interesa aquí es el hecho de que una fuente de influencia minoritaria resulta más influyente cuando tiene ocasión de ejercer su influencia sobre blancos aislados, cuyo propio grupo de referencia ya no está presente y que sólo le otorga un apoyo social débil al manifestarse. En dichas condiciones, la minoría se mostró capaz de obtener un acuerdo público con su punto de vista a un nivel hasta entonces reservado exclusivamente a una fuente mayoritaria. Y cada vez que la minoría se hallaba, ya no ante un blanco aislado, sino ante un grupo de cuatro blancos (condición regular de innovación), fue menos influyente que una minoría confrontada con blancos aislados y que una mayoría confrontada con blancos igualmente aislados.

¿Qué hay que retener de esta tabla general de resultados? Primero, esta serie de experiencias presenta pruebas totalmente concluyentes respecto al papel de la consistencia de la fuente minoritaria, que no constituye el único factor que determina el desenlace de la interacción. De hecho, el desenlace también es determinado en gran medida por la presencia o ausencia del propio grupo de referencia al cual pertenece el blanco de la influencia, y cuando este grupo está presente, por el estilo de comportamiento que adopten sus miembros. Además, en circunstancias particulares, una fuente minoritaria puede ejercer efectos públicos de influencia tan importantes como los efectos producidos regularmente por una fuente mayoritaria. Este es uno de los resultados más importantes y regresaremos a él en la última sección de este capítulo.

Hasta ahora hemos examinado la posible aplicación de ciertas proposiciones derivadas de las investigaciones realizadas con pequeños grupos para el estudio de los factores que determinan la influencia de las minorías. Para afinar nuestro análisis hemos tomado en consideración el papel desempeñado por el estilo de comportamiento tanto de la fuente minoritaria como de la mayoría. Sin embargo, cada vez que hemos subrayado la importancia de este estilo, tan sólo nos hemos referido a una dimensión única, a saber, a su aspecto *simbólico*. No obstante, el carácter persuasivo de un estilo particular puede también depender del *contenido* de la actitud que preconiza. A este respecto, Paicheler (1976, 1977, 1979) sugiere que un estilo de comportamiento consistente será persuasivo en la medida en que corresponda a la evolución de las normas. Dicho de otra forma, debe acordarse con el desusado término de «espíritu de la época» (una expresión más moderna sería decir que «está en onda»), incluso si se trata de una posición desviada

o minoritaria. Si un estilo consistente expresa una reacción contra la evolución de las normas, puede tener un efecto repulsivo sobre los demás y afectar así la naturaleza de la influencia de la minoría.

Veamos, pues, la investigación realizada para verificar estas hipótesis. Se comienza por evaluar las actitudes de los sujetos hacia las mujeres y se constata que todos ellos son ligeramente feministas. Luego se pide a los sujetos repartidos en grupos de cuatro personas que discutan varias cuestiones relacionadas con la vida de las mujeres y que lleguen a una decisión unánime, eligiendo entre varias soluciones la que les parezca mejor. Tras la discusión en grupo, se invita a cada sujeto a que formule una vez más su opinión individual sobre cada cuestión. El grupo de control estaba formado por cuatro sujetos de sexo femenino. Los grupos experimentales incluían tres sujetos y un cómplice, todos ellos de sexo femenino. En las dos condiciones experimentales, este cómplice adoptaba una posición extrema y la defendía de manera muy consistente. En una condición, no obstante, esta mujer expresaba una posición orientada según la norma que la hacía aparecer como feminista, y en la otra, al contrario, una posición contra esta norma, lo que la hacía aparecer como antifeminista.

¿Qué nos enseñan estos resultados? Cuando el grupo incluye una mujer de opiniones feministas muy acentuadas, los sujetos se ponen de acuerdo con gran facilidad con el cómplice en posiciones feministas extremas: en el 94 % de los casos, los sujetos adoptaron la posición del cómplice. A pesar de una ligera disminución, este efecto de extremización persiste cuando, después de la interacción, los sujetos responden de nuevo solos y en privado. Este grado de extremismo para el conjunto de la muestra de sujetos subraya con claridad la considerable influencia de una persona feminista que representa una norma innovadora. El carácter persuasivo de las normas está relacionado con la dirección de su evolución. Esto se desprende de los resultados obtenidos cuando el cómplice toma una posición antifeminista, orientada en contra de la norma. Entonces el cuadro se modifica profundamente. Antes que nada anotemos este importante resultado: en el 94 % de los casos, los miembros del grupo no llegan a una decisión unánime. Además, en lugar de encontrar un efecto de extremismo, el experimentador observó una convergencia de actitudes hacia un valor neutro. En la fase postexperimental, se pudo observar un regreso bastante marcado a la actitud inicial. Al parecer, la presencia de una persona antifeminista implica pocos cambios. De esta manera, los resultados verifican claramente la hipótesis de que el carácter persuasivo de un estilo de comportamiento puede depender del contenido de la actitud expresada.

Sin embargo, tenemos que llevar a cabo un análisis más completo de los resultados que tome en consideración la actitud inicial de los sujetos hacia las mujeres. De ello se desprende que el fenómeno es, en realidad, más complejo y sutil. En efecto, dicho análisis pone de manifiesto el esbozo de un proceso de bipolarización. En la bipolarización podemos observar un



fenómeno de influencia diferencial. Así, las opiniones de la minoría tienen como consecuencia un desplazamiento hacia el antifeminismo de los sujetos que ya se mostraban feministas y un desplazamiento hacia el feminismo por parte de los sujetos que se mostraban antifeministas en cierta medida. De este modo, la expresión consistente de una actitud extrema orientada en contra de la norma aumentó la divergencia de opiniones y provocó al mismo tiempo la división del grupo y la ruptura de las negociaciones entre sus miembros.

Esta imagen más detallada de los resultados dejaría entender que el carácter persuasivo de un estilo de comportamiento no depende únicamente del contenido de la actitud expresada. Dos minorías que defendían de forma consistente un punto de vista extremo, una expresando una posición orientada según la norma y la otra una posición orientada en contra de la norma, también ejercieron influencia sobre su entorno. Sin embargo, si tenemos en cuenta el contenido de la actitud, ambas provocaron cambios de diferente tipo. La primera logró que el grupo compartiera sus actitudes y creencias, mientras que la segunda creó una escisión en las actitudes y creencias del grupo.

Una investigación de Maass y sus colaboradores (1982) llegó a una tabla de resultados análogos. Estos autores se interesaron en la posibilidad de generalizar, en el caso de las minorías reales, los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas sobre minorías de laboratorio. Así que examinaron cómo el espíritu de la época y la competencia o el interés personal percibidos afectarían la influencia de una fuente minoritaria. Tomando en consideración su interés, los experimentadores manipularon no sólo el carácter favorable o desfavorable del espíritu de la época respecto a la posición de la minoría, sino además juzgaron útil distinguir las minorías simples de las minorías dobles. Definían a las minorías simples como individuos que se desvían de la mayoría solamente a nivel de creencias; las minorías dobles difieren de la mayoría tanto a nivel de creencias como debido a su pertenencia a una categoría particular.

A fin de evaluar la influencia respectiva de unas y otras se reunieron grupos de sujetos masculinos para discutir un problema controvertido con una minoría compuesta ya fuera de dos cómplices masculinos (minoría simple) o bien de dos cómplices femeninos (minoría doble). Los dos cómplices defienden de forma consistente una posición desviada respecto a uno de estos dos problemas: el aborto y la pena de muerte. Para el primero, la evolución del espíritu de la época es favorable a la posición pro-aborto defendida por la minoría. Para el segundo, la evolución del espíritu de la época es contraria a la posición de la minoría que desea la abolición de la pena de muerte.

Los autores formularon dos hipótesis concurrentes sobre la influencia diferente que se espera de parte de las minorías simples y dobles. Según la noción de competencia, cabe esperar que una minoría doble sea percibida

como más competente y, por ende, más influyente que una minoría simple cuando el problema que se discute (el aborto) está directamente relacionado con el status de la minoría (las mujeres). Por el contrario, la noción de interés personal nos haría prever que la doble minoría será percibida como parcial y ejercerá así una menor influencia en este caso. Una segunda hipótesis se relaciona con el carácter favorable o desfavorable del espíritu de la época. A este respecto, cabe esperar que una minoría ejerza su mayor influencia cuando el espíritu de la época vaya a favor de la posición de la minoría (aborto) y que esta influencia sea, al contrario, menos fuerte cuando el espíritu de la época no sea favorable a su posición (pena de muerte).

¿Corroboran los resultados de la investigación estas hipótesis? Por lo que se refiere a la influencia diferente de las minorías simples y dobles, estos resultados tienden a apoyar la noción de que las minorías dobles son percibidas como poseedoras de un interés personal más fuerte y ejercen, por consiguiente, menor influencia que las minorías simples. Sin embargo, la diferencia de influencia tan sólo se verifica cuando el espíritu de la época es favorable a la posición de la minoría. Cuando se declararon en contra de la pena de muerte, ni una ni otra minoría lograron provocar un cambio significativo en la actitud de la mayoría.

Estos últimos resultados sobre el carácter favorable/desfavorable del espíritu de la época difieren un poco del esquema de resultados establecidos por Paicheler. Sin embargo, a pesar de las diferencias entre ambos estudios, que van mucho más allá de una simple diferencia entre resultados, podemos concluir que las circunstancias normativas, ya sean favorables o desfavorables a la posición de la minoría, podrían afectar en cierta medida y algunas ocasiones su grado de influencia y, a veces, la naturaleza de esta influencia. En cualquier caso, el espíritu de la época parece constituir un factor de la influencia de una minoría que no debemos menospreciar si deseamos comprender la innovación, no solamente en el laboratorio, sino también y sobre todo en la vida real.

## F. La influencia de las minorías y las normas sociales

A todo lo largo de la exposición precedente hemos considerado el proceso de influencia social como un proceso de negociación tácita: cada miembro del grupo intenta hacer prevalecer en ella su propio punto de vista, considerando al mismo tiempo la posibilidad de hacer ciertas concesiones a fin de llegar a un acuerdo. Es en este marco que hemos examinado las características de la fuente, del blanco de la influencia y el papel desempeñado por el contexto social, en la medida en que cada uno de estos elementos parecía constituir un factor del desarrollo y desenlace de un proceso de innovación. Sin embargo, resulta evidente que, para percibir un desacuerdo fundamental



y, por ende, para tener razones para llegar a un acuerdo, es necesario que los interlocutores que intervienen en dicha negociación tomen una decisión y lleguen a un acuerdo previo sobre las reglas y los valores que dirigen y determinan su comportamiento. Estas reglas y estos valores provienen, en realidad, de un conjunto de principios fundamentales. Se les denomina axiomas en una teoría científica y normas en las relaciones entre individuos y grupos.

Se podrían establecer tres normas (Moscovici, 1979) que determinan el juicio que realizamos sobre objetos particulares:

- la norma de *objetividad*, está relacionada con nuestra necesidad de comprobar las opiniones y los juicios siguiendo el criterio de exactitud objetiva;
- la norma de *preferencia* presume la existencia de opiniones más o menos deseables que reflejan gustos diferentes;
- la norma de *originalidad*, finalmente, elige los juicios y las opiniones según el grado de novedad que representan y el grado de sorpresa que pueden causar.

Por consiguiente, suponemos que el resultado de una interacción puede diferir dependiendo de que una de estas normas esté en vigor y no las otras dos. ¿Por qué razón afectan estas normas el desenlace de una interacción? Ya hemos indicado que el acuerdo o el consenso tienen dos funciones importantes. Por una parte sirven para validar nuestras opiniones y juicios, relacionándose con la necesidad de confirmar que nuestras propias percepciones y nuestra propia comprensión de la realidad corresponden a la realidad aceptada por todos. Por la otra, sirven para aumentar nuestra propia estima, debido al hecho de ver que nuestros juicios y opiniones son reconocidos por los demás.

Cada una de estas dos funciones interviene en el proceso de influencia. Pero saber cuál de ellas predomina y da forma al intercambio de influencia es, en cierta medida, cuestión de norma social. No hace falta discutir que la norma de objetividad otorga prioridad a la función de validación del consenso. Esta norma nos obliga a tener en cuenta la realidad objetiva: la unanimidad que encuentra garantiza su validez. Por definición existe una sola y única respuesta correcta. Ante las divergencias relacionadas con juicios sobre lo que es verídico y lo que no lo es, es necesario emprender un proceso de validación. En el otro extremo, la norma de preferencia da prioridad al aumento de la estima de sí mismo, dejando el campo libre a las variantes y elecciones individuales. Lógicamente, si los individuos son llevados a comparar sus opciones, no se excluye la búsqueda del consenso y es aquí donde puede intervenir la influencia. No obstante, resultará difícil encontrar algo más que un denominador común para las numerosas realidades particulares,

de manera que el consenso tan sólo puede representar la convergencia de gustos. Y como dice el proverbio, en cuestión de gustos no hay nada escrito. Por lo que respecta a la norma de originalidad, ésta combina, hipotéticamente, las exigencias de las dos normas anteriores. Por una parte, exige que se respete la exactitud objetiva. Por la otra, sirve para aumentar la estima de sí mismo, debido al hecho de que se da prioridad a la solución menos banal, a aquella que contiene elementos nuevos que se salen de lo ordinario. Con toda probabilidad, el consenso tendrá lugar alrededor de la solución que dé testimonio tanto de poder heurístico como de adecuación a la realidad.

En las páginas precedentes hemos mostrado de qué manera una minoría podía tener influencia cuando la objetividad es la norma. Sin embargo, resulta evidente que la influencia social puede también echar mano de la norma de originalidad, particularmente cuando toma la forma de innovación. Para un científico, para un artista o para cualquier persona que busque la novedad y la originalidad, y tema sobre todas las cosas ser acusada de imitación o plagio, la importancia de la originalidad no abriga duda alguna. Si deseamos ver cómo suceden las cosas, tenemos que hacernos las siguientes preguntas: ¿Qué papel desempeña la norma de originalidad en el proceso de influencia? ¿Qué sucede cuando una minoría intenta ejercer una influencia en una situación social en la que se aprecia grandemente la originalidad? ¿Qué forma adoptará la influencia de la minoría donde se desarrolla? ¿Y cuál será el papel del innovador?

Para dar una mayor claridad a esa exposición intentaremos primero responder a estas preguntas avanzando algunas observaciones. Luego presentaremos algunas pruebas experimentales y se verá que parecen corroborar nuestras respuestas. Una primera observación sería que la norma de originalidad deberá vencer muchos obstáculos: en efecto, la norma de objetividad es tan poderosa que las presiones hacia la conformidad serán también muy fuertes. Luego, una respuesta nueva y original de la minoría no dejará de despertar interés. No obstante, cada vez que un individuo imite la respuesta de la minoría, le dará validez, sin satisfacer, no obstante, las exigencias de la norma: en efecto, su respuesta es imitativa y ya no puede ser original. Y tan sólo se pueden satisfacer estas exigencias inventando nuevas respuestas. Así, cabe esperar que una minoría provoque primero imitaciones de su propia respuesta, antes de suscitar respuestas originales por parte del grupo. Finalmente, podemos pensar que, en las situaciones en que predomina la norma de originalidad, el comportamiento de una minoría parecerá menos absurdo y más aceptable. Si es así, será vista de forma más favorable y, probablemente, ejercerá una mayor influencia. Después de todo, si la norma de objetividad da prioridad a la mayoría, la norma de originalidad hace otro tanto con la minoría. O al menos debería hacerlo.

Un estudio de Mugny y sus colaboradores (1981) aporta resultados que

están de acuerdo con nuestra proposición final: estos resultados demuestran en efecto que una minoría ejerce una mayor influencia en un marco de originalidad que en un marco de objetividad. Los autores intentaron explicar por qué las minorías fracasan generalmente cuando tratan de producir una influencia manifiesta, y sin embargo ejercen al mismo tiempo una influencia a nivel de respuestas privadas o incluso latentes. Subrayan en lo esencial que la adopción pública del punto de vista de una minoría desviada no consiste simplemente en adherirse a la posición de esta minoría, ya que esto supone además atribuirse a sí mismo todas las características estereotipadas que los demás atribuyen a la fuente. La presencia de características estereotipadas particulares dependerá en gran medida de tres factores: 1/ el marco normativo en el que una minoría ejerce su influencia; 2/ el estilo de comportamiento de la minoría, y 3/ la posición inicial del blanco de la influencia.

Por lo que respecta al primer factor, el marco normativo, los autores sostienen que la mayoría de las situaciones de influencia de las minorías hacen intervenir la norma de objetividad. En dicho contexto, resulta fácil decir que el comportamiento de la minoría desviada no es conforme a la norma vigente. Unirse públicamente a dicha posición minoritaria implicaría así atribuirse características que tienen una connotación negativa de desviación social. Los autores adelantan la hipótesis de que una minoría ejercerá una mayor influencia manifiesta cuando tenga ocasión de ejercer esta influencia en el interior de un marco normativo en el que su posición no sea considerada como desviada socialmente, sino más bien original. En dicho marco, las características estereotipadas atribuidas a la minoría tomarán una connotación más favorable; los individuos tendrán menos dudas para unirse públicamente al punto de vista de la minoría.

Por lo que hace al estilo de comportamiento de la fuente, los autores han verificado en varias ocasiones durante estudios precedentes (Mugny, 1982) que las minorías que adoptan un estilo de comportamiento rígido ejercen una menor influencia que aquellas que emplean un estilo más flexible. De acuerdo con los resultados obtenidos por Ricateau (1971), descubrieron que la primera de estas minorías sugiere características más negativas, ya que es considerada rígida y dogmática. Adoptar públicamente la posición de dicha minoría implicaría atribuirse rasgos que tienen connotaciones negativas. Por el contrario, una minoría más flexible sugeriría características más positivas y aquellos que adoptaran su posición se atribuirían rasgos con connotaciones menos negativas. Puesto que una minoría rígida sugiere casi de manera automática características con connotaciones negativas, el marco normativo en el que dicha minoría ejerce su influencia tan sólo modificaría débilmente el grado de su influencia pública. No obstante, por lo que respecta a la influencia de una minoría flexible, los autores esperan que ésta sea más pronunciada en un marco normativo de originalidad que en un marco de objetividad o de desviación social.

Finalmente, por lo que se refiere a la posición inicial de los blancos mayoritarios, los autores suponen que los sujetos cuya posición inicial está más próxima a la posición de la minoría serán más propensos a atribuirse las características de la fuente. Para ellos, una identificación con la fuente resulta totalmente pertinente y probable. Así, los autores adelantan la hipótesis de que la modificación del marco normativo afectará en mayor medida al comportamiento de los sujetos cuya posición está próxima a la de la minoría que al comportamiento de los sujetos cuya posición inicial se aleje en mayor medida de esta posición minoritaria.

A fin de verificar estas hipótesis, Mugny y sus colaboradores comenzaron por establecer las opiniones iniciales de los sujetos respecto al problema de la contaminación y luego les pidieron que leyeran un texto sobre este problema procedente de una minoría. Inmediatamente antes de esta lectura se elaboró el marco normativo mediante un pasaje escrito sobre la tapa del texto y que subrayaba ya sea su originalidad o bien su objetividad. El carácter rígido o flexible de la posición de la minoría había sido introducido en el texto por medio de cuatro consignas que expresaban proposiciones extremas o moderadas, formuladas por la minoría a fin de resolver el problema de la contaminación.

¿Qué nos enseñan los resultados de esta experiencia? En general confirman las hipótesis de los autores (figura 4). Antes que nada, resulta que una minoría ejerce una influencia más directa en un marco normativo de originalidad que en un marco normativo de desviación social. Luego, por lo que respecta al estilo de comportamiento, una minoría rígida ejerce una menor influencia que una minoría flexible, tanto en el primer marco como en el segundo. Esto se desprende con gran claridad de la tabla de resultados obtenidos por los sujetos más alejados. Éstos se muestran más dispuestos a ponerse de acuerdo con la fuente minoritaria cuando ésta es flexible o cuando está en vigor la norma de originalidad. El examen de los resultados de los sujetos más próximos presenta un cuadro algo diferente. Para estos sujetos, el marco de originalidad favoreció la adopción directa de la posición de la minoría únicamente cuando la minoría dio pruebas de un estilo de comportamiento flexible. Ante una minoría rígida, los sujetos próximos no son influenciados en mayor medida cuando la norma de originalidad está más vigente que en el marco de la norma de desviación social. No obstante, si se examinan los efectos privados de influencia, ambas minorías, tanto la rígida como la flexible, ejercen una gran influencia en un marco de originalidad. En este marco, su influencia fue mucho más marcada que en el marco de objetividad. Los resultados de este estudio muestran así que el marco normativo puede afectar en gran medida la influencia pública y privada de una minoría.

Todas las observaciones hechas anteriormente han servido de base para un estudio de Moscovici y Lage (1978) en el que encontraron una amplia

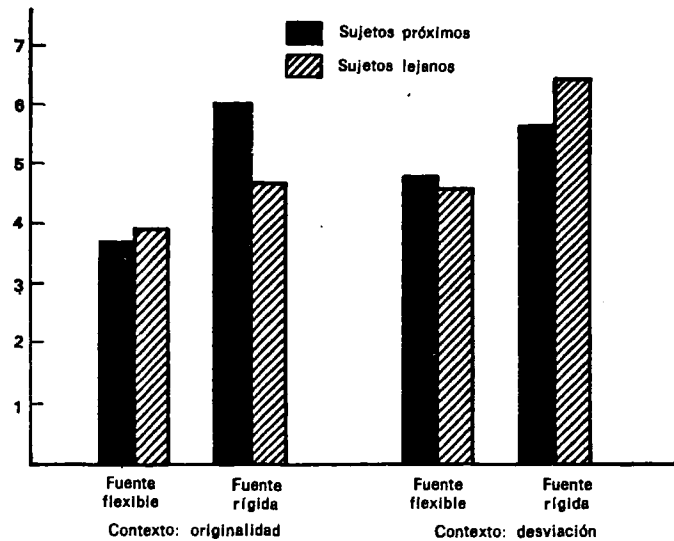


Fig. 4. — Grado de acuerdo promedio (1=acuerdo; 12=desacuerdo) en función del contexto normativo, del estilo de la fuente y de la distancia entre la fuente y los sujetos

confirmación. El paradigma sobre el que se apoya es esencialmente el mismo que el empleado en el estudio de Moscovici y sus colaboradores (1969) que ya hemos expuesto en este manual. Sin embargo, existe una importante diferencia: en el estudio de 1969, los sujetos debían citar el color de las diapositivas en un marco en el que había que dar pruebas de objetividad, mientras que en el que nos ocupa ahora, los experimentadores pusieron el acento en la originalidad de las consignas dadas a los sujetos. Así, si en el primer estudio la respuesta *verde* podía juzgarse *inexacta*, en el segundo, esta misma respuesta podía ser considerada como *original*.

He aquí las cinco condiciones experimentales. En la primera (condición de originalidad simple), la experiencia se presenta como un estudio de la originalidad en la visión de los colores y la propia tarea se describe de forma objetiva. En la segunda condición (condición de discusión), antes de tomar parte en la experiencia propiamente dicha, los sujetos llevan a cabo una discusión sobre el significado de la originalidad. En una tercera condición (condición normativa), los experimentadores subrayan de forma explícita la nor-

ma de originalidad y destacan los aspectos positivos del comportamiento original. En una cuarta condición (condición de auto-afirmación), los experimentadores intentan reforzar la creencia de los sujetos en su propia originalidad, haciéndoles creer que la evaluación que obtienen en este test está por encima de la media. En la quinta condición (condición de interiorización de la norma), transcurren veinticuatro horas entre la presentación de la norma de originalidad y la fase de interacción. Este período debe permitir a los sujetos vencer su resistencia y acostumbrarse a la norma de originalidad.

Ahora tenemos que examinar los resultados de esta experiencia. Digamos, para empezar, que, entre las cinco condiciones, sólo las tres últimas dieron lugar a un alto número de respuestas originales, siendo el porcentaje de 17,6, 21,6 y 28,6 respectivamente para las condiciones 3, 4 y 5. En las dos primeras condiciones, por el contrario, la introducción de la norma de originalidad no produjo un efecto significativo, en comparación con las condiciones en que prevalecía la norma de objetividad. Así pues, podemos señalar que la influencia de una minoría consistente es mayor cuando el acento está puesto claramente sobre la originalidad. Pero, ¿de qué manera se ejerce exactamente la influencia en estas tres condiciones? ¿Ha llevado la minoría a los sujetos a que se contenten con imitar sus respuestas o bien, al contrario, los ha incitado a que produzcan respuestas nuevas? En la condición normativa, 10,8 % del 17,6 % de respuestas originales son respuestas *verde* y el 6,4 % restante son matices de verde como el turquesa y el verdiazul. En este caso parece que los sujetos hubiesen adoptado una solución de compromiso que les permitió distinguirse de los demás por medio de pequeñas

TABLA II. — La influencia pública de una minoría consistente en un contexto de norma de originalidad

	Originalidad simple	Condición de discusión	Condición normativa	Condición de auto-afirmación	Condición de interiorización de la norma
Respuestas originales	8,10	13,08	17,59	21,63	28,58
Respuestas verdes	7,87	11,69	10,76 (2,08)	13,19 (1,94)	15,04 (8,21)
Respuestas matizadas	0,23	0	6,73 (0)	3,67 (2,45)	0,69 (0)
Otras respuestas	0	0	0,46 (0)	4,76 (3,27)	12,84 (0)

Los resultados aparecen en forma de porcentaje. Las cifras entre paréntesis corresponden a las condiciones de control.

diferencias de nombre que daban a las diapositivas. Así evitaban el conflicto, aunque conservando la ilusión de estar dando pruebas de originalidad. En la condición de auto-afirmación, el 21,6 % de respuestas originales está compuesto por 13,2 % de respuestas *verde*, 3,7 % de matices y 4,7 % de otros colores como el gris, el blanco y el amarillo. En esta condición, se observa, al lado de las respuestas que imitan a las de la minoría y de las respuestas de compromiso, una tercera reacción que da pruebas de total originalidad.

Si bien la tendencia a la originalidad no es significativa en la condición de auto-afirmación, se expresa plenamente en la condición en que se interioriza la norma. El 28,6 % de respuestas originales se reparten entre 15 % de respuestas *verde*, 0,7 % de respuestas matizadas y 12,8 % de respuestas de otros colores. En esta condición parece que la exigencia de originalidad haya incitado a los sujetos a producir nuevas respuestas y a cambiar la dimensión de su respuesta. Recordemos que las diapositivas tienen dos aspectos: el color y la intensidad luminosa. De este modo, cuando el cómplice innovaba respecto al color, los sujetos otorgaban una atención particular a la dimensión de la luminosidad, única solución alternativa. Si comparamos estos resultados con los obtenidos en una condición de control en la que se había introducido el mismo período de 24 horas, pero insistiendo en la norma de objetividad, resulta evidente que la originalidad total no se debe al período de interrupción en sí mismo, sino a la interiorización de la norma de originalidad.

¿Qué debemos retener de este cautivante estudio? Cuando se introduce la originalidad a título de *criterio* para juzgar las propiedades de un objeto (condiciones 1 y 2), ésta carece de efecto, sin duda porque los sujetos no llegan a liberarse de la norma de objetividad. Por el contrario, si introducimos la originalidad a título de *norma*, esto incita a los miembros de la mayoría a que se muestren más dispuestos a adoptar la respuesta de la minoría. En este caso, no obstante, la mayoría aún da pruebas de imitación y no de innovación. Solamente reforzando la creencia de los sujetos en su propia originalidad y, lo que es más, dándoles tiempo de interiorizar la norma, se les puede llevar a dar todo de sí mismos y producir nuevas respuestas.

Los resultados examinados muestran que, según las reglas o normas que gobiernan nuestro comportamiento y el de los demás en una interacción social, el curso de esta interacción puede adquirir aspectos muy diferentes. Respecto a la propia innovación, podemos ver que sería imposible obtener un concepto coherente de la influencia de las minorías sin tomar en consideración estas normas de forma explícita.

## G. Conclusión

Podemos decir, sin temor a ser desmentidos, que la psicología de las minorías activas es un tema nuevo. Su estudio comenzó hace tan sólo veinte años. Este capítulo presenta únicamente una muestra de las investigaciones realizadas primero en Europa y, más tarde, en Estados Unidos. El conjunto de estas investigaciones ha permitido obtener un paradigma basado en una idea fundamental que realmente es muy simple: los individuos o los subgrupos minoritarios pueden ejercer una influencia sobre la mayoría, a condición de que dispongan de una solución de recambio coherente y se esfuercen activamente por hacerse visibles y por ser reconocidos mediante un comportamiento consistente. Es decir, presentando su punto de vista de manera resuelta, con seguridad y convicción. Las minorías que afrontan deliberadamente el conflicto con la mayoría o lo buscan incluso desafiando la opinión dominante y el consenso social, pueden hacer que esta mayoría cambie su punto de vista a fin de establecer un nuevo consenso.

A pesar de la sencillez de esta idea y de estar apoyada por hechos empíricos, no por ello deja de chocar contra los presupuestos del sentido común e incluso va en contra de gran parte de las concepciones dominantes en psicología social (de Montmollin, 1977). Gran número de personas piensa que, para tener influencia, es necesario antes que nada constituir reservas de poder, tener una competencia reconocida, hacer amigos, etc., a fin de utilizarlos después para imponer un cambio innovador. A la pregunta: «¿Quién tiene derecho a desviarse, a introducir algo nuevo o a cambiar el orden establecido?» se ha respondido: «Los individuos que ya cuentan con cierto poder y de los que otros dependen de una forma u otra».

Esta perspectiva ha sido ilustrada por Hollander (1958, 1964). Sus investigaciones se basan en la suposición de que las opiniones o las acciones no conformistas tienen tantas posibilidades de ser aceptadas por la mayoría, como prestigio goce el que las preconiza. De este modo, se presume que este individuo adquiere este prestigio primero conformándose a las normas del grupo y dando pruebas de su competencia. Al conformarse adquiere un «crédito personal», es decir, que los otros miembros del grupo le otorgan su confianza y tienen de él una impresión favorable. En suma, este individuo se convierte en una especie de líder. Más adelante puede desviarse, innovar y, por ende, ejercer una influencia sobre el grupo.

Siguiendo la misma línea de pensamiento, Jones (1965) se preguntó cómo un individuo que tiene muy poco poder puede llegar a modificar las actitudes de un individuo más poderoso. Evidentemente sólo se le ocurrió un medio, viejo como el propio mundo: la adulación. Esta no es más que otra manera de conformarse, presentándose bajo una apariencia favorable y dando seguridades a aquellos que detentan una parte del poder. Así pues, cada vez

que nos hemos preguntado cómo los individuos minoritarios pueden innovar, hemos respondido que llegan a hacerlo mediante la conformidad. La receta es muy sencilla: primero conformarse y luego podremos innovar, cambiar las ideas de la mayoría o de la autoridad.

Sin embargo, la pregunta que nos preocupa no es saber si se puede o no imponer innovaciones por mediación de la conformidad. La respuesta resulta demasiado evidente: sí. Una pregunta más interesante sería saber si sólo puede hacerse mediante la conformidad. Ahora bien, la historia y la realidad contemporánea nos muestran que la respuesta es no. En realidad, nos encontramos ante dos categorías de innovación: unas se propagan de arriba hacia abajo y las otras de abajo hacia arriba. En el primer caso, la innovación es una forma y una consecuencia de la conformidad; en el segundo, se trata de un fenómeno independiente de la conformidad y opuesto a ella. Es este último caso el que nos parece más significativo y susceptible de revelar nuevos aspectos de la psicología social. Por ello hemos considerado que una minoría es capaz de ejercer una influencia sobre la mayoría, no porque ella comience por conformarse y asentir, sino porque se opone y se desmarca siguiendo un estilo de comportamiento particular. Las experiencias que hemos expuesto muestran ampliamente que las minorías, independientemente de su status social o su poder, cambian las opiniones del grupo, a condición de que den testimonio de consistencia y convicción. Además, cada vez que hemos comparado las proposiciones del paradigma dominante en psicología social y las derivadas del nuestro (Mugny y Papastamou, 1975-1976; Bray y colaboradores, 1982), los resultados han sido concluyentes. En efecto, estos resultados muestran que la dependencia, por ejemplo la competencia, pueden aumentar la influencia de una minoría, pero no constituyen una condición *sine qua non*. Así, pues, el factor más importante a la hora de decidir el desenlace de los esfuerzos destinados a innovar, a cambiar el punto de vista de la mayoría, es sin duda el estilo adoptado por la minoría (Mugny, 1982).

Aun a riesgo de repetirnos, vamos a expresar estas ideas de una manera ligeramente diferente. Según la teoría de la dependencia, en boga actualmente, todos los fenómenos de influencia se explican mediante el número, el poder, la competencia y así sucesivamente. Esto equivale a decir que los más numerosos, los más poderosos, los más competentes, etc., son también los más influyentes. Según la teoría de la consistencia, que hemos expuesto aquí, estos fenómenos se explican por medio del estilo de comportamiento de los interlocutores sociales: individuos, mayorías o minorías. Pero si este estilo de comportamiento, a saber, la consistencia, es un factor necesario, no siempre resulta suficiente. Sobre todo para una minoría, ya que hay que tener en cuenta la forma en que una mayoría la percibe y resiste. Ahora bien, esta percepción adquiere un aspecto más favorable y la resistencia disminuye cuando la minoría parece más importante y competente. O bien si sus ideas

corresponden al espíritu de la época, si el grupo tiene por norma la originalidad y desea mantener su unidad a cualquier precio.

Por último queda una pregunta que siempre se nos hace: ¿es una minoría más o menos influyente que una mayoría? De este modo se nos pide que evaluemos la importancia relativa de la innovación y la conformidad, que midamos si los efectos de la primera son mayores o menores que los de la segunda. Pero ante la forma de la pregunta, podemos ver que el énfasis está puesto sobre la diferencia cuantitativa entre las dos modalidades de influencia: mayor o menor. Y si nos atenemos únicamente a esta diferencia, no tendremos mayores problemas para responder que las minorías son menos influyentes que la mayoría. He aquí una conclusión que confirma al mismo tiempo la teoría de la dependencia y el sentido común. Cada uno de nosotros piensa que aquellos que desean cambiar algo tienen, *a priori*, menos probabilidades de lograrlo, que aquellos que desean mantener el *status quo*.

Pero ahí tenemos a la investigación para sorprendernos y hacer tambalearse las conclusiones del sentido común. Y la nuestra no constituye la excepción a la regla. Al menos por tres razones. Primero, las mayorías no siempre son más influyentes que las minorías (Moscovici y Lage, 1978; Moscovici y Doms, 1982). Segundo, se ha podido demostrar de forma convincente que la comparación entre la influencia de una minoría y la de una mayoría constituye una falsa comparación si no se tienen en cuenta sus condiciones específicas. ¿De qué se trata, entonces? En un medio donde se busca producir una innovación, los miembros de la mayoría tienen un apoyo social, ya que se apoyan y confirman recíprocamente. Por el contrario, en un medio donde se ejerce una presión hacia la conformidad sobre el individuo o una minoría aislada, éstos no disponen de dicho apoyo social para resistir la presión. En otras palabras, en el primer caso, el individuo puede defenderse contra la influencia; en el segundo, no puede hacerlo. Así pues, no es posible comparar ambas situaciones para decidir quién tiene mayor éxito: la mayoría o la minoría. Simplemente podemos decir que la sociedad dispone las cosas de manera de poder resistir mejor la innovación que la conformidad. Y esto es sin duda lo que muestran las experiencias (Doms, 1983; Doms y Van Avermaet, en prensa). En efecto, en el momento mismo que disminuye el apoyo social en un contexto de innovación, la minoría ejerce una influencia comparable a la que ejercería una mayoría. De forma inversa, en el momento mismo que aumenta el apoyo social de un individuo sometido a una presión hacia la conformidad (Asch, 1951), la influencia de la mayoría desciende de forma radical. En suma, no se puede afirmar *a priori* que las mayorías son más influyentes que las minorías. Únicamente podemos observar que están constituidas para resistir en mayor medida, lo que no es lo mismo.

Y he aquí la tercera razón que nos hace poner en duda la exactitud de esta conclusión. Hasta aquí hemos hablado de cantidad o de grado de in-

fluencia. Consideremos ahora su calidad o su naturaleza. En todas las investigaciones, se nos ha llevado a distinguir entre una influencia pública, por una parte, y una influencia privada, por la otra. La primera representa la sumisión de los individuos al grupo, sus respuestas en voz alta cuando unos están en presencia de otros. La segunda representa la sumisión de los individuos cuando se encuentran solos o cuando responden de forma independiente. Ahora bien, ¿qué observamos? En general, las minorías ejercen una influencia privada tan grande e incluso mayor que su influencia pública. Incluso constatamos un efecto de influencia privada en ausencia de efectos de influencia pública (Moscovici y Personnaz, 1980; Doms y Van Avermaet, 1980). Esto significa que una minoría puede cambiar las percepciones o los juicios de los individuos sin que este cambio se manifieste en el grupo e incluso sin que estos últimos tengan conciencia de ello. En el cuarto capítulo veremos cómo y por qué sucede esto. En cambio todo parece como si las mayorías ejercieran una poderosa influencia pública y una influencia privada bastante menor. Muchas personas se someten a la opinión común en presencia del grupo, para retornar luego a su propia opinión. Esto equivale a decir que la presión de una minoría es más eficaz que la de la mayoría a nivel privado, mientras que sucede lo contrario a nivel público. He aquí una conclusión tranquilizadora. Por el momento nos parece la única que corresponde a la realidad de los hechos. Al igual que otras ideas avanzadas en este capítulo, esta conclusión puede chocar contra los presupuestos de numerosos psicólogos y del sentido común. No obstante, esperamos haber mostrado que es esto lo que le brinda su interés.

## 3

## El cambio de actitud

POR GERMAINE DE MONTMOLLIN

## A. Introducción

En general, las personas tienen —como todos nosotros— posiciones firmes sobre cierto número de problemas de la sociedad contemporánea: están a favor o en contra del divorcio, el aborto, la pena de muerte, la libertad o el carácter laico de la enseñanza...; por razones ecológicas se oponen a la implantación de centrales nucleares o, por razones económicas, están a favor de su desarrollo; se adhieren al programa político de los socialistas o a las ideas de la derecha... Igualmente, la gente puede tener sentimientos o juicios favorables o desfavorables respecto a ciertas personas o grupos sociales: unos son hostiles a los judíos y otros odian a los árabes; algunos desconfían de los obreros y otros de los patronos. Incluso las mujeres y los jóvenes son objeto de división. Y son estas posiciones individuales, pero también compartidas, las que se estudian en psicología social bajo el término de *actitudes*.

La lectura de un artículo periodístico, una emisión de radio o televisión, el discurso de un candidato en las elecciones al que escuchamos en el patio de una escuela, una conversación con un amigo, un vecino o un colega, todo ello puede llevarnos a tomar posición respecto a un problema, una persona o un grupo social, o bien puede hacernos cambiar de opinión debido a que los argumentos utilizados nos han convencido. El artículo de periódico, la emisión de radio o televisión, el discurso del candidato, el alegato del amigo o del compañero de trabajo, todos ellos constituyen *comunicaciones persuasivas* de cuyo estudio se encarga la psicología social.

Una persona que estuviera a favor de la pena de muerte puede llegar a estar en contra de ella; el defensor del medio ambiente puede adoptar una posición más tibia; un ateo puede convertirse y un creyente perder la fe; al

dejar de odiar al enemigo hereditario o al enemigo de clase, al dejar de menospreciar al inferior o al diferente, podemos llegar a reconocer que éstos tienen derechos legítimos, tanto por sí mismos como por el grupo al que pertenecen. Así pues, las actitudes pueden cambiar. En psicología social se entiende por *cambio de actitud*, el estudio de las *condiciones* en las cuales las posiciones individuales o colectivas cambian de sentido o intensidad.

### a. El problema de la naturaleza de las actitudes

En psicología social, el concepto de actitud constituye una sutil trampa intelectual. Sin duda no existe ningún otro campo en que las investigaciones descriptivas (encuestas), fundamentales (experiencias), metodológicas (escalas de medición) sean tan numerosas, pues cubren toda la historia de la disciplina hasta nuestros días. Y no obstante, no hay concepto que haya sido objeto de tantas definiciones diferentes. Para ciertos autores, este concepto es indispensable, para otros, inútil. En suma, se hacen numerosos y serios estudios sobre las condiciones y los procesos del cambio de actitudes, pero se ignora lo que son estas últimas y este hecho parece carecer de importancia. Por ello nos vamos a atener a una definición puramente operativa: «Las actitudes son aquello a lo que se refieren las investigaciones experimentales sobre el cambio de actitud», a fin de presentar primero las investigaciones sobre el cambio y, después, intentar poner en evidencia lo que los hechos demostrados y su interpretación teórica implican sobre la naturaleza de las actitudes. Las actitudes nacen, desaparecen, se transforman. Los psicólogos tampoco están de acuerdo sobre su modo de adquisición: condicionamiento clásico, condicionamiento instrumental, tratamiento de información, aprendizaje social mediante observación o comunicación de las opiniones de otras personas. Además, algunos autores piensan que los procesos de adquisición y cambio son idénticos; otros afirman que existen diferencias entre ellos; otros, por último, tan sólo se interesan en los procesos de cambio. En este aspecto, nosotros nos atendremos al conjunto de investigaciones sobre el cambio de actitud.

Las actitudes se inscriben en la historia del individuo y, debido a ello, pueden cambiar en función de sus experiencias personales. Pero la amplitud de los medios de comunicación modernos es tal que el individuo difícilmente puede ignorar lo que piensan los demás sobre la mayoría de las cuestiones que piden una respuesta de su parte. Cada vez tiene menos posibilidades de hacerse una opinión «por sí mismo» y de adquirir, de forma personal, informaciones directas y no transmitidas socialmente. De esta manera, la casi totalidad de las investigaciones se ha centrado sobre los cambios que se producen tras una comunicación en la que una o varias personas expresan su punto de vista. Las situaciones sociales definidas de esta forma representan,

no obstante, un amplio conjunto en el que es posible realizar distinciones. Aquí nos atendremos a las situaciones que figuran en las obras de psicología social bajo la rúbrica «Cambio de actitud», aquellas en la que se ha dirigido una *comunicación persuasiva* a los participantes. Por comunicación persuasiva entendemos un mensaje, verbal en la casi totalidad de los casos, concebido y organizado «para» persuadir y dirigido a una o varias personas «para» hacerles adoptar un determinado punto de vista. Una comunicación persuasiva es «*en sentido único*» (el receptor del mensaje no tiene ocasión de expresar y defender su punto de vista, ni siquiera de responder al mensaje refutando abiertamente los argumentos) y, generalmente, «*argumentada*» (el mensaje incluye las razones o argumentos que justifican la posición adoptada). De este modo quedan excluidas las situaciones de discusión en grupo y aquellas en que el receptor tan sólo es informado de la posición de una o varias personas. En las obras de psicología social, estas últimas se agrupan bajo la rúbrica «Influencia social», ya sea realizada por una mayoría o una minoría. Esta clasificación se debe más a causas históricas y sociológicas de investigación en psicología social que a razones teóricas. De hecho, existe una gran proximidad entre el enfoque de los cambios por comunicación persuasiva y el enfoque de los cambios por influencia social. Quizás algún día estos dos enfoques serán reagrupados, ya que cada uno de ellos habla de forma distinta de las mismas cosas.

### b. Los factores del cambio de actitud

*Esquema de comunicación y factores de cambio.* — Al analizar una comunicación, resulta banal plantearse las siguientes preguntas: ¿quién dice qué y cómo a quién? De manera no menos clásica, pero con otro lenguaje, podemos describir una comunicación así:

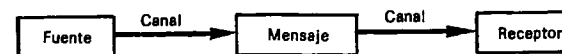


FIG. 1. — Esquema de comunicación

La *Fuente* es el término utilizado para designar a «quien» habla, el *Receptor* es «a quién» se habla, el *Mensaje* es lo que se dice (el «qué»), y el *Canal* es el medio por el que se transmite el mensaje (el «cómo»). Cada elemento del esquema de comunicación, Fuente, Receptor, Mensaje y Canal, representa un *conjunto* de factores, de los que se ha demostrado que ciertos



de ellos tenían un efecto sobre las actitudes u opiniones del receptor. Para hablar sobre el cambio de actitudes resulta banal agrupar las investigaciones según los factores de fuente, mensaje y receptor, y esto será lo que haremos aquí.

*Esquema experimental del estudio del cambio de actitud.* — El esquema descriptivo de una situación experimental de comunicación (Montmollin, 1977) aparece en la figura 2.

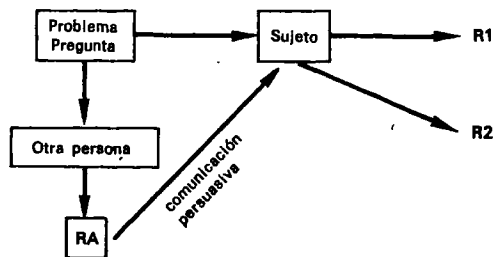


FIG. 2.—Esquema descriptivo de una situación experimental

Acercas de un objeto o un problema social, el sujeto responde a una o varias preguntas sobre su actitud: esta respuesta (R1) indica cuál es su posición *antes* de la comunicación. Entonces tiene lugar la comunicación sobre la posición (RA) de otra persona acerca del objeto. Luego se interroga una vez más al sujeto sobre lo que piensa del objeto: éste da una respuesta R2 que se compara con R1 y RA: ¿ha cambiado de opinión (R2 diferente de R1)? ¿Se ha aproximado o alejado de la posición expresada en el mensaje (R2 más próxima o alejada de RA)? Se trata de un diseño clásico «antes-después» que implica la utilización de un grupo de control, que no haya sido sometido al mensaje, para evaluar el grado de cambio espontáneo entre R1 y R2. Este esquema tiene algunas ventajas: al observar las respuestas individuales de cada uno de los sujetos, sabemos con toda certeza quién ha cambiado y cuánto; el análisis de los datos resulta relativamente fácil. Pero también presenta inconvenientes: interrogados dos veces, a menudo tras un breve intervalo, los sujetos pueden adivinar que se les quiere hacer cambiar, y cambiar por complacencia o no cambiar a fin de parecer coherentes. Existe una variante de este diseño: los sujetos experimentales tan sólo dan su respuesta *después* de la comunicación; se compara esta respuesta con la de un grupo de referencia, es decir, con sujetos a quienes se interroga sobre su actitud sin recibir ningún mensaje. Se concluirá que ha habido cambio si los sujetos experimentales se hallan más próximos de la respuesta comunicada que los sujetos del grupo de referencia. Este método también tiene sus in-

convenientes: el análisis sólo puede tratar de las tendencias de ambos grupos, no se llega a saber quién ha cambiado ni cómo; además, para autorizar la comparación es muy importante que los sujetos del grupo de referencia y los del grupo experimental también sean lo más comparables que sea posible en un gran número de características personales y sociales. Desde los trabajos de la Escuela de Yale (Hovland, Janis y Kelley, 1953; Hovland y Janis, 1959), que marcaron el inicio del estudio experimental del cambio de actitud, la lista de los factores estudiados se ha prolongado considerablemente; por otra parte, los diseños experimentales evolucionan hacia una mayor complejidad: las posibilidades técnicas de análisis de los datos (análisis de varianza) permiten actualmente concebir investigaciones en las que ya no se trate un solo factor cada vez, sino varios. Este cambio aumenta el alcance de los resultados, precisando los límites de acción de un factor; tras un primer paso consistente en detectar los *factores pertinentes*, el conocimiento teórico del cambio de actitud asciende a un segundo plano en el que las relaciones entre factores pueden ser tenidas en consideración dentro del modelo teórico y en el que se esboza una jerarquización de la importancia relativa de cada factor. No obstante, a este nivel, el trabajo experimental tan sólo ha comenzado.

*Esquema de las etapas de un proceso de cambio.* — Ya sugerida por Hovland, retomada y sistematizada por McGuire (1969), la idea de que el cambio puede ser descrito como un «proceso estocástico», es decir, como una secuencia de etapas que se condicionan recíprocamente, es aceptada actualmente por todos en sus grandes líneas, si no ya en sus detalles. Esta hipótesis presenta la enorme ventaja de obligar al investigador a interpretar el efecto observado de un factor por su impacto sobre una o varias etapas y a explicar de forma plausible la incoherencia de ciertos resultados. Las sucesivas etapas del proceso de cambio son, según McGuire, las siguientes: ATENCIÓN-COMPRESION-ACEPTACION<sup>1</sup>-RETENCION-ACCION. Las dos primeras constituyen la fase de Recepción del mensaje: si el sujeto no pone atención al mensaje, entonces no puede comprenderlo y, si poniendo atención no lo comprende, el mensaje tampoco puede tener efecto. El desplazamiento del receptor hacia la posición expresada en el mensaje tiene o no lugar en la etapa siguiente. Este desplazamiento debe mantenerse en el tiempo (Retención), para traducirse finalmente en un cambio de conducta (Acción). Numerosos autores niegan la necesidad de la fase de Retención, si se entiende por este término la llegada a la memoria y el mantenimiento en ella de la fuente y el mensaje. Sería más justo hablar de consolidación de la nueva actitud, para establecer una diferencia entre efectos a corto plazo y efectos a

<sup>1</sup> La palabra inglesa *Yielding* corresponde simultáneamente a Aceptación, que sin duda es demasiado cognitivo, y a Sumisión, que resulta demasiado fuerte.



largo plazo. La mayoría de las investigaciones experimentales no van más allá de la fase de Aceptación, haciendo frecuentemente que el sujeto sólo exprese una respuesta verbal a una pregunta que es formulada inmediatamente después del mensaje.

McGuire no cree necesario integrar en el esquema secuencial una etapa que Janis (1959) estima necesaria, a saber, una fase de *Evaluación* que precede a la Aceptación (o Sumisión) que así no sería más que su resultado. Siguiendo el criterio de Janis, consideramos que esta fase debe entrar en la secuencia porque sólo ella puede explicar el efecto de ciertos factores y debido a que los desarrollos teóricos actuales la exigen (Cialdini *et al.*, 1981). Por evaluación hay que entender tanto la *evaluación de la conclusión del mensaje*, que es cognitiva [el receptor se centra sobre el mensaje e intenta evaluar la validez de la opinión expresada, en base a los argumentos que, en el mensaje, la justifican y en base a los contra-argumentos que provoca en él; la posición personal después del mensaje dependerá de si el balance es a favor del mensaje (cambio) o en contra de éste (ausencia de cambio)], como la *evaluación de las consecuencias anticipadas del acuerdo o desacuerdo sobre la conclusión*, que está más relacionada con los afectos y necesidades no cognitivas del receptor (quien, centrado sobre las personas, la fuente, él mismo, los posibles testigos, se inclinará hacia la opinión expresada si espera consecuencias agradables de su acuerdo o consecuencias desagradables de su desacuerdo; el receptor mantendrá su punto de vista en los dos casos contrarios). Diferentes en su objeto, la motivación que las guía y las informaciones utilizadas, estas dos formas de evaluación no se producen necesariamente de forma independiente la una de la otra.

## B. La fuente

La fuente no es siempre «quien» habla; este término hay que reservarlo para «quien expresa y defiende su opinión», incluso si el mensaje es transmitido o repetido por otra persona. El estudio de las características de las fuentes *reales* trata de las personas que han entrado en interacción directa con aquellos que las escuchan, en una situación social generalmente natural: inscribiéndose en la antigua tradición del estudio de los estilos oratorios, algunas investigaciones recientes, en su mayoría no relacionadas con la psicología, han sido consagradas al análisis del contenido de los discursos persuasivos para poner en evidencia las tácticas utilizadas (véase McGuire, 1969). En la mayoría de los casos, estos estudios descriptivos de gran complejidad no incluyen una evaluación de los efectos sobre los receptores. El estudio de las características de fuentes *atribuidas* se realiza en situaciones más sencillas, no naturales, en las que el investigador tiene bajo control todos los elementos de la situación, independientemente de que ésta tenga lugar en el labo-

ratorio o sobre el terreno. Este estudio implica que la fuente, si está presente físicamente ante el receptor, sea un cómplice, es decir, un ayudante del experimentador que, según un programa prestablecido y conforme al diseño experimental, desempeña el papel de una fuente provista de determinadas características que expresa una posición determinada sobre el objeto social considerado. Este método presenta numerosos inconvenientes y tan sólo se emplea en contadas ocasiones. En gran número de investigaciones, la fuente se halla ausente físicamente y es el experimentador quien transmite el mensaje, atribuyéndolo a una fuente cuyas características describe, fuente que tan sólo es evocada verbalmente y, a menudo, es puramente hipotética. El mensaje puede atribuirse a todo tipo de fuentes: personas individualizadas por su nombre y conocidas debido a su papel histórico, político, científico, artístico, etc.; personas cuyo nombre es mencionado o no, pero que ocupan una función oficial en un conocido periódico, en un partido político o en una comunidad religiosa; personas que no se nombran y, con frecuencia, poco individualizadas, de las que tan sólo se indica su profesión (ingeniero, médico, etc.); grupos de pertenencia evocados por una etiqueta (por ejemplo, los socialistas) o bien grupos sociológicos (por ejemplo, los estudiantes de psicología), e incluso muestras elegidas al azar, como cuando se dice: «75 % de las personas interrogadas declaran...»

### a. Credibilidad de la fuente

*Competencia de la fuente.* — El sentido común nos dice que no debemos dejarnos persuadir a menos que la fuente sea creíble, lo que, según Hovland, implica que la juzguemos tanto *competente* como *digna de confianza*. Es a Hovland y Weiss (1951) a quienes debemos una de las primeras verificaciones experimentales de la relación entre credibilidad y persuasión.

Los sujetos leen cuatro mensajes, cada uno de ellos relacionado con un problema diferente (ejemplo: la posibilidad de construir submarinos atómicos). En la mitad de los sujetos, las opiniones expresadas son atribuidas a fuentes de alta credibilidad (por ejemplo, se dice a los sujetos que la opinión sobre los submarinos atómicos es la de Robert Oppenheimer, célebre físico) y en los otros sujetos eran atribuidas a fuentes poco creíbles (por ejemplo, a un periodista de *Pravda*<sup>2</sup> sobre la cuestión de los submarinos atómicos). El mensaje atribuido a una fuente muy creíble en el primer grupo y a una fuente poco creíble en el segundo, es el mismo, tanto por su contenido, la opinión expresada, como por su forma. Se interroga a los sujetos sobre lo que piensan respecto a las cuatro preguntas antes y después de recibir los mensajes; los resultados (tabla I) son convincentes.

2. Esta época era la de la guerra fría y gran parte de los norteamericanos entonces eran antisoviéticos.

TABLA I.— Percepción de la credibilidad de la fuente (a) y cambios de opinión tras la comunicación del mensaje (b)

Temas	a				b			
	% de sujetos que percibieron la fuente como digna de confianza				% neto de cambios <sup>1</sup>			
	Fuente creible		Fuente no creible		Fuente creible		Fuente no creible	
	N	%	N	%	N	%	N	%
A	208	94,7	222	5,9	31	22,6	30	13,3
B	221	93,7	223	1,3	25	36	36	0
C	220	80,9	223	17	35	22,9	26	-3,8
D	222	89,2	222	21,2	31	12,9	30	16,7
Conjunto					122	23,9	122	6,6
								Diferencia 16,4 $p < 0,01$

1. Número de cambios en dirección de la fuente *menos* número de cambios en dirección contraria, sobre cien sujetos.

Pero en este estudio se hace variar simultáneamente la competencia y la *objetividad*: Robert Oppenheimer puede ser percibido al mismo tiempo como un experto en cuestiones atómicas y como una persona políticamente neutra; el periodista de *Pravda* como menos competente y orientado políticamente. Se han realizado algunas investigaciones más analíticas que intentan poner en evidencia el efecto de la competencia por sí sola. Así, Aronson y Golden (1962) muestran que los niños quedan más convencidos del valor de la aritmética cuando ha sido un ingeniero quien ha elogiado los méritos de esta ciencia, que cuando se atribuye el mensaje a un lavaplatos. Esta investigación destaca a su vez el problema del efecto conjunto de la competencia y el *status social*: el ingeniero posee conocimientos que le permiten hablar en tanto que experto sobre la utilidad de la aritmética, pero asimismo goza de un prestigio relacionado con su profesión y el elevado status que ésta confiere dentro de la sociedad; el lavaplatos no es ni experto ni goza de un status elevado en la escala social. En estudios recientes (Montmollin *et al.*, 1982) se realizó un esfuerzo a fin de distinguir estos dos aspectos. Primero resultó que era difícil encontrar, respecto a un objeto de opinión o de actitud, personas competentes e incompetentes del mismo status social. Esto nos llevó a distinguir entre competencia *específica* en un campo parti-

cular, y competencia *generalizada*: el juicio de competencia que el receptor hace sobre una persona experta en un campo determinado puede generalizarse a otros campos del saber. De este modo pudo mostrarse que un mensaje acerca de los peligros entrañados por el consumo abusivo de la aspirina, atribuido a un médico —competencia específica— y a un abogado —competencia no específica— tenía casi el mismo efecto sobre la opinión de los sujetos seleccionados al azar en la calle. La idea de que la competencia atribuida puede generalizarse no carece de relación con la noción de *prestigio*, muy utilizada, pero al igual que tantas nociones comunes, difícil de definir y muy mal analizada. Independientemente de la razón de su prestigio (conocimientos, status social, celebridad), la fuente puede ser considerada competente por el receptor en las opiniones que ella expresa y, por ello, tiene el poder de hacer que los que escuchan su opinión la adopten, como han mostrado cierto número de investigaciones.

En su conjunto, el balance de las investigaciones sobre la *competencia de la fuente* es sumamente positivo: *el mensaje tiene mayor impacto cuando proviene de una fuente percibida como superior en conocimientos, en instrucción, en inteligencia, en éxito profesional*, incluso cuando el receptor tan sólo cuenta con muy poca información o índices para juzgar esta competencia. No obstante hay que relativizar esta conclusión: el efecto de la competencia depende de la incertidumbre del receptor acerca del problema planteado; si su posición es muy firme, no cambiará de opinión ni siquiera si la fuente es muy competente; asimismo, el efecto depende de la motivación del receptor: tan sólo si éste busca la opinión más válida sobre un problema, la competencia se convierte en un criterio pertinente.

*La confianza que inspira la fuente.* — Incluso si sabemos o pensamos que el otro «conoce la verdad», podemos llegar a dudar de que lo que dice sea efectivamente esta verdad. El receptor sólo otorga su confianza si la fuente le parece objetiva, desinteresada y sin intención de manipular o engañar. Es percibida como *objetiva* aquella fuente que no parece privilegiar, intencional o involuntariamente, uno de los aspectos del problema a expensas del otro y que no despierta sospechas de modificar su discurso en función de lo que su público espera de ella. Eagly, Wood y Chaiken realizaron una hermosa experiencia en 1978.

Se hizo leer a los sujetos el discurso argumentado —en realidad un texto preparado para las necesidades de la experiencia— pronunciado durante la campaña electoral por un candidato a la alcaldía de una ciudad enfrentada a un grave problema de contaminación industrial: ¿es necesario cerrar inmediatamente la fábrica contaminante o tan sólo hay que llevar a cabo algunos arreglos? El discurso del candidato es pro-ecológico y en favor de la clausura de la fábrica. Las variables experimentales son las siguientes: 1 / Se dan informaciones sobre la *persona* del orador, se le pre-

senta ya sea como partidario desde hace largo tiempo de las causas ecológicas, o bien como defensor de toda la vida de los intereses de la industria y los trabajadores; 2 / También se dan informaciones sobre las *condiciones* en que fue pronunciado el discurso, ya sea ante representantes del grupo ecologista local, o bien ante un grupo de industriales. Se pregunta a los sujetos, antes y después de la lectura del discurso, si están personalmente, en el caso evocado, a favor o en contra de la solución ecologista consistente en cerrar inmediatamente la fábrica. Los resultados (tabla II) muestran que los sujetos quedan más convencidos por el discurso pro-ecológico del candidato cuando éste es partidario de las causas económicas que cuando es percibido como un defensor de las causas ecológicas; también quedan más convencidos cuando el discurso pro-ecológico ha sido pronunciado ante un público de industriales. Bajo apariencias que, a primera vista, resultan paradójicas, estos resultados se explican por la intervención del proceso de atribución causal (véase Kelley y Michela, 1980): los sujetos piensan que las actividades pasadas del orador sólo le permiten conocer en profundidad uno de los aspectos del problema local considerado, el aspecto ecológico o el aspecto económico, lo que es percibido como un «sesgo de saber»; así pues, esperan que el orador se exprese en favor de este aspecto y sus expectativas son confirmadas en el caso en que es el candidato ecologista quien pronuncia el discurso pro-ecologista y son anuladas en el caso del candidato economista; a este último se le atribuye un menor sesgo de saber y aparece así más *objetivo*. De forma similar, los sujetos piensan

TABLA II. — Cambio promedio de opinión<sup>1</sup> en función de las informaciones dadas sobre el pasado de la fuente y su público<sup>2</sup>

	Sesgo de conocimiento	Sesgo de relación
Expectación confirmada	Pasado pro-ecologista de la fuente 2,87	Público pre-ecologista 2,60
Expectación defraudada	Pasado pro-industrial de la fuente 3,44	Público pro-industrial 4,55
Grupo de control	Discurso pro-ecologista — Ausencia de información 2,89	

1. La escala de opinión consta de 15 puntos. El cambio se calcula restando la posición anterior de la posición posterior a la lectura del discurso: mientras más elevada sea la cifra, mayor será el cambio en dirección de la fuente.

2. El análisis de varianza indica que la única diferencia significativa es la existente entre las condiciones donde la expectativa es defraudada y aquellas en que es confirmada.

que puede existir un «sesgo de relación» dependiendo del público al que se dirige el orador: esperan que el candidato se exprese como ecologista ante un público ecologista y como economista ante un público de industriales. Sus expectativas son confirmadas o anuladas: en este último caso, los sujetos piensan que el discurso ecologista pronunciado ante un público desfavorable a este punto de vista es más directo y, por consiguiente, se sienten más seguros de la *sinceridad* del orador, ya que éste ha expresado lo que piensa a pesar de la presión ejercida sobre él por un público hostil.

Es percibida como *desinteresada* aquella fuente que expresa una opinión que no parece motivada por intereses personales. Hovland (en Hovland *et al.*, 1953) compara el efecto de un mensaje en favor de una reducción de los derechos de aduana que se atribuye ya sea a un profesor de universidad, especialista en cuestiones económicas, o bien al director de una importante compañía de importación-exportación. Las respuestas de los sujetos muestran que juzgan que el primero es más «desinteresado», más «honesto», pero no quedan más convencidos por uno ni por otro. Más nítidos son los resultados de una investigación en la que la fuente hace un alegato *contra* sus intereses personales (Walster *et al.*, 1966): el mensaje comunicado está en favor de una mayor severidad de la justicia penal y se le atribuye ya sea a un procurador, o bien a un criminal condenado a una larga pena de prisión; los sujetos quedan más convencidos con el criminal que habla de manera inesperada *contra* sus intereses, que con el procurador cuya posición sobre el problema no resulta sorprendente.

Más sutil resulta el efecto de la *voluntad* aparente que posee la fuente para *persuadir* a los demás a fin de que adopten su punto de vista. A la gente no le gusta que se intente influenciarla; cuando sospecha que la fuente tiene intenciones de persuadirla, se resiste por *reactancia* (Brehm, 1966) a lo que percibe como atentado a su libertad de opinión. El mejor medio de influenciar a estas personas sería hacer escuchar un mensaje en condiciones en que los receptores *no puedan atribuir* a la fuente una intención de persuadirlas. La conclusión de la investigación de Walster y Festinger (1962) parece ir en este sentido: el impacto de un mensaje es mayor cuando las fuentes ignoran que se les escucha, que cuando lo saben. No obstante, únicamente los sujetos que sienten una preocupación personal por el problema evocado y que, al principio, están de acuerdo con la posición defendida, son sensibles a la diferencia de situación; sin embargo, en otra investigación se produce lo contrario (Brock y Becker, 1965). ¿Qué sucede en el otro extremo cuando el receptor *no puede dudar* de las intenciones de persuasión de la fuente? Mills y Aronson (1965) muestran que una persona físicamente atractiva ejerce una mayor influencia cuando advierte a los sujetos de sus intenciones. La incertidumbre resulta desagradable: el receptor prefiere una franqueza que haga simpática a la fuente.

### b. La atracción ejercida por la fuente

La atracción que el receptor siente por la fuente es de orden afectivo: esta atracción se expresa a través de una reacción emocional y un juicio de valor («Encuentro a esta persona simpática», «me gusta»). Ciertos autores oponen a la atracción, puramente afectiva, la credibilidad que sería de orden cognitivo; pero esta pronunciada oposición no tiene en cuenta que ciertos componentes de la credibilidad (la parcialidad, la ausencia de un deseo de provecho personal, la intención de engañar o manipular) también tienen un tinte afectivo. Al igual que con la credibilidad, podemos preguntarnos si la atracción es una noción unitaria: una fuente puede resultar atractiva porque es hermosa o va bien vestida, porque se nos parece, porque resulta familiar o bien conocida, porque es simpática o amada. Con mayor o menor nitidez, cierto número de investigaciones han puesto de manifiesto el efecto positivo que tienen sobre el impacto del mensaje la belleza o apariencia física de la fuente, la similitud (de edad, profesión, raza, opiniones, valores) con el receptor, el carácter familiar que ésta tiene para el receptor, que va desde la simple identificabilidad hasta la comunidad de pertenencia social (véase McGuire, 1969). Pero también se ha demostrado que la belleza, la familiaridad y la similitud conducen, independientemente pero también acumulativamente, a la simpatía.

El sentido común afirma que la *simpatía* que se siente por una persona conduce a la aceptación del punto de vista que ésta defiende. Algunas investigaciones experimentales lo han demostrado. Este es también el postulado central de las teorías de la coherencia cognitiva (Abelson *et al.*, 1968): el individuo intentaría armonizar el sentimiento que tiene por una persona y el acuerdo de su opinión con la de esta persona. El modelo de *Equilibrio* de Heider (1946), designado en la literatura especializada mediante la fórmula «modelo P-O-X», sostiene que si el sujeto (P) sabe que le gusta una persona O y que sus opiniones respecto a un mismo objeto X son idénticas —ambas positivas o ambas negativas—, los tres elementos cognitivos se hallan en equilibrio; si al sujeto P no le gusta O y sus opiniones respecto a X son divergentes, los tres elementos también se hallan en equilibrio. Por el contrario, si al sujeto P le gusta O y sus opiniones divergen, siendo una positiva y la otra negativa, existe un desequilibrio y el sujeto intentará reequilibrar la terna, siendo uno de los medios para ello cambiar su opinión respecto de X. Este modelo ha sido objeto de cierto número de validaciones experimentales, positivas en su conjunto (Insko *et al.*, 1974; Kinder, 1978). El modelo de *Congruencia*<sup>3</sup> de Osgood y Tannenbaum (1955) se ocupa exclusivamente del cambio de actitud que se produce cuando una fuente, más o menos

3. Así traducimos el término inglés *Congruity*.

valorizada por el receptor, adopta una posición sobre un objeto social, igualmente más o menos valorizado por el receptor. Este modelo predice que existe equilibrio cuando la fuente y el objeto entre los que existe un lazo asociativo (a la fuente le gusta el objeto, lo aprueba o está en favor de él) tienen, para el receptor, exactamente el mismo valor, y además son de idéntico signo; también existe equilibrio cuando la fuente y el objeto están en una relación disociativa (la fuente no quiere, no aprueba o está en contra del objeto) pero son de signo contrario (siendo una positiva y la otra negativa); en todos los demás casos, el modelo predice la dirección y la amplitud del cambio que experimenta la valorización del objeto y de la fuente, hasta el punto de equilibrio.

Tannenbaum nos brinda un ejemplo de aplicación de este modelo: se hace que varios estudiantes lean textos en forma de artículos de periódicos en los que personas, cuyo nombre aparece escrito, expresan su posición respecto a cierto número de problemas de la sociedad norteamericana contemporánea; por ejemplo, un conocido responsable sindical se expresa en favor de leyes que autoricen las apuestas y el juego; un mes antes y en otro contexto, se ha evaluado la actitud de los sujetos hacia personas y problemas que se evocarán más tarde en los mensajes. Los resultados muestran que son las fuentes valorizadas positivamente las que provocan los mayores cambios en sentido de su posición, tras la lectura de los mensajes. Sin embargo, vemos que la valorización de las fuentes no se puede basar exclusivamente en la simpatía, aunque sí en la credibilidad, la confianza.

En su conjunto, el balance de las investigaciones sobre la simpatía confirma la idea del sentido común: *el mensaje proveniente de una fuente por la que se siente simpatía tiene un mayor impacto*, ya sea que esta impresión sea inmediata o sea mediatizada por la apariencia física, la familiaridad o la similitud. No obstante, esta conclusión resulta demasiado global: a menudo, el efecto de la simpatía es débil y depende de la seguridad que tiene el receptor acerca de su propia opinión y de la importancia que el problema evocado tenga para él.<sup>4</sup>

### c. Límites de los efectos de los factores relacionados con la fuente

Para tener un efecto, las propiedades mencionadas deben ser atribuidas necesariamente *por el receptor* a la fuente: de nada sirve que la fuente sea

4. De todas las características de la fuente, la credibilidad y la atracción han sido las más estudiadas. Sin embargo, podemos encontrar investigaciones aisladas consagradas a la *seguridad* de la fuente, a su *poder* de sanción y al *número* de fuentes.

competente si no es percibida como tal. De esta manera, toda investigación experimental sobre las características de la fuente deben incluir un control de la manipulación, que toma la forma de una pregunta post-experimental sobre la percepción de la fuente: el tratamiento de estas respuestas constituye la primera etapa del análisis de datos y condiciona por necesidad el test posterior de la hipótesis. De este modo, el efecto de la fuente es mediatizado por procesos relacionados con otro capítulo de la psicología social, la percepción de las personas: ¿cuáles son los índices o informaciones que emplea el sujeto para deducir que la fuente es competente, digna de confianza, semejante a él y simpática? ¿Cómo trata dichos índices? ¿Qué modelo de integración de las informaciones emplea de forma intuitiva? ¿Cuáles son las relaciones existentes entre el valor que el sujeto otorga a una persona y el valor que otorga a lo que ésta ha dicho o hecho?

En cada investigación existe un margen de variabilidad: no todos los sujetos presentan la misma sensibilidad respecto al factor estudiado. Una primera causa de diferenciación se debería al grado de mayor o menor *visibilidad* que presentan los índices disponibles para juzgar a la fuente: si la competencia tiene, en la gran mayoría de las investigaciones, un claro efecto positivo, esto se debe, sin duda, a que los índices de competencia son fáciles de captar y a que la deducción, desde las informaciones hasta el juicio, es inmediata; más sutiles resultan los índices que nos llevan a juzgar que una fuente es digna de confianza. Una segunda base de diferenciación interindividual podría encontrarse en la *orientación preferencial* de los receptores en las situaciones de influencia social: algunos estarían más «centrados sobre la fuente» y otros más «centrados sobre el mensaje» (Hovland *et al.*, 1953); los primeros serían más sensibles y los segundos menos sensibles a las características de la fuente. Esta orientación puede ser temporal cuando depende de forma inmediata de factores de situación; pero según algunos autores, podría ser crónica, debido a las experiencias pasadas y a las motivaciones o necesidades propias del individuo. Así volveríamos a toparnos con la hipótesis, elaborada por otros autores y sin duda demasiado fuerte, de la existencia en algunos individuos de una «necesidad de afiliación» que daría un valor a aquellas características de la fuente percibidas como susceptibles de satisfacerla (la atracción) y, en otros individuos, una «necesidad de éxito» que opera de la misma manera, pero en relación con otras características (la competencia).

Cuando se estudia de manera experimental el efecto aislado de un factor, la cuestión reside en saber si el efecto es general: así pues, ¿qué sucede en las situaciones naturales y experimentales en las que intervienen varios factores al mismo tiempo? Por lo que se refiere a los factores de la fuente, la primera cuestión que se nos presenta es la de los efectos conjuntos de lo que podemos considerar las dos dimensiones principales: la credibilidad y la atracción. Algunos estudios consagrados a este problema (por ejemplo, Horai

*et al.*, 1974) permiten concluir que Competencia y Atracción desempeñan, de forma independiente, sus papeles: una fuente competente tiene un impacto sobre el receptor, independientemente de su atracción. Otro tanto sucede con una fuente atractiva, independientemente de su competencia. Los efectos de ambas cualidades son acumulativos. Esta conclusión quizá sea provisional, ya que las investigaciones hasta ahora han sido poco numerosas. La segunda cuestión es la relacionada con el efecto conjunto de los factores de la fuente y de los factores del mensaje y del receptor. El efecto de la competencia parece depender del tipo de objeto y del tipo de problema social sobre el que trata el mensaje, pero sobre todo entre los sujetos inteligentes, instruidos, de alto nivel social. También depende de la importancia que conceda el receptor al problema evocado («implicación personal») y de la firmeza de su posición personal («extremismo»). Asimismo varía según el grado de divergencia que exista entre la posición de la fuente y la del receptor, y finalmente, según sea la naturaleza de los argumentos utilizados en el mensaje (el recurso al miedo, por ejemplo). La confianza otorgada depende asimismo del mensaje (el modo de argumentación) y del receptor: a menudo, los hombres abrigan más sospechas que las mujeres, al igual que los individuos que tienen una alta «estima de sí mismos». Hasta este momento, el efecto de la atracción ha sido poco relacionado con otros factores.

#### d. Los factores de la fuente en las etapas del proceso de cambio

El receptor pondrá más *atención* a lo que diga la fuente si ésta se halla presente físicamente y se dirige directamente a él. En todos los otros casos, resulta más eficaz atribuir el mensaje a una fuente que presentarlo sin más, y la atención prestada a la fuente será tanto mayor cuanto más destaque, o se consiga que destaque, la fuente a nivel perceptivo. Esto es así en la fuente personalizada por oposición a la fuente anónima y en la fuente conocida, incluso célebre, respecto a la fuente desconocida. La belleza y la prestancia tienen, a menudo y sin duda alguna, el poder de atraer la atención, aunque en ciertos casos también lo tiene una fealdad excesiva. Si bien la atención concedida a la fuente favorece, en general, la atención prestada al mensaje, no siempre constituye una causa *suficiente* de la atención al mensaje: podemos estar tan obsesionados con la fuente que no nos damos cuenta de lo que dice.

Para que el receptor cambie en el sentido evocado por el mensaje es necesario que lo haya *comprendido*. Lo que interviene *directamente* en la comprensión del mensaje es la capacidad de la fuente para expresar correctamente lo que sabe o piensa. Pero la cuestión de la relación entre competencia y comprensibilidad del mensaje tan sólo se presenta a propósito de las fuentes reales y no en las investigaciones que hacen variar la competencia de la fuente atribuida al mensaje elaborado por el experimentador. Por el con-

trario, el receptor puede hacer *un mayor esfuerzo* por comprender el mensaje cuando la fuente resulta atractiva, célebre, prestigiosa, simpática, o bien cuando ésta tiene el poder para sancionar la conformidad del receptor con las opiniones que expresa.

Es casi seguro que los factores de la fuente intervienen de forma directa en la *evaluación* del mensaje. Se ha demostrado experimentalmente que una fuente competente provoca, en el receptor, una menor contra-argumentación; esto se debe a que la posición que adopta sobre el problema y los argumentos por medio de los cuales la justifica, son juzgados válidos y es debido a la validez que les otorga el que el receptor acepta la posición de la fuente. Si como han indicado algunos resultados, credibilidad y atracción tienen un efecto independiente una de otra; hay que suponer que la atracción interviene en la evaluación de una manera diferente que la competencia. Ser atraído por alguien equivale a tener el deseo o la necesidad de estar de acuerdo con él; es el acuerdo con la fuente lo que se valoriza y no la validez de su punto de vista. De esta forma, el receptor evalúa las consecuencias anticipadas de su acuerdo o desacuerdo con la fuente y puede esperar mayor satisfacción de su acuerdo con una fuente simpática, prestigiosa, querida.

Por lo que se refiere a las fases de *retención* y *acción*, los hechos de los que disponemos son demasiado escasos para justificar una larga interpretación. Antes que nada, son demasiado escasas las investigaciones que no se han conformado con las respuestas verbales a un cuestionario de actitud y de opinión, y han investigado los cambios intervenidos en las acciones correspondientes. Sin embargo, en el tema de los factores de la fuente existen dos concepciones teóricas emparentadas, cuyas predicciones tratan simultáneamente de la etapa de aceptación y de la etapa de consolidación, predicciones que concuerdan, en su conjunto, con los contados resultados de los que disponemos: la teoría de las bases del poder de French y Raven (1959) y la de los tres procesos de Kelman (1961). Según French y Raven, la estabilidad de los cambios tras la comunicación depende de la base sobre la que descansa el poder de la fuente. La fuente competente («poder de experto») provoca un cambio inmediato, independientemente de que la respuesta del receptor sea pública o privada —es decir, que sea del conocimiento o no de la fuente—, el cambio es duradero y se separa de la fuente que lo ha producido; pero se limita a los problemas relacionados con el campo de competencia de la fuente. Según Kelman, esto se debe a que se produce un proceso de *interiorización*, por medio del cual el receptor integra en su propio sistema la opinión de la fuente. La fuente atractiva tiene un «poder de referencia»: el cambio es inmediato, tanto privado como público; es duradero; pero solamente mientras la fuente continúe conservando su valor para el receptor, por consiguiente el cambio no se separará totalmente de ella, sino que, al contrario, se generaliza a todo lo relacionado con ella. Según Kelman, en este caso se trata de un proceso de *identificación* por el cual el receptor se hace semejante a la fuente.

Si la fuente tiene un «poder de sanción» sobre el receptor, ya sea positivo o negativo, el cambio se manifiesta en la respuesta pública, se hace en presencia de la fuente y bajo su observación, pero no en la respuesta privada que escapa a su control; este cambio dura únicamente en ciertas condiciones: la fuente debe conservar su poder para sancionar, debe continuar vigilando la respuesta del receptor y las sanciones deben conservar su valor para el receptor; de este modo, el cambio jamás se separa de la fuente y se sitúa a tal nivel que tiene grandes probabilidades de no durar. Para definir a este tipo de cambio, Kelman utiliza el término de proceso de *sumisión*: se trataría más de táctica que de verdadera persuasión. Resultaría fácil demostrar que los procesos descritos por Kelman dependen del tipo de evaluación que haga el receptor: la interiorización cognitiva resultaría de la validez acordada a la posición de la fuente, la identificación afectiva y la sumisión táctica, del valor otorgado por el receptor a las consecuencias de su acuerdo o desacuerdo con la fuente.

### C. El mensaje

El mensaje es el elemento central del esquema de comunicación: es el medio concebido y «fabricado» para persuadir. Generalmente verbal, el mensaje habla de algo (el problema o el objeto social), indica cuál es la posición de la fuente respecto a este problema u objeto, posición que diverge más o menos de la del receptor y expone argumentos que pueden variar. Los problemas que encontramos en el estudio de estos factores son mucho menos numerosos y difíciles que los que presentan los factores de la fuente, ya que si las características de la fuente no intervienen sino en la medida que son percibidas, atribuidas o interpretadas por el receptor, las características del mensaje, tanto de forma como de contenido, son objetivas y, por lo general, no requieren un control de la manipulación. Desde hace mucho tiempo existen numerosos estudios sobre los mensajes «reales» (discursos políticos, sermones y oraciones fúnebres, etc.) que, mediante un análisis de contenido o de estilo, intentan poner de manifiesto los medios utilizados por los oradores para persuadir a su público, las estrategias preferenciales y el estilo personal. También existen numerosos tratados de retórica que enseñan, de manera normativa, cómo debe hacerse un discurso. Pero en general, ni unos ni otros aportan informaciones sobre el efecto del discurso sobre los receptores. Por el contrario, las investigaciones experimentales se ocupan directamente de esta cuestión y han sido concebidas sistemáticamente para responder a ella.

### a. La forma del mensaje

El *estilo* del mensaje no carece de efecto, a condición de que no perjudique la comprensión (véase McGuire, 1969; Eagly, 1974). No obstante, los trabajos que han intentado evaluar de forma experimental la eficacia relativa de los modos de organización del mensaje son más numerosos y sin duda de un mayor alcance teórico y práctico.

*Argumentación unilateral y bilateral.* — Por argumentación hay que entender la exposición de las razones y datos reales con los que la fuente justifica su punto de vista. ¿Qué resulta más eficaz: exponer únicamente las razones «a favor» (argumentación unilateral) o exponer simultáneamente las razones «a favor» y «en contra» (argumentación bilateral) del punto de vista presentado en el mensaje? Una de las primeras investigaciones es la realizada por Hovland, Lumsdaine y Sheffield (1949) en el contexto de la Segunda Guerra Mundial.

En 1945, las autoridades militares norteamericanas temieron que los soldados, una vez firmado el armisticio con Alemania, esperasen que la guerra contra Japón tuviera un pronto final; existía el riesgo de que bajara la moral de las tropas si no se producía rápidamente dicho final. Así pues, se trataba de persuadir a los soldados de que la guerra contra Japón aún duraría largo tiempo. Se emplearon dos tipos de mensajes: uno tan sólo aportaba argumentos a favor de una guerra prolongada (por ejemplo, la importancia de las fuerzas japonesas, las dificultades de la guerra en el Pacífico, etc.), el otro añadía a estas informaciones algunos argumentos en sentido contrario (por ejemplo, la superioridad del armamento norteamericano, los problemas tácticos del Alto Mando japonés, etc.). Se preguntaba a los soldados —más de 400 soldados en total— cuál sería en su opinión la duración de la guerra, antes y después de haber recibido, unos el primer mensaje y otros el segundo. El análisis de los resultados muestra que los mensajes surtieron efecto —los soldados piensan que la guerra va a durar más tiempo de lo que antes esperaban—, pero el mensaje unilateral (argumentación a favor) y el mensaje bilateral (argumentación a favor y en contra) tuvieron el mismo efecto. Sin embargo, el efecto del tipo de argumentación depende de otros factores. Primero, el *nivel de instrucción* de los receptores: los argumentos bilaterales tienen un mayor impacto sobre los soldados instruidos y los unilaterales sobre los soldados con un bajo nivel de estudios. En segundo lugar, la *posición inicial* de los receptores: el mensaje que solamente contiene argumentos a favor de una guerra prolongada convence en mayor medida a los soldados que, al principio, pensaban que la guerra sería corta.

Los resultados han sido confirmados por otras investigaciones y, en particular, por Faison (1961) respecto a los mensajes publicitarios. Pero, más

tarde, se demostró que el efecto del modo de argumentación también dependía de la *naturaleza del problema* (sobre un problema objeto de controversias o poco habitual, es mejor argumentar de manera unilateral) y de las características de la *fuentes*: una fuente poco creíble está interesada en dar argumentos unilaterales. ¿Por qué tendrían los mensajes unilaterales una menor eficacia en los individuos inteligentes, instruidos e informados? La mayoría de los autores atribuyen este resultado al hecho de que se juzga que la fuente es menos digna de confianza, ya que parece al mismo tiempo menos objetiva y más deseosa de hacer que los demás adopten su punto de vista. Al dar simultáneamente argumentos a favor y en contra, la fuente inhibe la «reactancia» del receptor (Brehm, 1966), ya que da una impresión de honestidad y objetividad, y al mostrar que sabe que existen opiniones fundadas diferentes de la suya, no «toma a los demás por imbéciles». Debido a ello, la fuente resulta simpática y el receptor se siente inclinado a relativizar el alcance de los argumentos que se oponen al punto de vista de la fuente, sobre todo si ésta ha sido capaz de refutarlos.

*Conclusión explícita o implícita.* — Por *conclusión* del mensaje hay que entender la posición que adopta la fuente respecto a un problema y qué deduce de sus argumentos. ¿Debe exponer el mensaje la totalidad del razonamiento, argumentos y conclusión, o es mejor exponer únicamente los argumentos, dejando que el receptor se ocupe de deducir por sí mismo la conclusión? Hovland y Mandell (1952) intentaron responder a esta pregunta de forma experimental. Se trata de convencer a los estudiantes de la oportunidad de devaluar el dólar, tras haberles explicado cuáles eran las condiciones favorables y desfavorables para dicha operación. Basta con aplicar la regla general al caso particular de Estados Unidos que presentan un conjunto de condiciones favorables. Los resultados son sumamente nítidos: resulta mucho más eficaz dar la conclusión de manera explícita. Sin embargo, éste no es siempre el caso y se puede explicar la discordancia tomando en cuenta otros factores: se ha podido observar que los sujetos inteligentes se dejan persuadir en mayor medida por un mensaje en el que la conclusión sea implícita, mientras que con receptores cuyo nivel de instrucción es bajo, resulta más eficaz dar la conclusión de forma explícita. Pero se ha demostrado que si se deja pasar cierto tiempo entre el final del mensaje y el cuestionario de actitud final, incluso los sujetos poco inteligentes son más persuadidos por un mensaje cuya conclusión sacan por sí mismos. Igualmente, el procedimiento de conclusión implícita parece tener mayor éxito con los receptores muy motivados e implicados en el problema.

*Efectos de orden.* — La cuestión consiste en saber si es mejor comenzar el mensaje por la conclusión o dar primero los argumentos, comenzar por los argumentos débiles o los fuertes, los argumentos a favor o los en contra.



Numerosos trabajos han sido consagrados a los efectos de orden sobre la persuasión (Hovland, 1957); durante mucho tiempo se creyó en la existencia de una «ley de primacía», luego se puso de manifiesto la existencia de efectos de recencia; finalmente se demostró que existían interacciones con otros factores (véase McGuire, 1969). Si bien actualmente se piensa que no existe una respuesta única y simple: «En lugar de una ley general de primacía o de recencia, actualmente nos encontramos en presencia de una variedad de condiciones, algunas de las cuales producen efectos de primacía, otras de recencia y otras más no producen ningún efecto de orden. Tendríamos efectos de primacía cuando nos hallamos ante problemas complejos, controvertidos, que interesan al sujeto, que le son familiares. Y efectos de recencia cuando los problemas son simples, evidentes, interesan tan sólo moderadamente al sujeto y no le son muy familiares o en absoluto familiares» (Rosnow y Robinson, 1967, pág. 89).

#### b. El contenido del mensaje

Más ricos en enseñanzas para la psicología de la comunicación resultan los trabajos consagrados a dos tipos de problemas: la naturaleza de los argumentos y la amplitud de la divergencia de los puntos de vista entre la fuente y el receptor.

En las disciplinas que tratan el discurso, a menudo se alude a la distinción aristotélica entre los argumentos relacionados con el *Ethos*, el *Pathos* y el *Logos*. Competen al *Ethos*, los argumentos que apelan a la autoridad de un texto, de una ley religiosa o moral, de una institución o bien de una persona investida con un mandato, de un personaje célebre; también competen a esta categoría los argumentos que utilizan el peso del número y de la tradición. Compete al *Pathos*, la argumentación que apela a las emociones y sentimientos. «Un llamamiento emocional argumenta en favor de una posición poniendo el acento sobre la deseabilidad de las consecuencias que se desprenderían de la aceptación de la posición evocada» (McGuire, 1969, página 202). Competen al *Logos*, los argumentos que apelan a la razón y la lógica: la conclusión se deduce forzosamente de las premisas. No obstante, en el campo de las actitudes, de las opiniones y las creencias, no cabe la lógica formal; y si el mensaje conlleva un razonamiento subyacente, sólo se trata de un «silogismo débil» (McGuire) que deduce la conclusión de un principio general (como en la experiencia de Hovland sobre la devaluación del dólar) o de hechos empíricos (como en la experiencia de Hovland sobre la duración de la guerra contra Japón). «Un llamamiento lógico habla en favor de la verdad de una creencia presentando una o varias pruebas en favor de la probable verdad de las premisas de las que se desprende la creencia» (McGuire, 1969, pág. 202). En psicología social, no existen muchos traba-

jos sobre la argumentación lógica, y las comparaciones empíricas sobre la eficacia relativa de los llamamientos lógicos y de los llamamientos emocionales resultan poco concluyentes. Por el contrario, existe un gran número de trabajos experimentales sobre los llamamientos al miedo.

#### → Los llamamientos al miedo

*Efectos observados.* — Una práctica común consiste en infundir miedo a alguien para que obedezca o acepte un punto de vista. En el campo de la prevención de las enfermedades y accidentes, esta práctica parece ser la que más se ha impuesto y es respecto a un problema de salud que los psicólogos de la Escuela de Yale (Janis y Feshbach, 1953) realizaron la primera investigación experimental.

Para convencer de la necesidad de lavarse con frecuencia y cuidado los dientes, los autores elaboran tres mensajes: el primero busca infundir mucho miedo, poniendo el acento sobre las graves y dolorosas enfermedades que implica una higiene dental deficiente y va acompañado de diapositivas en color, repugnantes, que muestran dientes cariados y encías enfermas; el segundo busca infundir un miedo moderado, mencionando las consecuencias de una higiene dental deficiente, sin insistir en su gravedad ni en los dolores, y utiliza diapositivas mucho menos impactantes; el tercer mensaje es débilmente emocional: se trata de un cursillo sobre la función de los dientes que implica contadas alusiones a las consecuencias y es ilustrado con dibujos de dientes y encías sanos. Cada mensaje encierra las mismas recomendaciones (frecuencia y modo de lavarse los dientes, calidad del cepillo que ha de utilizarse) y va dirigido a un grupo diferente de sujetos. Se interroga a los sujetos varias veces: primero, antes de la experiencia, acerca de su opinión sobre la higiene dental y sus costumbres al respecto, luego, después de la experiencia, sobre su reacción durante el mensaje, su memorización del mensaje; también se les interroga tras una semana sobre la frecuencia con la que se lavan los dientes. Antes que nada, las respuestas indican que cada mensaje produjo el grado de reacción emocional que se deseaba que produjeran; también que la naturaleza del mensaje no afecta de manera diferencial a la memorización del mensaje. No es sino después de una semana que aparecen las diferencias: 36 % de los sujetos con los que se empleó el llamamiento débil declararon que se lavaban los dientes más a menudo, 22 % de los que recibieron el llamamiento moderado y solamente 8 % de los que recibieron un fuerte llamamiento al miedo.

Sin duda porque el resultado va en contra del «sentido común», esta investigación ha inspirado posteriormente y hasta nuestros días desarrollos teóricos y polémicos, así como un gran número de investigaciones. Varias de ellas (por ejemplo, Krisher *et al.*, 1973; Dembroski *et al.*, 1978) confirman que un gran temor conlleva un menor efecto que un temor moderado; algunas no observan ninguna diferencia entre estos dos tipos de mensajes; otras



el efecto contrario: Leventhal y Singer (1966) en un estudio acerca del mismo problema de higiene dental, observan que hay un mayor número de sujetos que declaran tener intenciones de lavarse los dientes con más frecuencia tras un fuerte llamamiento al miedo, que tras recibir un llamamiento débil. Esta contradicción entre los resultados de dos estudios casi idénticos puede explicarse por el hecho de que los niveles de emoción engendrados en ambas investigaciones no se corresponden: el mensaje de gran temor de Leventhal y Singer sería, en realidad, al nivel del mensaje moderado de Janis y Feshbach; de este modo, los resultados significarían, según Janis (1967), que la curva entre grado de miedo y efecto del mensaje no es monótona: a medida que aumenta el temor despertado por el mensaje, el efecto del mensaje comienza por aumentar y luego disminuye. No obstante, existe otra manera de explicar la incoherencia de estos resultados: que el efecto del temor provocado por el mensaje depende de otros factores; así entramos en la segunda generación de investigaciones que conllevan un diseño experimental multifactorial. Entre 1964 y 1967, Leventhal y sus colaboradores (Leventhal, 1970) llevaron a cabo un programa de investigaciones sobre el efecto de los llamamientos al miedo sobre una amplia gama de *problemas* (consumo de cigarrillos, vacunación contra el tétano, uso del cinturón de seguridad...), sobre una muy amplia variedad de *sujetos*, en relación con numerosos *otros factores* y sobre varios *niveles de respuesta*: creencias y opiniones (preguntas sobre lo que piensan los sujetos de la relación entre cigarrillo y cáncer de pulmón, por ejemplo); intenciones de actuar (preguntas sobre la intención de disminuir el número de cigarrillos fumados); conductas (preguntas sobre el número de cigarrillos realmente fumados; observación del número de aquellos que van a pasar una radiografía pulmonar, que se hacen vacunar contra el tétano, etc.).

Para empezar, los resultados muestran que el efecto de los llamamientos al miedo no es el mismo si se quiere hacer cambiar la opinión, la intención de actuar o la conducta real: en su conjunto, la conclusión es que un fuerte temor tiene un mayor efecto que un temor débil sobre la opinión (los sujetos aceptan en mayor medida la idea de que existe una relación entre el hábito nocivo y la salud o la seguridad), pero tiene un efecto menor que un temor débil sobre las intenciones de actuar en el sentido de la recomendación<sup>5</sup> y aún menor sobre el paso al acto, es decir, sobre la conducta real. El efecto del miedo depende también del tipo de problema: aunque en su conjunto los resultados concuerdan tanto si se trata de la salud como de la seguridad, podemos preguntarnos si el efecto del llamamiento al miedo no sería diferente dependiendo de si se trata de *acabar* con una mala costumbre o si se trata de *evitar* adoptarla. Igualmente, los autores pusieron de relieve el papel de la importancia del problema tratado para el receptor: en un problema de poca importancia, el llamamiento fuerte al miedo tiene un mayor efecto. El efecto del miedo también depende de la manera en que se presente la recomendación: hay que indicar de forma explícita cómo evitar el peligro; en

este caso, un llamamiento fuerte resulta más eficaz que uno débil, pero si no se propone remedio alguno, lo que se produce es el efecto contrario (Rogers y Mewborn, 1976). Es preferible que la recomendación sea dada al principio del mensaje; por último, la solución debe proponerse de forma muy clara y debe ser específica para el peligro a evitar (Leventhal *et al.*, 1965). El efecto del miedo depende asimismo de la credibilidad de la fuente: un llamamiento fuerte al miedo resulta más eficaz cuando la fuente es creíble que cuando goza de poca credibilidad (Miller, 1966). Finalmente, depende de ciertos rasgos de la personalidad de los receptores, como la estima de sí mismo y la ansiedad crónica: un mensaje muy atemorizante es más eficaz en aquellos sujetos que tienen un alto concepto de sí mismos y en aquellos que, por su naturaleza, son poco ansiosos; pero es el mensaje moderado el que tiene mayor éxito a la hora de persuadir a sujetos que se tienen en poca estima y a aquellos que sufren de ansiedad crónica.

*Las interpretaciones teóricas.* — La teoría de Janis (1962, 1967) corresponde a las investigaciones de la primera generación y busca explicar por qué el miedo provocado por el mensaje hace que se acepte la recomendación y por qué el efecto disminuye con la intensidad del miedo provocado. El miedo es un *Drive*<sup>5</sup> que empuja a buscar lo que puede suprimir el peligro; el hecho de encontrarlo pone fin al *drive*, es decir, al miedo. El peligro descrito en el mensaje infunde temor y éste aumenta la probabilidad de que el receptor busque el medio de evitar el peligro; el mensaje indica el medio para evitar el peligro y el miedo lleva al receptor a aceptar la recomendación que se le ha hecho. Así pues, resulta útil y quizá necesario infundir miedo para que se despierte el *drive* que empuja a aceptar la recomendación. Pero el miedo también es un *Cue*, es decir, un estímulo, en este caso interno, ante el que el individuo reacciona. Como este estímulo es desagradable, el individuo intentará hacerlo cesar y para ello evitará los estímulos *externos* que han producido este estado o que están asociados a él. De este modo, cuando el mensaje es muy atemorizante, el receptor hace cesar su miedo rechazando lo que le ha infundido el miedo: la fuente, hacia la cual puede adoptar una actitud hostil, el mensaje, que puede deformar u olvidar, o el problema, en el que ya no desea pensar. Por ello, la curva entre grado de miedo provocado y aceptación de las recomendaciones no es monótona: un mensaje que no sea muy atemorizante no provoca el *drive* que empuja a aceptar las recomendaciones; un mensaje muy atemorizante desencadena reacciones de rechazo del mensaje, de la fuente y del problema; de este modo habría un grado óptimo de llama-

5. Este término, al igual que el de *Cue*, ha sido tomado de la teoría del aprendizaje de C. Hull (1943). El *drive* es un impulso energético y direccional que se desencadena en caso de carencia o dolor y que pone al organismo en movimiento hasta que se encuentre lo que satisfaga la carencia o suprima el dolor.

miento al miedo que el *drive* produce sin provocar una reacción de evitación.

La interpretación de Leventhal (1970) moderniza la de Janis y pertenece a la segunda generación: partiendo de la constatación experimental de las interacciones entre factores, esta teoría intenta explicar por qué el fuerte temor engendrado por el mensaje provoca, en ciertas condiciones más y en otras menos, cambios en las actitudes y opiniones. El mensaje que infunde miedo provoca en el receptor tanto una reacción emocional inmediata, como una respuesta adaptativa (existe peligro, ¿cómo escapar?). La actividad psicológica desencadenada en el receptor depende de lo que éste desee dominar: su miedo o el peligro. «Controlar el peligro» es un proceso de solución del problema: el sujeto, centrado en el peligro, adopta una actitud sumamente atenta respecto a las informaciones provenientes del medio (la fuente, el mensaje) que le indican cómo hacer frente al peligro (la recomendación). «Controlar el miedo» consiste en hacerlo cesar inmediatamente: el sujeto, centrado en sus sensaciones internas, negará la existencia del peligro e interrumpirá todo contacto con el medio exterior (la fuente, el mensaje, la recomendación). Es el sentimiento de *su vulnerabilidad* lo que orienta al sujeto hacia el control del peligro o hacia el control del miedo: si piensa que *no es vulnerable* a la enfermedad o al accidente, creará que tiene probabilidades de escapar del peligro: aceptar y seguir la recomendación del mensaje aumenta sus oportunidades; si piensa que *es vulnerable*, creará que no tiene posibilidades de escapar del peligro y la recomendación no puede cambiar nada al respecto. La relación entre llamamiento al miedo y estimación subjetiva de sus oportunidades por parte del receptor ha sido desarrollada por Rogers (1975) en un modelo de *decisión* que es función de tres factores: 1 / la importancia que tiene para el receptor el carácter desagradable del acontecimiento, enfermedad o accidente de los que habla el mensaje; 2 / la probabilidad, estimada por el receptor, de que el acontecimiento se produzca si no sigue la recomendación del mensaje, y 3 / la probabilidad, estimada por el receptor, de que el acontecimiento no se produzca si sigue la recomendación, es decir, la eficacia percibida del medio propuesto.

→ *Amplitud de la divergencia entre la fuente y el receptor*

*Dificultades del problema.* — Por amplitud de la divergencia entendemos la distancia que existe entre la opinión que el receptor tiene antes del mensaje y la opinión que la fuente presenta y defiende. Para hacer variar experimentalmente la amplitud de la divergencia hay que poder medir ambas opiniones con una misma escala: entonces se cuantifica la distancia por el número de intervalos que separan a las dos posiciones, número que se hace variar en las diversas condiciones. Para ver si el cambio covaría con la divergencia es necesario disponer de un indicador cuantitativo del cambio tras la comunicación. En caso de evaluar el cambio mediante el número de intervalos que separan las posiciones inicial y final del receptor, se llega a un absurdo,

ya que un sujeto «distante» de la fuente tiene mayores probabilidades de cambiar en un número importante de intervalos que un sujeto «próximo» a la fuente, de manera que, si el cambio, en valores absolutos, es igual, en realidad el segundo se ha aproximado en mayor medida a la fuente. Así pues, para hablar sobre la relación entre cambio y divergencia, no hay que utilizar el cambio absoluto en la escala, sino el cambio *relativo* a la distancia inicial entre receptor y fuente. Una segunda dificultad se debe al hecho de que la opinión no es solamente una cuestión de grados, sino también de orientación: si la escala de medida es bipolar, la misma distancia en número de intervalos puede corresponder ya sea a dos opiniones favorables (el receptor y la fuente del mensaje están «a favor», pero uno está más «a favor» que el otro), a dos opiniones desfavorables (ambos están «en contra», pero uno más que el otro), o bien a una opinión favorable y una desfavorable (estando el receptor «a favor» y la fuente «en contra» o al contrario). Evidentemente este último caso resulta problemático, ya que a la distancia entre los puntos de vista hay que añadir una diferencia de «campo». La tercera dificultad proviene de que, en materia de persuasión, las posiciones del receptor y de la fuente no son intercambiables. Incluso si ambas se encuentran en el mismo lado de la escala, no es en absoluto lo mismo para el receptor que sea la fuente o él mismo quien tenga una posición extrema. Al estudiar el efecto de la divergencia, el receptor es, por definición, moderado cuando la fuente es extrema, y extremo, por definición, cuando la fuente adopta una posición moderada. Ahora bien, un receptor moderado puede cambiar con mayor facilidad que un receptor extremista: se ha demostrado que existía una correlación positiva entre extremismo y certeza. Además, la fuente extremista puede ser percibida por el receptor extremista como parcial en sus opciones y como una fuerte intención de persuadirle, la fuente moderada puede ser percibida por el receptor extremista como falta de seguridad. No es seguro que, en todos los trabajos consagrados al problema, estas dificultades hayan sido superadas. Tampoco es seguro que, como ya se ha sugerido en relación con los grados de miedo, los márgenes de divergencia, de una investigación a otra, se hallen en correspondencia. Esto quizás explique por qué los resultados no siempre son coherentes.

*Efectos observados.* — Generalmente se cree que mientras más alejado se encuentre el punto de vista evocado del punto de vista del receptor, más se desplazará este último en la escala hacia la posición de la fuente: la relación entre amplitud de la divergencia y amplitud del cambio sería así positiva y lineal (monótona). Esta es la hipótesis que Hovland y Pritzker (1957) sometieron a un test.

Primero se mide la opinión de los sujetos mediante escalas de siete puntos, sobre una serie de problemas diferentes (ejemplos: las mujeres

solteras son mejores maestras que las mujeres casadas; el número de cines que aún estarán abiertos dentro de cinco años...). Luego se les comunica la opinión de una mayoría de personas, que difiere en un intervalo de la escala de la suya (divergencia débil), en dos o tres intervalos (divergencia moderada) o en cuatro intervalos (divergencia fuerte) y se observa cuántos intervalos se desplazó la respuesta final en la escala. Los resultados promedio son respectivamente: 0,84 (divergencia débil), 1,28 (divergencia moderada) y 1,72 (divergencia fuerte). El cambio en valores absolutos aumenta con la divergencia. Pero si se relaciona el cambio observado con la distancia inicial, los sujetos en su conjunto se aproximan más a la posición de la fuente cuando la distancia es reducida y menos si aumenta la distancia.

La relación entre la amplitud de la divergencia y la amplitud del cambio es, pues, menos simple de lo que parecía: si la divergencia es extrema, se produce un cambio menor (Hovland *et al.*, 1957) y actualmente se está más o menos de acuerdo en pensar que el cambio aumenta hasta cierto punto de divergencia, más allá del cual ya no lo hace e incluso puede disminuir; de este modo, la curva sería no monótona. No obstante, cierto número de investigaciones de la segunda generación han puesto de relieve el papel desempeñado por otros factores en el efecto de la divergencia. Primero, el grado de *implicación personal* del receptor en el problema: la persona que se siente muy concernida cambia menos, si no es que no cambia en absoluto, y la persona que se siente poco implicada cambia más si el mensaje expone y defiende un punto de vista contrario al suyo. No obstante, Zimbardo (1960) matiza esta conclusión mostrando que hay que distinguir, en la implicación personal, lo que depende de la *importancia* del problema —mientras más grave y central sea el problema para el receptor, más tenderá la exposición de una opinión muy distante de la suya a hacerlo cambiar de opinión— y lo que depende de la *certeza*: mientras más seguro esté el receptor de tener razón, menos se dejará influenciar por una opinión contraria a la suya. Otro factor de variación es la *credibilidad de la fuente*: si existe una fuerte divergencia entre las opiniones, el receptor cambia más si la fuente es creíble que si lo es en menor medida.

*Las interpretaciones teóricas.* — Para explicar la existencia de una relación no monótona, Sherif y Hovland (1961) postulan primero que la opinión de un individuo sobre un problema no se caracteriza únicamente por un punto en la escala, sino por *márgenes* alrededor de ese punto: un margen de aceptación (las posiciones vecinas de la suya que él considera aceptables), un margen de rechazo (las posiciones lejanas que considera inaceptables) y, entre ambos, un margen de indiferencia; el margen de rechazo es tanto más amplio como extrema sea la posición personal. Los autores también recurren a la noción de *distorsión perceptiva*, tomada de la psicología del juicio de estímulos ordenados: las posiciones aceptables son percibidas por el receptor

como más próximas a la suya por efecto de asimilación y las posiciones rechazables como más lejanas de lo que realmente son en la escala, por efecto de contraste; esto ha sido verificado empíricamente (Hovland, Harvey y Sherif, 1957). De esta manera, una divergencia débil no produce cambio debido a que la posición de la fuente cae en el margen de aceptación y es «asimilada» por el receptor a la suya, y una divergencia fuerte tampoco produce cambio alguno porque la posición de la fuente está «demasiado» alejada y cae en el margen de rechazo.

Según McGuire (1969), el cambio de actitud no es más que una de las respuestas que el receptor puede dar a la divergencia entre la fuente y el mismo: también puede producirse una distorsión perceptiva que minimice o exagere la diferencia, una desvalorización de la fuente o una negativa a tomar en cuenta la divergencia. El tipo de respuesta dependería de la situación y de las tendencias personales del receptor, pero el cambio tiene menos probabilidades de producirse que las otras respuestas, según Festinger (1957), si entre la opinión del receptor y la de la fuente no sólo existe una distancia, sino también una contradicción (la fuente está muy a favor, el receptor muy en contra, por ejemplo), que genere una tensión desagradable (una disonancia cognitiva) que el receptor intentará reducir o evitar. La teoría postula que el individuo reduce la disonancia ya sea cambiando de opinión, o bien justificando su ausencia de cambio mediante el poco valor que concede a la fuente, a quien juzga *a posteriori* como menos creíble, menos honesta y menos simpática que antes; predice que el elemento «menos fuerte» será el que sea modificado: si el sujeto «se aferra» a la fuente —le gusta, la respeta— más bien cambiará de opinión; si el sujeto «se empeña» en el problema y en su posición respecto a dicho problema, desvalorizará a la fuente antes que cambiar de opinión. Una disonancia máxima resulta de la toma de conciencia de una fuerte divergencia con una fuente valorizada sobre un problema importante sobre el cual el sujeto tiene una opinión firme: en tal caso, la teoría predice una especie de distorsión perceptiva: ya sea por minimización de la divergencia —ya no hay razón para cambiar— o bien mediante la relativización de la importancia del problema: la divergencia con la fuente valorizada resulta entonces soportable y no se cambia, o, por el contrario, se cambia de opinión, puesto que el problema resulta tener una implicación menor y un cambio tiene un menor alcance cognitivo. En este punto, la debilidad de la teoría de la disonancia se debe a que especifica poco las condiciones en las que se produce un modo de resolución y no otro; además, parece implicar cierta circularidad, ya que la disonancia, siendo un estado interno del sujeto, sólo puede ser evaluada mediante los cambios que ella misma produce.

Una manera de evitar la disonancia consiste en negarse a todo contacto con una opinión contraria. Esta reacción está vinculada con lo que Festinger ha denominado la *exposición selectiva*, es decir, la tendencia activa de los individuos consistente en buscar aquello que los confirma en sus ideas y en

evitar exponerse a lo que va en contra de lo que piensan.<sup>6</sup> La noción de percepción o información selectiva se emplea ampliamente en psicología para poner de manifiesto los límites de las capacidades individuales de recepción y codificación de las múltiples informaciones y señales que provienen, en todo momento, del mundo exterior; pero en este caso recibe una utilización especial más relacionada con los mecanismos de defensa que con los procesos de tratamiento de la información. El principio de la exposición selectiva ha sido ampliamente aceptado y difundido: en 1949, una reseña de la literatura sobre la comunicación lo da por establecido y Festinger lo integró en su teoría de la disonancia cognitiva. Ahora bien, como lo muestran Brehm y Cohen (1962), este principio resulta ser, dentro de la teoría, el principio que *menos* confirmación experimental ha recibido, cosa que el propio Festinger reconocía en 1964. En efecto, las investigaciones experimentales, antiguas y recientes, muestran que los sujetos manifiestan claramente una tendencia consistente en preferir e investigar las informaciones confirmantes, pero, o bien se carece de datos sobre la evitación de las informaciones invalidantes, o bien éstos son ambiguos o incluso se invierten. Las investigaciones de la segunda generación limitaron aún más el alcance de este principio, mostrando que la evitación de la divergencia sólo se producía en interacción con otros factores: *factores individuales* (por ejemplo, el individuo que confía poco en su punto de vista es quien prefiere no conocer las opiniones que difieren de la suya, ni los argumentos que la justifican, pero esto no sucede así con aquel que tiene confianza en su opinión); *factores de personalidad* (la ansiedad, quizá la extraversión, favorecerían la evitación de la divergencia); *factores psicosociológicos* (los miembros de un grupo pueden proteger la cohesión del grupo, cerrándose a toda opinión extraña que pudiese sacudir las certezas establecidas) y *sociológicos* (en ciertos regímenes políticos resulta arriesgado tener contactos con el extranjero). Por último, en psicología existen autores que sugieren, apoyándose en algunas pruebas, la existencia de tendencias concurrentes (necesidad de complejidad, de novedad). La creencia en el principio de la evitación de la divergencia ha retrocedido considerablemente y en la actualidad tan sólo existe bajo una forma atenuada y relativizada.

### c. Los factores del mensaje en las etapas del proceso de cambio

Las investigaciones consagradas a las características de forma y contenido muestran, con evidencias, que estas características condicionan la eficacia del

6. De hecho, la exposición selectiva destaca estas actividades realizadas tras la decisión y por medio de las cuales, según Festinger, el individuo intenta confortar las elecciones que ha hecho. Ahora bien, tomar posición sobre un problema equivale a hacer una elección entre diversas posiciones posibles; exponerse a una opinión contraria sería tanto como poner en duda esta elección.

mensaje mediante procesos de atención, de comprensión y de evaluación, y las interacciones con otros factores nos informan en qué etapa desempeña un papel alguna característica determinada. Todas las características pueden intervenir en la *atención* concedida al mensaje, pero hay algunas que hacen que el mensaje sea particularmente relevante: las características estilísticas y retóricas, y sobre todo el llamamiento al miedo y la fuerte divergencia existente entre las posiciones de la fuente y del receptor. El orden de los argumentos y de la conclusión también desempeñan un papel, ya que al dar un argumento o la conclusión en primer lugar, se orienta la atención de forma diferencial para el resto del mensaje. El mensaje debe ser *comprendido*: los diversos elementos deben ser captados de forma clara por el receptor, pero también la relación deductiva entre los argumentos y la opinión que constituye su conclusión. No podemos dejar de insistir en la importancia de las cuestiones de estilo y organización: la utilización de argumentos bilaterales hace que el mensaje sea más complejo e impide que los receptores poco inteligentes o instruidos lo comprendan; una conclusión explícita favorece la comprensión, por parte de los receptores poco dotados, de la relación entre argumentos y conclusión, sobre todo si está situada al principio del mensaje; el llamamiento al miedo sólo puede resultar eficaz si las recomendaciones son dadas de forma explícita y clara.

El papel desempeñado por las características del mensaje resulta no menos evidente en la fase de *evaluación*. Primero, cierto número de ellas actúan de manera indirecta, produciendo una desvalorización de la fuente: demasiado énfasis o intensidad, los argumentos unilaterales, una conclusión explícita que es juzgada redundante, el mensaje que comienza por afirmar la opinión de la fuente, una opinión sumamente divergente, un llamamiento demasiado intenso al miedo, todo ello puede chocar a los sujetos y hacer que se vuelvan contra la fuente, que es así percibida como maniquea, manipuladora, amenazante para su libertad y/o su comodidad, lo que desvaloriza la opinión y los argumentos expresados por ella. Pero es sobre todo el contenido del mensaje lo que es sometido a validación: el receptor se pregunta qué probabilidades tiene la opinión expresada de ser exacta; para responder dispone de dos puntos de referencia: su propia opinión y los argumentos expresados en favor de la conclusión. Un sujeto cuya posición sea extrema puede tener tendencia a no examinar los argumentos del mensaje y a comparar únicamente su posición con la de la fuente, rechazando esta última ya sea porque su margen de tolerancia es estrecho, o bien porque desea proteger su opinión de todo cuestionamiento. Pero si tiene confianza en sí mismo, nada le impide interesarse por los argumentos de la fuente. Para decidir si las informaciones dadas por la fuente en favor de su punto de vista (argumentos «a favor») son válidas, las comparará con las informaciones de las que dispone personalmente y en las que ha basado su propia opinión (argumentos «en contra»); en otros términos, el sujeto *contra-argumenta* (Petty y Cacioppo, 1981). Si carece de

opiniones que oponer a las de la fuente, ya sea porque cuenta con poca información o está mal informado sobre el problema, o bien porque aún no tiene una opinión hecha al respecto, existen probabilidades de que sea convencido por los argumentos de la fuente, cuya conclusión entonces acepta; pero si contra-argumenta —lo que sucede especialmente entre los individuos inteligentes, instruidos o informados, o entre aquellos que tienen una posición muy firme sobre el problema y se enfrentan a una opinión contraria— existen probabilidades de que refute los argumentos de la fuente y, en tal caso, no sea convencido por el mensaje, a menos que sus propios argumentos le parezcan finalmente más débiles. El contenido ansiógeno de los llamamientos al miedo tiene sin duda, en esta fase, un efecto más complejo. Por una parte, este efecto puede bloquear, debido a su excesiva intensidad, la evaluación de los argumentos y de la recomendación, sobre todo entre los receptores que sufren de ansiedad crónica o que se sientan vulnerables al peligro señalado. Por la otra, puede facilitar, *motivándolas*, como coinciden Janis y Leventhal, las operaciones de validación de los argumentos que sirven para mostrar la relación entre una mala costumbre y sus consecuencias; el receptor, muy asustado, puede intentar tranquilizarse buscando contra-ejemplos (por ejemplo, casos de cáncer entre personas no fumadoras) que minimicen el alcance de la demostración hecha por el mensaje. Si se toma en serio la demostración de la causa y el efecto, aún es necesario que considere eficaz el medio recomendado; en otras palabras, que evalúe las consecuencias anticipadas de su aceptación o rechazo de la recomendación.

Ciertos autores consideran que la *retención* es necesaria para que el cambio se mantenga, pero se ha podido demostrar experimentalmente que ciertos cambios de actitud aún pueden observarse tras semanas o meses de intervalo, sin que el sujeto recuerde del contenido del mensaje. Una hipótesis plausible relaciona la estabilidad del cambio con el *modo* de evaluación que ha llevado al receptor a adoptar la conclusión del mensaje: si ha sido convencido de que la opinión de la fuente era válida por el valor de los argumentos —lo que Cialdini *et al.* (1981) consideran la «vía central» de la persuasión— esta última se integra en su sistema personal, se desprende de las circunstancias y del mensaje que han producido el cambio; así, éstos son olvidados, pero la nueva posición del sujeto queda «adquirida»: podemos aplicar al mensaje lo mismo que nos dice Kelman cuando habla de la fuente. Por el contrario, si ha aceptado la conclusión del mensaje por otras razones y no por su validez intrínseca —la «vía periférica», según Cialdini *et al.*,— su nueva posición aún puede cambiar según las circunstancias que modifiquen sus intereses y los medios disponibles o percibidos para satisfacerlos. Los llamamientos al miedo representan un caso algo particular, ya que Niles (en Leventhal, 1970) demostró que una vez disipado el susto, el receptor puede examinar si la recomendación que no ha olvidado tiene probabilidades de permitirle escapar del peligro. El paso al *acto* dependería también del modo de evaluación de

los elementos del mensaje; pero ni las cualidades del mensaje ni las de la fuente son suficientes para que un cambio de opinión se traduzca directamente en acciones correspondientes, Leventhal lo ha mostrado claramente a propósito de los llamamientos al miedo.

#### D. El receptor<sup>7</sup>

El receptor es simultáneamente el blanco al que apuntan tanto la fuente como el mensaje; el operador que procesa las informaciones proporcionadas por la situación, la fuente y el mensaje; y por último, es el sujeto experimental, cuyo cambio eventual se observa tras la comunicación. Ya hemos visto que las propiedades y actividades del receptor están implicadas en el efecto de la mayoría de las características de la fuente y del mensaje. La presente rúbrica se ocupa de las diferencias sistemáticas entre receptores, con factores constantes de fuente y de mensaje.

##### a. Los estados o disposiciones estables del receptor

*Métodos de estudio.* — En toda situación de influencia existe una variabilidad interindividual a menudo muy marcada. Aunque la mayoría de los experimentadores hayan considerado que las diferencias individuales son un «residuo» sin importancia real, otros han intentado reducir la incertidumbre que estas diferencias provocan en las predicciones, tratándolas como un conjunto de variaciones sistemáticas en clases o dimensiones particulares. Este procedimiento implica tres etapas: primero, el recuento de las características individuales hipotéticamente importantes para el fenómeno de persuasión considerado; segundo, la investigación de los criterios de clasificación de los individuos y, si se trata de dimensiones, de un medio de medición; y en tercer lugar, la puesta de manifiesto de una covariación entre la pertenencia individual a una clase o la posición individual en una dimensión, y la conducta individual en una situación experimental de comunicación persuasiva. En algunas ocasiones se invierte la secuencia de las operaciones, pero la prueba así aportada sólo concierne a la situación experimental en la que se ha observado la reacción.

Para concluir que una característica individual estable produce un efecto determinado es necesario demostrar que este mismo efecto se puede observar de una situación a otra, independientemente de la naturaleza de la fuente y del mensaje. Muy escasas son las investigaciones que han examinado a fondo las

7. En McGuire (1969) se encontrará una buena representación de los efectos del canal y de la comparación entre Comunicación cara a cara y Comunicación de Masas.

implicaciones de la cuestión presentada; disponemos únicamente de un gran número de estudios, independientes entre sí, que han evaluado la existencia de una relación entre una característica individual y la influencia sufrida en una situación experimental, pero en las que los sujetos y la situación varían de una investigación a la otra. Estas investigaciones deben ser consideradas como una fase necesaria de detección de los factores individuales y no como prueba suficiente del papel de estos factores.

*¿Un rasgo general y específico de influenciabilidad?* — Plantear hipotéticamente la existencia de semejante rasgo radicaliza completamente la cuestión de la variabilidad interindividual: si los receptores se caracterizan por un grado personal de influenciabilidad, siempre se comportarán de la misma manera en todas las situaciones de influencia.<sup>8</sup> ¿Son los individuos fieles, es decir, constantes, en su reacción a las comunicaciones persuasivas? La investigación de Janis y Field (1956) aporta un elemento de respuesta a esta pregunta:

El estudio trata sobre una amplia población de alumnos de enseñanza media y sobre diez problemas de opinión diferentes. Se utilizan diez mensajes, uno por cada problema. Se interroga a los sujetos antes y después de cada mensaje sobre sus actitudes, opiniones e intenciones de actuar y se calculan las correlaciones de los diversos indicadores de cambio entre problemas. Sobre 45 calculados, 39 son positivos; si en su conjunto los valores son débiles, no obstante, algunos de ellos alcanzan el umbral suficiente de significación.

De esta forma habría una tendencia general, débil pero no menos apreciable, a reaccionar de manera constante a las comunicaciones persuasivas. Sin embargo, hay que señalar que se trata de una prueba mínima, ya que si los problemas varían, muchas otras condiciones han sido fijadas.

*Efectos de las características y de los rasgos no específicos.* — Una forma más débil de esta hipótesis consiste en suponer que ciertas características personales determinan el tipo de respuesta que da el individuo en una gran variedad de situaciones, entre ellas las situaciones persuasivas. Este enfoque es mucho más representado que el primero y presentaremos brevemente algunos rasgos estudiados a menudo (véase Hovland y Janis, 1959; McGuire, 1968).

Respecto al sexo, durante mucho tiempo se afirmó, y a menudo se demostró, que las mujeres eran más influenciables que los hombres, resultado que se explicaba mediante el hecho de que, en la mayoría de las sociedades,

8. Entonces se evitan todos los otros factores: fuente, mensaje y canal, en la explicación y previsión de los fenómenos de persuasión.

las mujeres son educadas para obedecer, o bien que, al tener una mayor necesidad de afiliación, las mujeres se conforman en mayor medida a las opiniones de los demás. Pero algunas reseñas recientes (Eagly, 1978; Cooper, 1979) señalan que la mayoría de las comparaciones entre los sexos carecen de control: si se establecen normas para la situación (el sexo del experimentador, el material utilizado) y se hace que los sujetos sean homogéneos, por ejemplo, en nivel de instrucción, ya no habrá diferencia entre hombres y mujeres. Las mujeres incluso serían menos influenciables respecto a problemas que les parecen importantes y que conocen bien (Sistrunk y McDavid, 1971). Durante largo tiempo, la *inteligencia* o el nivel de instrucción parecieron tener un efecto simple: los sujetos poco inteligentes o instruidos eran persuadidos con mayor facilidad que los sujetos inteligentes o instruidos. Sin embargo, algunas investigaciones más recientes han llegado al resultado contrario y en varias ocasiones se han puesto de manifiesto interacciones con ciertas características del mensaje. La *estima de sí mismo* es, según algunos autores, una tendencia estable consistente en atribuirse a sí mismo, a sus propias capacidades y opiniones, un valor más o menos elevado. Esta tendencia personal ha sido muy estudiada en sus relaciones con las situaciones de persuasión, primero por Hovland y sus colaboradores (1959) y más tarde, por otros autores. Las primeras investigaciones llegaron a la conclusión de que los sujetos con una estima débil de sí mismos cambiaban más que los sujetos con una estima fuerte, ya que al tener menos confianza en su opinión, descansaban en mayor medida en la opinión de los demás para tener la «buena» respuesta. Pero estudios más recientes han demostrado que el problema es mucho más complejo; de esta manera, Cox y Bauer (1964) descubrieron que la curva entre auto-estima y el cambio no es monótona: los moderados son los que más cambian. Además, auto-estima podría estar, según varios estudios, en interacción con otros factores, en particular las características del mensaje y la complejidad de la argumentación.

*Un problema mal planteado.* — Podemos ver que la historia se ha repetido en cada uno de estos factores. Lo que parecía simple y concluyente en las primeras investigaciones, ya no lo fue más tarde. Según McGuire (1968; 1969) este estado de cosas puede explicarse por el hecho de que un factor puede intervenir de forma diferente en la fase de recepción del mensaje y en la fase de aceptación-sumisión. De este modo, las mujeres, al tener capacidades verbales generalmente superiores a las de los hombres, estarían en mejores condiciones de prestar atención al mensaje y comprenderlo: no es tan sólo porque son «sumisas» que las mujeres pueden ser persuadidas con mayor facilidad. Por lo que se refiere a la *inteligencia*, podemos admitir que los sujetos inteligentes e instruidos, al interesarse en mayor grado por el mundo exterior, prestan una mayor atención al mensaje, y, al ser más capaces, lo comprenden con mayor facilidad. Así pues, la relación entre inteligencia y recepción del



mensaje sería positiva. Pero puesto que cuentan con más fundamentos para apoyar sus creencias, con más capacidades críticas, con más posibilidades para refutar los argumentos que les oponen, con una mayor estima de sí mismos y, por ende, con una mayor tolerancia para los desacuerdos, presentan una menor tendencia a someterse a la opinión de los demás. Vista así, la rela-

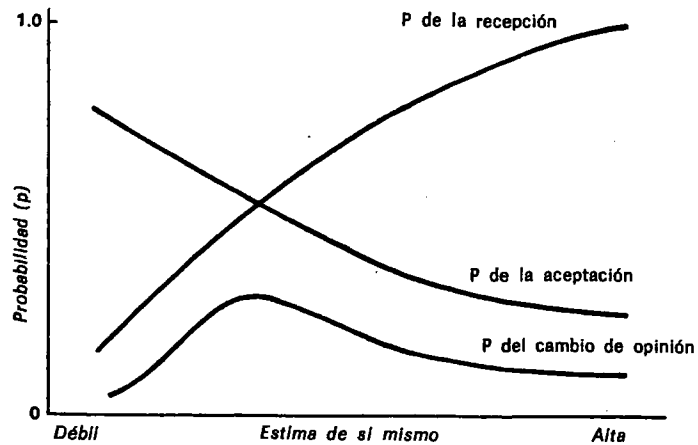


FIG. 3.—Relación entre la estima de sí mismo y las etapas de recepción y aceptación (según McGuire, 1968)

Figura adaptada de «Personality and susceptibility to social influence», aparecido en E. F. Borgatta y W. W. Lambert (editores), *Handbook of personality theory and research*, Chicago, Rand McNally, 1968. Copyright: E. F. Borgatta. Reproducida con permiso de E. F. Borgatta.

ción entre inteligencia y aceptación del mensaje sería negativa. De esta forma, dependiendo de que las características de la fuente, del mensaje y de la situación den mayor importancia a la recepción o a la aceptación, la inteligencia del receptor facilitarían o inhibirían el cambio. Lo mismo sucedería con la *estima de sí mismo*: una fuerte auto-estima que, por lo demás, esté correlacionada con otras propiedades personales, podría facilitar la atención y la comprensión, y frenar la aceptación del mensaje; cuando el mensaje es simple y no presenta problemas de recepción, los sujetos que tienen una idea elevada de sí mismos no son influenciados, ya que no lo aceptan; pero si el mensaje es complejo existen mayores probabilidades de que sean influenciados, debido a que lo comprenden mejor que aquellos que se conceden menor valor a sí mismos. Al considerar los efectos contrarios que tiene la mayoría de los rasgos personales sobre las fases de recepción y aceptación, McGuire también explica por qué las curvas serían, en general, no monótonas (figura 3).

### b. Los estados y disposiciones temporales del receptor

Ya no se trata de características permanentes del receptor, sino del estado de ánimo en el que el mensaje encuentra al receptor. Podemos provocar experimentalmente este estado ya sea mediante una experiencia previa o bien jugando con las condiciones de la situación en la que tiene lugar la comunicación.

*La experiencia pasada del receptor.*—Existen pocas investigaciones en el dominio de las comunicaciones persuasivas que hayan sido consagradas a las experiencias pasadas de los sujetos y, en particular, a las condiciones de reforzamiento; éstas desempeñan sin duda un importante papel si se hace referencia a los resultados experimentales observados en las situaciones de influencia social (Montmollin, 1977). Sin embargo, existe una importante serie de trabajos, más específicos, que se han concentrado en la inducción de resistencia frente a la comunicación persuasiva.

*Prevenir, advertir al receptor* que va a recibir un mensaje contrario a su opinión aumenta la resistencia al mensaje, como lo muestra el estudio de Allyn y Festinger (1961):

El tema tratado era sobre la edad en la que los jóvenes conductores pueden ser autorizados a conducir un automóvil. Se utilizan dos grupos de jóvenes: unos son advertidos de que van a escuchar un punto de vista contrario al suyo y se les pide que presten particular atención al mensaje, ya que deberán dar después su opinión sobre la cuestión; a los otros tan sólo se les anuncia que va a hablar una persona, a la que deberán prestar particular atención, puesto que después habrán de juzgar los diversos rasgos de su personalidad. Los resultados muestran que 20 % del primer grupo y 43 % del segundo ( $P < 0,02$ ) cambian de opinión en dirección del mensaje que alega en favor de elevar la edad legal.

Una de las posibles interpretaciones de este resultado, confirmado más tarde (Kiesler y Kiesler, 1964), es que la advertencia aumenta la motivación y la capacidad de contra-argumentar. Durante los últimos diez años, varios autores se han enfrentado de forma directa con el problema de la contra-argumentación. Tras haber advertido a los sujetos, Eagly (1974) les pide de manera explícita que busquen argumentos en contra de la opinión que van a escuchar: los sujetos que realizaron su contra-argumentación de antemano son menos influenciados por el mensaje que los sujetos controlados a los que no se pidió nada. Petty y Cacioppo (1977) advierten solamente a los sujetos que se intentará desviar su posición en el sentido de un mensaje cuyo conte-

nido les es transmitido de forma muy resumida y que se les dará tiempo para que reflexionen antes de transmitirles el mensaje; al final de este período, se les pide que escriban lo que han pensado. Un análisis de contenido de estas «respuestas cognitivas» muestra que los sujetos pensaron en su posición personal sobre el problema, así como en la de otras personas, y que buscaron argumentos en favor de su punto de vista y argumentos en contra de la posición que les habían dicho debería ser la del mensaje. Lejos de ser una simple «reactancia» ante la idea desagradable de que se intenta persuadirle, la resistencia del sujeto proviene de una movilización y de una verdadera actividad cognitiva de anticipación.

Varias investigaciones (McGuire y Millman, 1965; Cooper y Jones, 1970) indican que ciertos sujetos advertidos cambian menos o no cambian en absoluto *después* del mensaje, porque ya lo han hecho *antes*. Estos «cambios por anticipación» se explicarían por la estima de sí mismo y por la necesidad de aprobación: los sujetos temerían, al dejarse influenciar por el mensaje, perder un poco de su propia estima; cambiando antes del mensaje, pueden decirse que ya no corren riesgo de ser influenciados y que ya no serán objeto de la desaprobación social que conlleva la credulidad. Cialdini (Cialdini *et al.*, 1976) da una interpretación más compleja en la que participan dos factores. El primero es la «elasticidad» natural de las opiniones y actitudes: las personas no siempre saben expresar correctamente lo que piensan en realidad; cuando se les advierte que van a ser confrontadas con una opinión diferente a la suya, se desplazan ligeramente en la escala en dirección de esta opinión; si el mensaje ejerce una presión moderada y/o evoca una opinión que entra en el margen de aceptación, la nueva posición se mantiene tras la comunicación del mensaje, pero si la presión es fuerte y/o si la opinión comunicada se halla fuera del margen de aceptación, se produce un retorno a la posición inicial. El segundo factor se debe al hecho de que la expresión de las actitudes y opiniones obedece a motivaciones múltiples y, en particular, a un objetivo de *control*, incluso de manipulación, de *la imagen que se quiere dar de uno mismo*: el sujeto haría un cambio anticipado en dirección de la opinión anunciada diferente de la suya para mostrar que tiene un espíritu abierto; pero a condición de que el problema no sea muy importante para él, ya que si lo es, se anticipará entonces al mensaje, polarizando aún más su opinión, lo que le permite, tras el mensaje, regresar a su posición inicial, mostrando sin grandes costos su voluntad de compromiso.

*Inmunizar al sujeto contra la persuasión.* — McGuire (McGuire y Papa-georgis, 1961) muestra que se puede aplicar el principio de la vacunación antimicrobiana a las opiniones y actitudes: es necesario someter a las personas a una amenaza débil contra sus creencias para hacerlas capaces de resistir fuertes ataques futuros.

Se utilizan cuatro «truismos culturales» en materia de salud,<sup>9</sup> es decir, creencias que, en una sociedad determinada, no son cuestionadas nunca o en muy raras ocasiones, ni son expuestas a contra-argumentos, lo que, según los autores, las hacen particularmente frágiles ante la primera contestación. Se somete a los sujetos a uno de los dos tratamientos inmunizadores siguientes: una inmunización de *apoyo* (leen —método pasivo— o deben encontrar por sí mismos —método activo— argumentos en favor de los truismos); una inmunización de *defensa* (los sujetos leen o deben encontrar por sí mismos argumentos en contra de los truismos y su refutación); dos días más tarde, reciben una comunicación que hace un vigoroso alegato en contra de sus creencias. Entonces se evalúa su acuerdo con los truismos y se comparan sus respuestas con las de un grupo de control (que no ha sido objeto de un tratamiento previo, pero al que se ha comunicado el mismo mensaje contra sus creencias) y con las de un grupo de referencia (que no recibe ni tratamiento ni mensaje). Los resultados aparecen en la tabla III.

TABLA III. — Creencia promedio en los truismos tras un tratamiento inmunizador y la comunicación de un mensaje contrario a los truismos<sup>1</sup>

Tratamiento inmunizador. Mensaje contrario				Sin tratamiento inmunizador	
Leer <sup>2</sup>		Escribir <sup>3</sup>		Mensaje contrario	Sin mensaje
Apoyo	Refutación	Apoyo	Refutación	(Control)	(Referencia)
7,47	11,51	7,94	9,19	6,64	12,62
7,63	11,13	6,53	9,46		

1. La creencia en los truismos se evalúa sobre una escala de 15 puntos: mientras más elevada sea la cifra, más fuerte será la creencia.

2. La primera línea corresponde a una condición denominada «pasiva», la segunda a una condición en la que se subraya el texto que ha de leerse durante el tratamiento.

3. La primera línea corresponde a una condición en la que los sujetos disponen de un boceto para preparar su contra-argumentación; la segunda corresponde a una condición sin este boceto.

En primer lugar se confirma que los truismos son considerados verdaderos: el grado de acuerdo del grupo de referencia es, en promedio, de 12,62 (sobre 15). Luego vemos que los sujetos no inmunizados resisten muy mal el ataque contra sus creencias, ya que su grado de acuerdo, tras el mensaje, no es más que de 6,64. La inmunización mediante *apoyo* resulta poco eficaz: los resultados no difieren significativamente de 6,64; de este modo, los sujetos que han recibido o encontrado argumentos en

9. Estos truismos son los siguientes: hay que realizar cada año una radiografía de pulmones; la penicilina tiene buenos efectos; las enfermedades mentales no son contagiosas; hay que lavarse los dientes al menos una vez al día.



favor de sus creencias no resisten mejor que aquellos que no han sido inmunizados de antemano. Únicamente la inmunización de *defensa* por refutación hace que los sujetos sean más resistentes, sobre todo los «pasivos».

¿Por qué es mejor la inmunización de defensa? ¿Resisten mejor los sujetos el mensaje que ataca sus creencias porque han *aprendido* las respuestas a los argumentos del mensaje o porque han sido *preparados* para que contra-argumenten? Una nueva experiencia (1962) permite observar que la inmunización por refutación continúa siendo eficaz cuando se atacan las creencias con *otros* argumentos. Así pues, el tratamiento de inmunización por refutación aumenta, entre los sujetos, la motivación y la capacidad para argumentar contra el mensaje persuasivo. Aunque posteriormente estos resultados hayan sido contestados, su alcance teórico es considerable: significan que una opinión, incluso fuerte, que se ha convertido en una costumbre, cuyas razones han sido olvidadas y que nunca es objeto de un nuevo examen, en realidad es frágil y corre riesgo de ser fácilmente sacudida si encuentra una oposición segura y coherente. No es imposible que un fenómeno de esta naturaleza se produzca en las situaciones en que una minoría se ha mostrado influyente (Moscovici, 1979).<sup>10</sup>

*Estados provocados por la situación persuasiva.* — La comunicación persuasiva se produce en una situación en la que ciertas características pueden favorecer o impedir el cambio. La *atmósfera* puede ser favorable al cambio: si se hace agradable para el receptor su relación con el medio ambiente inmediato, esta impresión puede transferirse, por condicionamiento, al mensaje, como lo muestra un estudio (Janis *et al.*, 1965) en el que el experimentador ofrece comida a ciertos sujetos. El *contexto social* también puede modificar el efecto del mensaje: según parece, este efecto es más débil si los receptores están en grupo (Petty y Cacioppo, 1981), lo que se explicaría por una difusión de la responsabilidad respecto al «esfuerzo cognitivo» de hacerse cargo y de tratamiento, sobre todo si el mensaje es complejo. Otra interpretación de los efectos de atmósfera y contexto social es la *distracción* del receptor: éste está menos sobre aviso, piensa y contra-argumenta menos y así aceptaría más a ciegas la conclusión del mensaje. Cierto número de investigaciones se han concentrado en el efecto de distracción, tras el estudio de Festinger y Maccoby (1964).

Los sujetos son seleccionados entre los miembros de una fraternidad de estudiantes: así, están «a favor» de las fraternidades; se les hace escuchar un discurso contra las fraternidades transmitido por la banda sonora de una película: en un grupo experimental, las imágenes de la película

10. McGuire (1969) expone otros métodos para aumentar la resistencia del receptor a la persuasión, métodos que han sido objeto de investigaciones dispersas.

también son «anti-fraternidad» en el otro son tomadas de una comedia musical. Los resultados son los siguientes: mientras que los sujetos controlados (sin mensaje) y los sujetos no distraídos están a favor de las fraternidades (promedios respectivos: 24,8 y 24,6 de 31, los sujetos distraídos tienden, tras el mensaje, a estar un poco menos a favor (promedio: 23,5; la diferencia con 24,6 no es significativa, tan sólo 0,06).

Posteriormente, numerosas investigaciones han confirmado este resultado, pero algunas han puesto de manifiesto un efecto contrario (por ejemplo, Haaland y Venkatesan, 1968). Por ello debemos matizar el efecto de la distracción: favorable al cambio si ésta impide que el receptor contra-argumente; desfavorable si impide que el receptor ponga atención al mensaje. Si el mensaje es simple hasta el punto de que no plantea problemas de comprensión, la distracción impide la contra-argumentación y provoca la aceptación; pero si el mensaje es complejo, la distracción impide comprenderlo y detiene el proceso de cambio. No obstante, la distracción puede obligar al receptor a hacer un *esfuerzo* para comprender lo que le es transmitido y entonces existen mayores probabilidades de que sea persuadido (Zimbardo *et al.*, 1970). Podemos resumir, con Osterhouse y Brock (1970), las condiciones necesarias para que la distracción del receptor aumente el impacto de un mensaje disonante: el sujeto debe estar suficientemente interesado en el problema para estar motivado para contra-argumentar; la distracción debe impedir la contra-argumentación; no debe interferir en la recepción del mensaje, ni en su retención por la memoria.

*La actividad cognitiva del receptor durante y después del mensaje.* — Según Petty *et al.* (1976), el receptor no recibe pasivamente el mensaje, sino que este último constituye la ocasión de realizar un intenso trabajo intelectual, particularmente cuando expresa un punto de vista contrario al del receptor y éste se mantiene firme en su posición sobre un problema que es importante para él. Algunas investigaciones recientes han puesto de manifiesto de manera directa la existencia de «respuestas cognitivas» del receptor durante el mensaje (véase Cialdini *et al.*, 1981); otras han mostrado que los factores de la fuente, del mensaje y de la persona afectaban el cambio por intermedio de las respuestas cognitivas: los sujetos contra-argumentan menos cuando la fuente es un experto y cuando se le puede tener confianza; una fuerte divergencia implica una mayor contra-argumentación; la ansiedad del receptor disminuiría su capacidad de contra-argumentación, mientras que si es instruido, está bien informado, es inteligente o se halla muy implicado en el problema, tiende a hacerlo. Sin embargo, como parecen pensar algunos autores, no es seguro que la contra-argumentación por sí misma sea una condición suficiente para que el receptor rechace la conclusión del mensaje; también es necesario que los argumentos opuestos por el receptor refuten de manera adecuada los de la fuente. Esta hipótesis parece

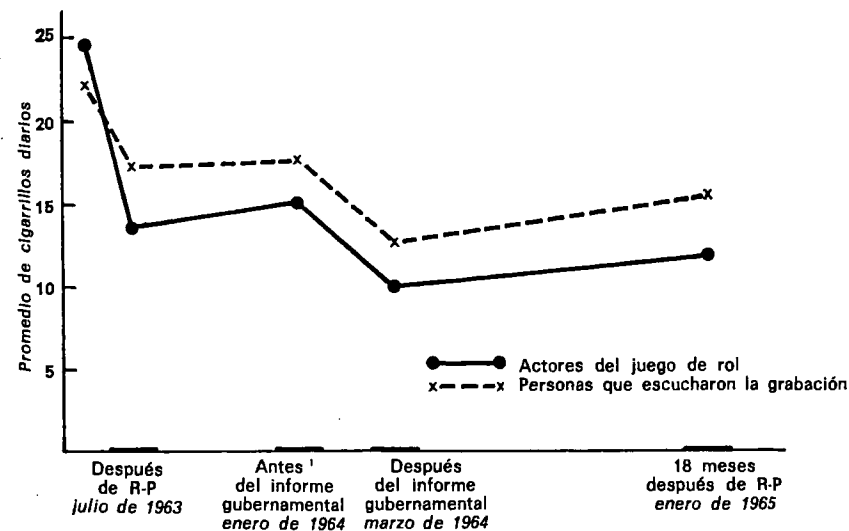
plausible si se examinan las investigaciones de Janis y King (1954) y de McGuire y Papageorgis (1961)<sup>11</sup> que comparan a los «pasivos» —que leen los contra-argumentos preparados por el experimentador— con los «activos», quienes deben improvisarlos: los resultados de los primeros son mejores que los de los segundos, quienes, no obstante, realizan un trabajo intelectual más intenso, pero lo que encontraron por sí mismos era sin duda menos válido o menos fuerte que lo recibido por los otros.

No obstante, existen otros estudios que indican que el sujeto al que se pide que se convierta en abogado de una idea que no es la suya, a menudo se persuade mejor a sí mismo que el sujeto al que se ha dirigido un mensaje de la misma orientación. Para categorizar estas investigaciones se utiliza el término de «juego de rol» (*role-playing*). En una investigación que controla la calidad de los argumentos, King y Janis (1956) muestran que los sujetos «activos» que improvisan cambian netamente de opinión en el sentido de su alegato, mientras que los «pasivos», que escuchan la improvisación, cambian poco o no cambian en absoluto. También podemos hacer que el juego de rol sea más emocional: en lugar de convertirse en abogado de una causa, el sujeto debe ponerse en el lugar de otra persona y representar lo que cree que serían las reacciones de esta persona ante un acontecimiento desagradable o trágico; este procedimiento puede utilizarse con eficacia cuando la actitud que se desea cambiar tiene un fuerte componente emocional (por ejemplo, los prejuicios raciales; Culbertson, 1957) o consecuencias emocionales (por ejemplo, el peligro de enfermedad, de accidente. Janis y Mann, 1965).

A fin de convencer a los sujetos de que fumen menos, Janis y Mann les pedían que representaran el papel de una persona a la que su médico, el experimentador, le informa que tiene un cáncer de pulmón, el juego dura treinta minutos y consiste en varias «escenas» que representan una progresión dramática desde la primera visita al médico con ocasión de una consulta anual de rutina hasta la escena final en la que el médico formula su diagnóstico y arregla con el «enfermo» los detalles de su hospitalización en una unidad de cirugía pulmonar; entre las escenas con el médico, el sujeto debe realizar soliloquios a fin de expresar sus impresiones y sentimientos. Otros sujetos, «pasivos», escuchan una grabación del juego de rol. Todos ellos son interrogados sobre su opinión respecto a los peligros del tabaco y sobre su consumo diario; también son interrogados en varias ocasiones, a lo largo de los dieciocho meses posteriores a la experiencia (Mann y Janis, 1968). Los resultados aparecen en la figura 4.

Podemos ver que los dos grupos disminuyen su consumo de cigarrillos, pero sobre todo los sujetos que han representado el papel; la diferencia continúa siendo considerable tras dieciocho meses. Igualmente, los «activos» quedan más convencidos de los peligros del tabaquismo.

11. Véase tabla III, pág. 153.



1. La Comisión de Sanidad del Senado de EEUU ha anunciado y publicado un importante informe sobre los efectos del tabaquismo sobre la salud.

FIG. 4.—Efectos a largo plazo del juego de rol emocional

Figura adaptada de «A follow-up study on the long-term effects of emotional role-playing» de L. Mann e I. L. Janis, *Journal of Personality and social Psychology*, 1968, 8, 339-342. Copyright: The American Psychological Association. Reproducida con permiso de los autores.

*Las interpretaciones teóricas de la auto-persuasión.* — La primera (King y Janis, 1956; Janis y Gilmore, 1965; Janis, 1967) es, al mismo tiempo, una teoría de la incitación y del tratamiento de información. El juego de rol constituye una *tarea* que se pide que realice el sujeto: si éste está motivado para llevarla a cabo, se esforzará por justificar la opinión contraria a la suya, buscando buenos argumentos en favor del punto de vista que tiene que defender y minimizando, suprimiendo u olvidando las razones que tenía para creer lo contrario; el relieve de las razones para pensar lo contrario de lo que hasta ahora ha pensado resulta más fuerte bajo el efecto de un «sesgo de examen»<sup>12</sup> en la atención y la memoria de las razones a favor y en contra. Algunas investigaciones recientes (Cunningham y Collins,

12. Traducción propuesta de la expresión inglesa *biased scanning*.

1977; O'Neill y Levings, 1979) confirman la plausibilidad de esta hipótesis teórica. Desde esta perspectiva, la motivación del individuo es una condición principal del éxito del juego de rol; mientras más motivado esté el sujeto para llevar a cabo la tarea, mayor empeño pondrá en la búsqueda de argumentos contrarios a su posición inicial, más tergiversado será su examen de los argumentos y mayores serán las probabilidades de que cambie de actitud, como lo han demostrado experimentalmente Elms y Janis (1965). La teoría de la *disonancia cognitiva* (Festinger, 1957) ofrece una interpretación diferente, ya que postula la existencia de una necesidad individual de coherencia entre conducta y opinión: el hecho de haber defendido una opinión contraria a la suya o de haber actuado en contra de lo que piensa, engendra en el sujeto un conflicto cognitivo que intentará resolver porque le resulta desagradable. No puede negar ni cambiar su alegato o su acción, pues éstos realmente han tenido lugar. Si en la situación encuentra una justificación suficiente de su discurso o acto —por ejemplo, el hecho de haber sido motivado por una fuerte recompensa—, el conflicto se atenúa y la disonancia resulta tolerable. Pero si tan sólo encuentra una débil justificación para lo que ha hecho —le han prometido, por ejemplo, una débil recompensa—, no le queda más que cambiar de opinión o de actitud para eliminar la disonancia: al declararse finalmente menos opuesto personalmente a la opinión que ha expresado en su discurso o con su acto, el sujeto restablece el acuerdo entre su conducta y su pensamiento. Podemos ver que, por lo que respecta al efecto de la recompensa prometida, la hipótesis es *contraria* a la de la teoría precedente, pues predice que mientras *más* fuerte sea la motivación, *menor* será el cambio de actitud del sujeto. Esta hipótesis fue verificada por Festinger y Carlsmith (1959) en una célebre experiencia y confirmada, entre otros, por Cohen (Brehm y Cohen, 1962).

En la investigación de Festinger y Carlsmith se pide al sujeto, que acaba de realizar una tarea fastidiosa, que ayude al experimentador durante el resto de la experiencia, presentando a «otro sujeto» la tarea de forma positiva; a cambio de ello recibirá una fuerte recompensa (20 dólares) o una débil (1 dólar); una vez realizada su intervención, se le interroga sobre el interés que añade a la tarea. Los resultados indican que los sujetos de la condición Recompensa Débil son menos negativos respecto a la tarea que los sujetos de referencia,<sup>13</sup> pero no sucede otro tanto con los de la condición Recompensa Fuerte. A. Cohen pide a algunos estudiantes que escriban un alegato que justifique la intervención de la policía en el campus universitario tras una manifestación. Les promete recompensas de 10, 5, 1 o 0,50 dólares. Posteriormente se declaran menos opuestos a la acción de la policía, en proporción inversa a la recompensa (véase tabla IV).

13. Pero solamente en una sola pregunta de las cuatro. La forma de la pregunta parece desempeñar un papel (Carlsmith *et al.*, 1966).

TABLA IV. — Efecto de la recompensa sobre el cambio de opinión en las situaciones de obediencia forzosa

	Recompensa en \$					Grupo de referencia
	0,5	1	5	10	20	
Festinger y Carlsmith <sup>1</sup>		+ 1,35			— 0,5	— 0,45
Cohen <sup>2</sup>	4,54	3,47	3,08	2,32		2,70

1. La pregunta trata sobre el interés de la tarea (de -5 a +5). La condición de \$1 difiere significativamente de la condición \$20 (0,03) y del grupo de referencia (0,02).

2. La escala consta de 31 puntos: mientras más elevada sea la cifra, los sujetos serán más favorables a la acción de la policía. No existe diferencia significativa entre la condición \$10 y la condición \$5, ni con el grupo de referencia. Las condiciones \$1 y \$0,5 difieren significativamente del grupo de referencia (0,1 y 0,01), de las condiciones \$10 y \$5, y entre ellas (0,01).

Los resultados de Festinger y Carlsmith sobre lo que ellos mismos denominan la obediencia forzada han engendrado durante más de quince años una ardiente polémica y un número sumamente elevado de investigaciones, críticas y teorías que compiten entre sí, de las que indicaremos aquí las grandes líneas (véase Zajonc, 1968; Poitou, 1974). Algunos denuncian un *sesgo de procedimiento*; según Rosenberg, si la fuerte recompensa no influencia a los sujetos, esto se debe a que motiva, al mismo tiempo, una sospecha sobre las intenciones del experimentador y un temor a ser juzgado negativamente por este último. Pero Nuttin (1976), en una hermosa serie de investigaciones que evitan esta tergiversación, vuelve a encontrar los resultados de la investigación inicial; no obstante, recusa la interpretación en términos de justificación insuficiente e incluso de disonancia cognitiva, demostrando experimentalmente que un acontecimiento desagradable o inesperado tiene un efecto comparable, y a menudo incluso más marcado, que una recompensa débil. De esta forma, las respuestas más recientes al problema (el discurso) dominan e influyen, por contagio, las que les suceden inmediatamente (la respuesta a la pregunta final sobre la opinión), porque el sujeto se encuentra turbado, en estado de excitación emocional. Behm también se ocupa de la noción de disonancia, proponiendo una interpretación en términos de *auto-percepción*: el sujeto hace lo que cualquier observador exterior cuando debe juzgar una realidad interna, se apoya sobre el comportamiento manifiesto y las circunstancias externas para deducir su actitud hacia un problema. De este modo, interpreta su comportamiento con referencia a la recompensa cuando ésta es fuerte, pero deduce su actitud de su comportamiento cuando la recompensa es débil. Si actualmente la polémica se ha atenuado, esto se debe a que cierto número de investigadores se

han atendido, más allá de las formulaciones teóricas generales, a precisar las *condiciones* en que puede observarse una relación *directa* entre la amplitud de la recompensa y la del cambio, y una relación *inversa*, cuando se hace que el sujeto defienda un punto de vista contrario al suyo. Una primera condición es la *libertad* que tiene el sujeto de aceptar o negarse a efectuar un alegato en contra de su opinión. Linder *et al.* (1967) observan una relación inversa si el sujeto puede elegir y una relación directa si no lo puede hacer. Otra condición es el grado de *implicación personal* del sujeto (Brehm y Cohen, 1962) y sobre todo el carácter *público* de su compromiso (Carlsmith *et al.*, 1966): solamente cuando el sujeto sabe que puede ser identificado por sus oyentes se observa el resultado clásico de las situaciones de obediencia forzada. Sin embargo, es cierto que Nuttin (1976) no confirmó este efecto. La idea de responsabilidad personal se ha extendido recientemente a la de *responsabilidad social*: Verhaeghe (1976) muestra, por ejemplo, que el cambio de actitud en dirección del alegato contra-actitudinal tan sólo se produce, en los casos de recompensa débil, si el sujeto sabe que las consecuencias de su alegato resultarán molestas para aquellas personas a las que va dirigido. La importancia de las consecuencias previstas o previsibles es puesta de manifiesto por Heslin y Amo (1972), independientemente de toda incitación externa de carácter pecuniario:

Los sujetos son estudiantes inscritos en un curso de expresión verbal de la universidad local; se sabe, por haberlos interrogado dos semanas antes, que piensan que la marihuana es peligrosa (R1). Se pregunta por separado a cada sujeto si acepta improvisar, frente a una cámara de televisión, una exposición en favor de esta droga y se insiste en que su discurso será grabado y presentado a niños de escuela primaria en el marco de un estudio para determinar la edad en que los niños son más influenciados. Así, se le advierte de las posibles consecuencias de su acción y, si acepta expresarse en contra de su propia opinión, es con conocimiento de causa. El sujeto que acepta es interrogado una vez más sobre su opinión (R2) y después se le lleva delante de una cámara, donde habla durante siete minutos en favor de la marihuana; al final de su exposición, se le hacen una serie de preguntas, una de las cuales trata sobre la marihuana (R3). Entonces, un asistente entra en la habitación y felicita al sujeto por su exposición («es un buen discurso que sin duda va a influenciar a los niños») o lo critica («es una mala exposición que no tendrá ningún efecto sobre los niños»). De esta manera, el sujeto sabe que su discurso tendrá consecuencias nocivas o no tendrá consecuencia alguna. Se administra un cuestionario final (R4). La opinión de los sujetos en las diferentes etapas de la experiencia aparece en la figura 5.

Podemos ver que los sujetos están menos en contra de la marihuana cuando han aceptado hablar en favor de ella (R2); el discurso por sí mismo no provoca cambio alguno (R3); pero el efecto de la toma de conciencia de las consecuencias, que ya ha entrado sin duda en acción en el momento

de la aceptación, resulta particularmente nítido cuando el discurso parece deber ser de una eficacia real (R4).

Actualmente podemos constatar que esta polémica ha vuelto a ganar terreno (Cialdini *et al.*, 1981) debido a la aparición de un nuevo punto de vista teórico (Tedeschi *et al.*, 1971; Schlenker, 1980), según el cual, los efectos de las situaciones de obediencia forzada se deberían a procesos de *gestión y mantenimiento*<sup>14</sup> de la propia imagen: la necesidad personal no consistiría en ser coherente, sino en parecer coherente a los ojos de los demás, especialmente ante el experimentador. Esta idea debería hacer al menos que los investigadores se preocuparan por evitar los sesgos que puede producir semejante tendencia en las respuestas de los sujetos experimentales. Por ello, actualmente se piensa que la auto-persuasión, engendrada por la disonancia entre lo que se ha dicho o hecho y lo que se pensaba previamente, no se produce más que en las siguientes condiciones particulares: 1 / la acción o el discurso resultan de una aceptación voluntaria; 2 / la acción o el discurso atentan contra la imagen de sí mismo y contra la imagen que tienen los demás del sujeto; en otros términos, son contrarios a un

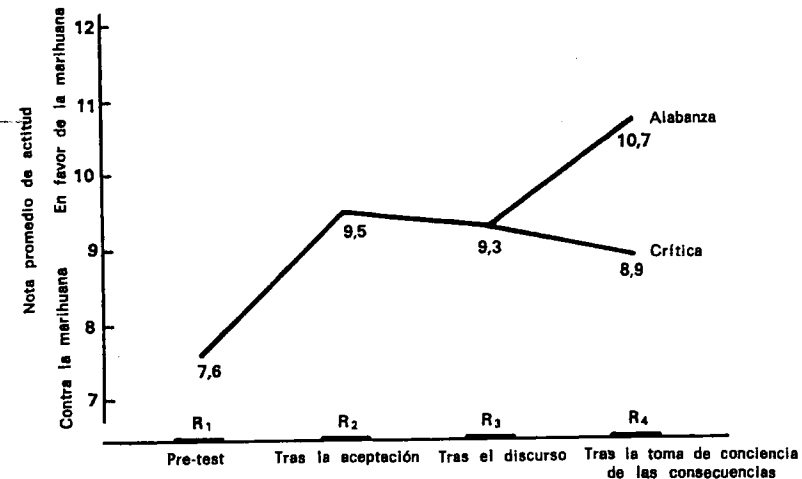


FIG. 5. — Cambio de actitud en los diversos momentos de una situación de obediencia forzada

Figura adaptada de «Detailed test of reinforcement-dissonance controversy in the counterattitudinal advocacy situations» de R. Heslin y M. F. Amo, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1972, 23, 234-242. Copyright: The American Psychological Association. Reproducida con permiso de los autores.

14. Traducción propuesta de la expresión *Self-image management*.

valor moral al que se adhieren el individuo y las otras personas, y 3 / resulta difícil para el individuo minimizar o esquivar las consecuencias que tiene su acción o su discurso para otras personas.

### c. Los factores del receptor en las etapas del proceso de cambio

Las características personales intervienen en el cambio tras la comunicación en *interacción* con factores de la fuente, del mensaje y del canal; además, cada factor personal interviene en interacción con otros factores personales. El efecto de las disposiciones temporales, engendradas por la situación pasada o presente, también depende de otros factores: ya hemos dado numerosos ejemplos de ello. Las investigaciones actuales sobre las respuestas cognitivas del receptor durante el mensaje y sobre las condiciones de emergencia de una disonancia cognitiva sin duda enriquecerán el cuadro de los efectos conjuntos. Por otra parte, resulta fácil imaginar cómo una característica personal estable provoca o no un cambio de actitud, ya que aumenta o disminuye las probabilidades de que el receptor preste atención al mensaje, lo comprenda y sea sensible a la naturaleza de los argumentos. Pero tampoco podemos aislar un factor de todos los demás, al igual que no podemos aislar el efecto de este factor en la etapa de recepción del mensaje de su efecto, a menudo contrario, como lo indica McGuire, en la etapa de aceptación. Lo mismo sucede con las disposiciones temporales en las que el receptor se encuentra en el momento del mensaje, como han demostrado las investigaciones sobre la distracción.

Una mención particular, no obstante, debe hacerse de la actividad cognitiva del individuo; cuando el sujeto ha sido advertido o «inmunizado» de antemano, la actividad es de *anticipación*: favorece la atención, la comprensión y la evaluación del mensaje que viene, ya que prepara al receptor para que realice su contra-argumentación; cuando el mensaje llega sin tratamiento previo, la actividad es *consecutiva* a la recepción del mensaje y, así, es condicionada por la atención y la comprensión del mensaje. En el juego de rol, la fase de recepción es, de cierta forma, cortocircuitada, ya que la actividad es *concomitante* con la producción, por parte del sujeto, de su propio mensaje que escapa así a la dependencia de los factores que, en otras circunstancias, hacen variar la atención y la comprensión. La producción por parte del sujeto de argumentos en contra del mensaje recibido o de argumentos a favor de una tesis que no es la suya, está relacionada directamente con la evaluación del punto de vista evocado en el mensaje y de la que depende la aceptación de dicho punto de vista. Pero en el juego de rol intelectual (Janis y King) se trata de una evaluación de la validez de los argumentos y en el juego de rol emocional (Janis y Mann) se trata del otro modo de evaluación, ya que es por mediación de una emoción representada, vivida,

que el sujeto toma conciencia de las consecuencias negativas de su actitud o de su costumbre pasada, o en las situaciones de obediencia forzada (Festinger) en las que el sujeto evalúa las consecuencias desagradables de su desacuerdo consigo mismo.

### E. El cambio de actitud: ¿realidad o ilusión?

Ante tantos resultados experimentales resulta paradójico sostener que quizá las actitudes no cambian. Pero también existe una paradoja en el hecho de mostrar que, en ciertas condiciones, los sujetos experimentales cambian con facilidad de actitud, cuando se define a las actitudes como puntos de vista permanentes sobre el mundo, constitutivos y característicos de los individuos. Por otra parte, si la historia de los regímenes políticos, de las religiones y de las mentalidades testimonia que las opiniones y las creencias cambian, también muestra que estos cambios exigen, para poder ser observados, una escala temporal suficientemente amplia; si la historia de un individuo conlleva cambios, pocas veces éstos serán conversiones bruscas y totales. Así pues, ¿cuál es la realidad de los cambios obtenidos en el corto lapso de tiempo que dura una situación experimental y cuál es el valor de predicción de los resultados observados?

*Cambios en el laboratorio y cambios sobre el terreno.* — En su época (1959), Hovland ya había subrayado la diferencia entre los resultados observados en el laboratorio, donde parece fácil persuadir a los sujetos de que cambien de opinión, y aquellos obtenidos sobre el terreno.<sup>15</sup> Los cambios observados en el laboratorio podrían estar relacionados con condiciones metodológicas que no pueden trasladarse a las investigaciones sobre el terreno y que no son representativas de condiciones naturales: problemas que implican poco al sujeto; sujetos conscientes de las «solicitudes implícitas» del experimentador; intención disimulable de persuadir; comunicación en un solo sentido y mensaje unilateral; breve duración de la comunicación; evaluación inmediata y refinada de la opinión final... Todos estos argumentos son, de hecho, total o parcialmente refutables. Sin embargo, resulta innegable que la situación creada en el laboratorio define un tiempo, un lugar, un contexto social y circunstancias que han sido simultáneamente *extraídos* de la vida cotidiana y *abstraídos* respecto a ella: es una simulación y, al mismo tiempo, una simplificación. Para el sujeto, esta situación constituye un paréntesis y, por consiguiente, destaca los elementos de la comunicación; problema,

15. Las investigaciones consagradas al problema de la eficacia de los medios de comunicación de masas lo confirman.

fuente y mensaje, que centran la atención, mientras que, en la vida de todos los días, estos elementos se encuentran sumergidos en un flujo de comunicaciones dispares y sometidos a la competencia de otros elementos de la situación relacionados con las necesidades e intereses individuales más inmediatos. Podríamos mostrar, asimismo, que debido a que constituye un paréntesis, la situación experimental hace que el sujeto realice un mayor esfuerzo para comprender el mensaje y para llevar a cabo actividades de evaluación que lo llevan a aceptar o rechazar la opinión expuesta. De este modo, no existe ninguna contradicción entre el hecho de que se logre que los sujetos cambien de actitud en el laboratorio y que esto resulte muy difícil sobre el terreno; las experiencias tan sólo demuestran en qué condiciones se produce el cambio y que es probable que, cuando las personas cambian en la vida real, este cambio se deba a los mismos factores.

*Niveles de cambio.* — ¿Son estables los cambios que se producen debido a una comunicación persuasiva? ¿Se mantiene más allá de esta comunicación la nueva posición adoptada por el receptor sobre el problema inmediatamente después del mensaje? Aunque ciertas investigaciones han evaluado lo que queda del cambio tras semanas o meses de intervalo, son demasiado escasas para que las conclusiones, ya sean positivas o negativas, puedan ser consideradas como generales y para poder afirmar que los cambios manifiestan algo más que la elasticidad natural de las actitudes y opiniones. Además, en la mayoría de estos estudios, para conocer la posición del sujeto antes y después del mensaje se utiliza una pregunta y es por medio de una respuesta verbal que el sujeto expresa lo que piensa, cree o siente. ¿Constituye un cambio en la expresión verbal una prueba suficiente de un cambio de actitud? Resulta evidente que no, si tomamos en consideración que la expresión de las actitudes varía de forma espontánea y que puede estar motivada por el deseo de complacer al experimentador, no querer parecer crédulo o aparentar un criterio abierto. Por esta razón, algunos investigadores han intentado ir más allá de la simple expresión verbal de la actitud. En las investigaciones de Leventhal sobre los llamamientos al miedo, el efecto del mensaje sobre los peligros del tabaquismo es evaluado a diversos niveles: a nivel de la *opinión* relativa a la relación entre cigarrillos y cáncer de pulmón; a nivel de la *intención de actuar* (disminución prevista de cigarrillos); a nivel de la *acción* (disminución real de cigarrillos); a estas respuestas verbales, la última de las cuales se difiere, se añade una respuesta no verbal: se observa el número de sujetos que han realizado una radiografía pulmonar. Ahora bien, Leventhal concluye que el mensaje pavoroso influye mucho sobre la opinión, un poco menos sobre la intención de actuar y mucho menos, si no es que nada en absoluto, sobre la conducta real. ¿Podemos decir que los receptores han cambiado realmente? ¿Ha sido el cambio de creencia demasiado débil para traducirse en conducta? ¿Habrá afectado el cambio tan sólo

a uno de los componentes de la actitud, la opinión, y no al otro, el paso al acto?

*Actitud y conducta.* — Durante mucho tiempo se pensó que existía una relación directa y fuerte entre actitud y conducta. Esta idea ha servido de fundamento y justificación del extraordinario esfuerzo de investigación — trabajos metodológicos, encuestas descriptivas, investigaciones experimentales — sobre las actitudes y su cambio: las actitudes predicen las conductas; si se desean cambiar las conductas es necesario cambiar las actitudes. Pero una reseña de estos trabajos, publicada en 1969 por Wicker y que concluye: «Tomados en su conjunto, estos estudios sugieren que resulta mucho más probable que las actitudes estén relacionadas de forma débil o no estén relacionadas en absoluto con las conductas observables, antes que lo contrario...» vino a acabar con todas las certezas que se tenían hasta ese momento. Únicamente en contadas ocasiones podemos predecir la conducta de una persona basándonos en sus actitudes. Si la actitud carece de efecto sobre la conducta, si no permite predecir la conducta, ¿cuál es el interés de las encuestas e investigaciones sobre el cambio? E incluso ¿cuál es la utilidad del concepto de actitud? Numerosos psicólogos sociales llegaron a la conclusión de que había que abandonar este concepto, pero otros buscaron respuestas a lo que se había convertido en el *problema* de la relación entre actitud y conducta: desde 1970 hasta nuestros días se ha realizado un considerable número de trabajos sobre este tema.

Una primera reacción consistió en intentar atenuar el alcance de la conclusión de Wicker, buscando entre los estudios antiguos casos en los que actitud y conducta estuvieran relacionadas o emprendiendo nuevas investigaciones. Efectivamente, existen casos en los que la actitud predice la conducta, lo que permite matizar la conclusión: si no es cierto que la actitud siempre prediga la conducta, tampoco lo es que no la prediga nunca. Un segundo tipo de reacción fue buscar *procedimientos de evaluación* que mantuvieran una estrecha correspondencia entre el nivel de especificidad (o de generalidad) de aquello sobre lo que se interroga (la actitud) y el nivel de aquello sobre lo que trata la observación (la conducta) (Fishbein y Ajzen, 1974; Ajzen y Fishbein, 1975). Este principio se basa en la idea de que la conducta hacia un objeto o una persona particular es *multideterminado* por la actitud del individuo hacia la clase a la que pertenece el objeto o la persona y por las características de la situación local y del objeto o de la persona en cuestión. De esta manera podemos esperar obtener una correlación entre una medida de actitud general y una conducta particular: debido a ello, cuanto más específica de un objeto limitado sea la medida de la actitud, más precisa será su predicción de una conducta.

Weigel *et al.* (1974) verifican esta hipótesis en una investigación que incluye a dos grupos de sujetos: se interroga a los primeros sobre su acti-

tud acerca de los problemas del medio ambiente (actitud general) y a los otros sobre su actitud respecto a un grupo local conocido cuyas actividades están consagradas a la defensa de la naturaleza (actitud específica); transcurrido algún tiempo, se hacen los arreglos necesarios para que los sujetos puedan participar como voluntarios en una actividad organizada por el grupo en cuestión. La correlación de la conducta con la actitud es de 0,06 en el primer grupo y de 0,68 en el segundo.

Una actitud general corresponde a una clase de conducta: mejoraremos la precisión de las predicciones de la actitud general si situamos la conducta al nivel correspondiente de generalidad, observando no sólo una, sino varias conductas respecto a un mismo objeto social (evaluación de la conducta mediante «criterios múltiples»).

Esta hipótesis ha sido verificada por Weizel y Newman (1976): primero se mide la actitud de los sujetos respecto a la calidad del medio ambiente (actitud general); transcurrido algún tiempo, se les pide que firmen una petición en contra de la implantación de una central nuclear, una petición en favor de la lucha contra la contaminación, para hacer un llamamiento en favor de la recogida de envases vacíos y para participar en la recogida y reciclaje de estos envases. Los resultados muestran que entre la actitud general y cada una de las acciones en particular, la correlación es débil, pero que, si se integran las respuestas a las cuatro solicitudes dentro de un índice único que refleje la tendencia general de las conductas particulares, la correlación es muy fuerte entre actitud general y tendencia de acción.

Un tercer tipo de respuesta a este problema consistió en investigar cuándo la actitud predice la conducta, es decir, en encontrar las condiciones que aumentan o disminuyen la fuerza de la relación. Esta exploración aún está lejos de haber sido terminada, pero algunos resultados muestran el interés de esta perspectiva para la teoría de las actitudes. Una primera constatación se refiere al *intervalo de tiempo* que separa la evaluación de la actitud y la observación del comportamiento (David y Jaccard, 1979). La relación depende también de la *certeza* con la que el individuo toma posición: se ha podido demostrar, en particular, que las actitudes y opiniones que resultan de una experiencia personal con el objeto social predicen con mayor precisión la conducta que cuando éstas son adquiridas de forma indirecta, por observación de los demás o por persuasión (Fazio y Zanna, 1981). Del mismo orden sería la conciencia «objetiva»<sup>16</sup> que los individuos tienen de sí mismos (Duval y Wicklund, 1972). Igualmente existen fuertes *diferencias interindividuales* en la coherencia entre actitud y conducta.

16. Por *objetiva* se entiende la toma de conciencia que resulta de la observación de sí mismo en un espejo, durante una tarea o, como en este caso, durante la evaluación de las actitudes.

Por último, en lugar de acumular las constataciones empíricas sobre los factores que influyen sobre la relación, aspecto que caracteriza el procedimiento que acabamos de mencionar, ciertos autores han formulado *modelos teóricos* de la relación que permiten predecir la conducta. El más antiguo, coherente y profundo por el número de investigaciones y las variantes o controversias que ha inspirado, es la «teoría de la acción razonada» de Fishbein y Ajzen (1975; 1980). Según este modelo, el mejor predictor de la conducta es la *intención* de actuar, que depende tanto de la *actitud* de la persona hacia la acción, como de la *norma personal* sobre esta acción. La actitud es función del valor (subjetivo) del resultado esperado de la acción, multiplicado por la probabilidad (subjetiva) de que dicho resultado se produzca.<sup>17</sup> La norma personal es función de la norma social (lo que el medio social piensa que está bien hacer), ponderada por la motivación del individuo para seguir la norma social. El modelo es operacionalizable —a cada concepto se puede hacer corresponder elementos observables— y un cierto número de estudios ha indicado que la intención de conducirse se correlaciona fuertemente con la conducta y que la intención estaba en relación tanto con la actitud como con la norma personal. El modelo ha sido utilizado con éxito para predecir el comportamiento en varios campos: *planning* familiar, consumo de alcohol, voto sobre la implantación de instalaciones nucleares, etc. (véase Cialdini *et al.*, 1981). Las controversias suscitadas por este modelo están relacionadas sobre todo con la noción de norma personal, la ecuación que corresponde a ésta y su evaluación. Un modelo rival es el de Triandis (1977, 1980) que postula que la conducta futura es predecida por una combinación de la *intención*, basada en la actitud y la norma, y de la *costumbre* (las conductas pasadas), ponderada por el estado de atención en que se encuentra la persona (estado que aumenta las probabilidades de que se produzca la conducta), y las condiciones externas que pueden facilitar o impedir el paso al acto. Mientras mayor haya sido el compromiso de la persona con un tipo de conducta en el pasado, mayor será la intervención de la costumbre y menor la de la intención en la determinación de la conducta futura; también este modelo ha sido sometido a validación (Landis *et al.*, 1978). Algunas investigaciones recientes han intentado comparar la predictibilidad de ambos modelos, pero la cuestión sigue planteada. De este modo asistimos a una verdadera renovación de las ideas respecto a la relación entre la actitud y la conducta, y a un remozamiento de investigaciones. No obstante podemos preguntarnos si los modelos concebidos de esta forma pueden ir más allá de los límites de actitudes y conductas *específicas*.

17. Habida cuenta de los términos utilizados en la ecuación y la forma de su relación, la actitud aquí corresponde a la *esperanza matemática* de los modelos de decisión.



## F. A manera de conclusión

Un balance de los trabajos experimentales sobre el cambio de actitud siempre resulta provisional en un campo en el que el trabajo de investigación es sumamente activo, con posibilidades de ruptura y renovación de los modos de enfoque y de las teorías de las que hemos tenido ejemplos en el pasado.

### a. Los factores del cambio de actitud

En el campo del cambio de actitud tras la comunicación persuasiva, la exploración de los factores se halla bien avanzada: se ha mostrado de forma experimental que el cambio depende de las características de la fuente, del mensaje y del receptor;<sup>18</sup> así pues, se trata de un fenómeno complejo, *multi-determinado*. Además, el efecto de cada factor casi nunca es simple, como lo demuestra la existencia de curvas no monótonas y numerosas interacciones. Si bien algunos factores parecen tener una mayor importancia, en el sentido de que su efecto propio es independiente y que ellos mismos pueden influir sobre el efecto de otros factores, actualmente resulta imposible elaborar una jerarquía de los factores basándonos en su importancia dentro de la determinación del cambio: las investigaciones multifactoriales aún no son suficientemente numerosas; existen límites en la operacionalización de variables múltiples y el análisis de varianza no aporta informaciones sobre el peso relativo de los factores. De esta manera, en este punto y por el momento, sólo podemos formular hipótesis teóricas, y el peso hipotético de un factor depende a menudo del tipo de teoría a la que se adhiera el investigador.

Si bien la localización de los factores es, actualmente, bastante completa, no obstante, resulta insatisfactoria. Demasiadas investigaciones se detienen inmediatamente después de constatar los efectos *inmediatos* de la comunicación persuasiva sobre la *respuesta verbal* del receptor a algunas preguntas, y con frecuencia a una sola, relacionadas con el problema o el objeto social evocado. Además hay que atravesar las fronteras que la historia de las investigaciones ha establecido entre los campos estudiados y resituar los efectos de las comunicaciones persuasivas al lado de otros modos inductores de cambio: las experiencias directas y personales del individuo al entrar en contacto con personas y objetos de actitud; la observación, por parte del individuo, de otras personas cuando éstas expresan con palabras o actos su opinión sin intención de persuadir; las presiones sociales que se ejercen sobre el indivi-

18. No obstante, la demostración de los efectos propios del problema u objeto de actitud puede parecerse insuficiente, por no ser sistemática.

duo en el marco de sus grupos de pertenencia y/o de referencia. El estudio del cambio de actitud debido a la comunicación persuasiva sin duda pone demasiado énfasis en el cambio individual de un receptor aislado de su entorno social habitual y del contexto de *sociedad* en el que se sitúa el objeto de la actitud.

### b. Las teorías del cambio de actitud<sup>19</sup>

Una primera observación se refiere al *número* de teorías diferentes que los investigadores invocan para dar cuenta de los resultados observados: no existe una sola teoría del cambio de actitud, sino varias. En segundo lugar, no se trata de teorías generales del cambio de actitud, sino de teorías *parciales*: ninguna incluye la totalidad de los factores. Cuando dos teorías se refieren al mismo factor, compiten entre ellas, pero cuando sus predicciones hipotéticas son las mismas resulta imposible separarlas, y cuando las predicciones son contradictorias, son necesarias nuevas investigaciones para precisar las condiciones particulares en que una u otra resultan ser válidas. Ciertas interpretaciones son *específicas* de un factor particular (por ejemplo, la teoría de Kelman o la de French y Raven acerca de los factores de la fuente); otras se aplican a varios factores de diverso tipo: así, los investigadores de la Escuela de Yale relacionan los efectos de la credibilidad de la fuente (Hovland), de los llamamientos al miedo (Janis) y del juego de rol (Janis) con una teoría de la incitación, mientras que la teoría de las disonancias se evoca para explicar el efecto de la atracción de la fuente, de la amplitud de la divergencia y del juego de rol. Por último, las interpretaciones teóricas del cambio de actitud son extraídas, muy a menudo, de teorías más generales que se aplican al cambio de actitud en tanto que clase particular de fenómenos. Este es el caso de la teoría de la incitación, que se inspira de forma ecléctica en las teorías de la psicología general del aprendizaje, pero también en las teorías de la coherencia cognitiva que, en psicología social, no sólo se refieren a las actitudes.

Ciertos autores ven en la psicología social contemporánea una oposición fundamental entre el conductismo (el sujeto sería una «máquina de dar respuestas»), por lo demás considerada generalmente una especie teórica en vías de extinción, y el cognitivismo (el sujeto es una «máquina de hacer deducciones»)<sup>20</sup>. El campo del cambio de actitud sería un ejemplo de esta ope-

19. Las teorías tienen dos funciones: ser el origen de las hipótesis de investigación y la interpretación de los hechos observados; en este capítulo hemos puesto mayor énfasis en la segunda. Por otra parte, hemos dado varios ejemplos de la adaptación de una teoría a los resultados que ésta había contribuido a producir en su primera formulación. Al igual que las investigaciones, las teorías no son definitivas.

20. Estas expresiones son de Moscovici (1972).



sición, en la que por un lado tendríamos los puntos de vista teóricos de la Escuela de Yale, que se situarían en la perspectiva de las teorías del aprendizaje, y por el otro, las teorías de la coherencia y, particularmente, la teoría de la disonancia cognitiva. Esta oposición resulta simplista en más de un aspecto. Primero, las interpretaciones de Hovland y sus colegas están más próximas del modelo neo-conductista S-O-R<sup>21</sup> que tiene en cuenta al sujeto (O) y a los procesos intermediarios que del modelo estricto S-R,<sup>21</sup> ya que ponen el acento más sobre las incitaciones, es decir, la anticipación, por parte del sujeto, de las consecuencias de su respuesta final, que sobre los refuerzos; por último, distinguen las incitaciones intrínsecas al problema de opinión planteado, de orden intelectual (el sujeto desea tener la opinión más válida, por lo que se muestra sensible a la credibilidad de la fuente y al valor de los argumentos que condicionan su aceptación) de las incitaciones extrínsecas que son, más bien, de orden afectivo (el sujeto acepta la opinión evocada en el mensaje porque espera que su acuerdo le proporcione una recompensa material, moral o afectiva). Por otra parte, debemos tener en cuenta que las teorías de la coherencia sólo son «cognitivas» en la medida en que postulan una necesidad que no es orgánica, pero, en realidad, el sujeto evita lo que tienen de desagradable las contradicciones, lo que es afectivo e intenta defender su yo o la imagen que tiene o desea dar, en circuito cerrado, sin resolver realmente las contradicciones.

En el campo del cambio de actitud, la verdadera oposición tan sólo coincide parcialmente con la divergencia de las orientaciones teóricas. En cada clase de factores (factores de la fuente, factores del mensaje, factores relacionados con el receptor) hay que distinguir aquellos que favorecen la actividad cognitiva del sujeto y el tratamiento de las informaciones que sirven para juzgar la validez de los puntos de vista evocados sobre el problema, de aquellos que favorecen la aceptación del punto de vista defendido en el mensaje, independientemente de toda consideración de validez intrínseca. De este modo, según Cialdini, Petty y Cacioppo (1981), habría dos categorías distintas de procesos: la persuasión a través de la «ruta central» que implica una actividad de validación de las informaciones pertinentes, y la persuasión a través de la «ruta periférica», bajo el efecto de factores extrínsecos a la validez de la información. Dependiendo de la «ruta» tomada, los cambios tienen «razones proximales» (las condiciones o factores) diferentes, procesos diferentes y consecuencias a largo plazo diferentes.

### c. De la naturaleza de las actitudes

La abundancia de los trabajos experimentales y teóricos sobre el cambio de actitud concede a la noción de actitud una validez *construida*; le corres-

21. S-O-R (en castellano, E-O-R): Estímulo-Organismo-Respuesta; S-R (en castellano, E-R): Estímulo-Respuesta.

ponde, al menos y en todo estado de causa, una cierta realidad *operatoria*: en las investigaciones, la actitud es la respuesta observable que dan los sujetos a preguntas que les son hechas acerca de un problema o de un objeto social; el cambio de actitud es la modificación, tras la comunicación persuasiva, de la respuesta a las mismas preguntas. A este nivel, las investigaciones demuestran que podemos estudiar los factores del cambio y proponer teorías del cambio, *en ausencia* de definiciones y teorías sustantivas de la actitud. Pero esta situación aparentemente simple resulta totalmente incómoda cuando nos vemos forzados a interrogarnos, como lo ha hecho la reseña crítica de Wicker, sobre la predictibilidad de las conductas a partir de las respuestas sobre las actitudes. La noción de actitud sirve a psicólogos y sociólogos para explicar que la conducta del individuo no esté regulada directamente desde el exterior por el medio físico o el medio social, y que los efectos del mundo exterior sean mediatizados por la manera con que el individuo organiza, codifica e interpreta los elementos exteriores. No obstante, su empleo resulta delicado: en sociología, la noción de actitud corre el riesgo de provocar una «psicologización» de los problemas que minimice los determinantes económicos, políticos e institucionales, y en psicología, conlleva el riesgo de minimizar el papel de las condiciones externas. Esto parece ya haber sucedido, puesto que tras décadas de investigaciones sobre las actitudes, se ha «descubierto» que la actitud no es lo único que determina la conducta.

Si bien podemos ver con cierta claridad para qué sirve la noción de actitud, no resulta fácil dar una definición precisa de lo que designa y los psicólogos están muy lejos de estar de acuerdo sobre este punto. En 1935, G. Allport destacó más de 16 definiciones diferentes<sup>22</sup> aparecidas en obras de psicología social; en 1939, otro autor enumera unas treinta, y una revista de 1963 tiene en cuenta un número aún mayor. Sin embargo, entre las diferentes definiciones existen elementos comunes: una actitud es una *disposición interna* del individuo respecto a un objeto; si bien existen disposiciones temporales, específicas de situaciones particulares, este término se reserva a un estado *relativamente estable* de una situación a otra;<sup>23</sup> una actitud es *adquirida*; una actitud tiene algo que ver con *todo lo que evoca el objeto*: afectos, juicios, intenciones de acción y acciones. Es en este último punto donde los psicólogos están divididos. Para algunos, la actitud es únicamente una disposición favorable o desfavorable respecto a un objeto, el valor positivo o negativo que el individuo le atribuye, las emociones y sentimientos positivos y negativos que siente en presencia del objeto o su símbolo. Esta estrecha definición confina la actitud al campo afectivo y la distingue tanto

22. A las que añade la suya: «Estado mental y nervioso de preparación, organizado a partir de la experiencia, ejerciendo una influencia directriz o dinámica sobre las respuestas del individuo ante todos los objetos o situaciones con los que se ve confrontado». Esta definición compete más a la psicología general que a la psicología social.

23. En este punto, la actitud se asemeja a un rasgo de personalidad.

de la opinión que compete al campo cognitivo, como de las tendencias de acción. El problema de las relaciones entre la actitud, la opinión y la acción respecto a un mismo objeto se plantea entonces en términos de la *influencia* que ejerce la actitud sobre la opinión y la acción. Numerosos autores contemporáneos proponen una definición más amplia: una actitud es un conjunto de tres *componentes*: un componente afectivo (sentimientos favorables/desfavorables), un componente cognitivo (juicios, creencias, conocimientos) y un componente conativo (tendencias de acción). El problema de las relaciones entre los componentes se plantea en términos de *coherencia* en el interior de la propia actitud, por una parte, y de *coherencia* entre actitudes, por la otra. En su conjunto, las investigaciones sobre la actitud dan la razón más bien a la concepción amplia, ya que han tratado tanto sobre los aspectos evaluativos (por ejemplo, estar a favor o en contra del aborto), como sobre creencias y opiniones (por ejemplo, la duración de la guerra contra Japón), operando algunas de ellas a través de varios métodos de respuesta que corresponden a los diversos componentes (por ejemplo, Leventhal). En su conjunto, estas investigaciones han indicado que los mismos factores intervenían en los diversos aspectos, aunque en algunas investigaciones el efecto se atenúa cuando se pasa de la respuesta evaluativa inmediata a la intención de actuar. De esta manera habría muy pocas razones válidas, ya sean metodológicas o teóricas, para mantener distinciones precisas entre los conceptos de actitud, opinión, creencia, representación, imagen e incluso valor.

Los elementos de definición que acabamos de dar precisan algunas observaciones. La actitud en tanto que disposición *interna*: de ello resulta que no puede ser observada directamente por el psicólogo, a menos que se exprese en respuestas verbales,<sup>24</sup> de las que se ha mostrado que podían ser motivadas por otras razones que la de decir lo que piensa en realidad, y/o de comportamiento, de las que sabemos que son influenciadas por las condiciones locales externas. La actitud en tanto que disposición *individual*: es cierto que si la actitud es una disposición interna, el individuo es el lugar donde ésta se forma y modifica, siguiendo procesos psicológicos que operan en el individuo en función de su organismo, su persona y su historia. La actitud aparece como el producto y el resumen de todas las experiencias, directas o indirectas, que el individuo ha tenido con el objeto o su símbolo. De esta manera, la actitud es subjetiva; es una característica propia de este individuo, una parte de su personalidad, una marca de su individualidad y su diferencia. Pero la misma actitud puede existir en otros individuos: existen semejanzas interindividuales respecto a un objeto determinado, que no son

24. La evaluación de las actitudes recurre a la introspección de las personas que responden y no se equilibra, como en psicofísica, mediante la relación con la referencia objetiva. Algunos autores incluso han dicho que el individuo no es tan consciente de sus actitudes como lo supone el recurso a la introspección (Bem, 1967; 1972).

producto del azar. Así, una comunidad de actitudes crea un *lazo* que puede convertirse en la base de un grupo permanente. Por su parte, la pertenencia a un grupo, psicológico o sociológico, implica una comunidad de actitudes respecto a cierto número de objetos sociales, lo que constituye una de las *marcas* de las pertenencias sociales. Las actitudes constituyen, de esta forma, un elemento de formación y conservación de los lazos sociales. La actitud en tanto que disposición *respecto a un objeto* o una clase de objetos: por «objeto» hay que entender un elemento diferenciable del mundo *social*. Todo objeto puede transformarse en objeto de actitud, pero no lo es necesariamente para todo el mundo ni en todo momento. El individuo lleva a cabo una selección de los objetos en función de su significado y su importancia, pero con mucha frecuencia es debido a las solicitudes e inversiones del medio social que los objetos toman un significado y una importancia individuales: la mayor parte del tiempo, lo que se transforma en objeto de actitud resulta ser, en un momento dado, un *problema* planteado por la sociedad, al que sus miembros responden de forma diferente, distribuida o bipolar. Aunque algunas actitudes pueden desarrollarse a partir únicamente de las experiencias personales del individuo, en la mayoría de los casos es necesario que la solicitud social alcance un cierto nivel para que el individuo se plantee preguntas, recoja información, se haga una idea, tome una posición y actúe en ese sentido.

Así pues, la historia del problema de las actitudes y su cambio aún está lejos de haber finalizado. Actualmente, las cuestiones ya no se plantean en los mismos términos que hace treinta años y hemos asistido, desde hace unos diez años, a inversiones de la problemática que han devuelto su dinamismo a investigaciones que se habían convertido en algo rutinario. Podemos preguntarnos, no obstante, si los progresos más decisivos no exigen un doble cambio de escala: pasar del estudio de actitudes aisladas al estudio del conjunto de las actitudes del individuo, es decir, a la estructura de su sistema ideológico; pasar del estudio de individuos aislados al estudio del conjunto de las actitudes del grupo, la clase, la sociedad, es decir, a la estructura ideológica del cuerpo social.

## Conformidad simulada y conversión \*

POR GENEVIÈVE PAICHELER Y SERGE MOSCOVICI

Lo que impresiona a primera vista en los fenómenos de influencia social es la uniformidad que resulta de ellos. Desde hace mucho tiempo, los viajeros y los espíritus ilustrados han observado y quedado sorprendidos de la uniformidad de los sentimientos, prácticas en grupos y culturas suficientemente diferentes de los suyos para que esta uniformidad sea particularmente llamativa. A menudo ya no percibimos nuestra propia uniformidad, nuestra propia conformidad: ésta es como el aire que respiramos, tan invisible e indiscernible, como indispensable.

El carácter de los individuos era atribuido, y aún lo es, a factores fundamentalmente genéticos. Uno era ponderado como su padre, generoso como su madre, lunático como su tío... Ahora bien, desde hace décadas, los antropólogos, entre otros R. Benedict, nos han aportado descripciones de esas culturas idílicas, apolíneas, en las que todo el mundo es dulce, bueno, cooperativo, generoso, o de aquellas culturas aterradoras, dioníseas, en las que todo el mundo es agresivo, malvado, egoísta, amante de la riña. Desde hace siglos, el hombre se ha interrogado sobre los niños-lobos, criados lejos de toda presencia humana y de toda influencia social, que sólo sabían gruñir,

\* Traducimos por «conformidad simulada» la palabra *suisivisme* que figura en el original francés. Paicheler y Moscovici emplean *suisivisme* para referirse a lo que los autores anglosajones llaman *compliance* (véase Kelman, por ejemplo) y que se traducía habitualmente por «sumisión». El hecho de que los autores, en la presente circunstancia, no utilicen la expresión habitual (*sumisión*) responde a una serie de criterios, que aunque no son explicitados no dejan de ser comprensibles, y que hemos querido respetar en la traducción absteniéndonos de recurrir a la palabra «sumisión». Para evitar el barbarismo de la palabra «seguidismo» hemos optado por «conformidad simulada». Encontraremos en el texto una definición conceptual del *suisivisme* o de la «conformidad simulada».

andar a cuatro patas y desgarrar con los dientes la carne cruda, siendo incapaces de adaptarse a una vida humana y social.

En muchos aspectos, la influencia social nos simplifica la vida. Nos indica cómo debemos comportarnos en la mayoría de las situaciones, permitiendo una economía de energía y medios. La influencia social hace «naturales» un conjunto de comportamientos adquiridos, marcados por el sello de la cultura y de la sociedad. Eso que, en el Siglo de las Luces, era denominado «imitación», no es más que este aspecto fundamental de la influencia. «La imitación es así el primer medio de (la) perfectibilidad (del hombre): ella lo modifica, desde el nacimiento hasta la muerte. Sin la imitación, los progresos de un individuo se perderían para todos los demás: es a través de ella que, en la sociedad cortés y habitual, se borran los caracteres y todos los individuos tienen la misma fisonomía. Es a través de ella que los niños aprenden nuestras costumbres, nuestros convencionalismos y se doblegan ante nuestras costumbres y aprenden la lengua.»<sup>1</sup>

No obstante, más allá de esta simplicidad, más allá de esta evidencia de la influencia, nos topamos rápidamente con la complejidad del fenómeno. Entonces nos damos cuenta de que estamos confrontados con uno de los fenómenos más evidentes y complejos de la psicología social. Ni siquiera el lenguaje nos presta ayuda en nuestro afán de clarificación. Disponemos de una sola palabra, *influencia*, para referirnos a realidades diversas, incluso contradictorias, para dar cuenta de varios significados; una sola palabra para denominar tanto la acción como el efecto, tanto la uniformidad como el cambio.

En la actualidad, la influencia social adquiere una dimensión desconocida hasta ahora. Cada uno de nosotros se halla enzarzado en un conjunto de incitaciones. Al mismo tiempo que se desarrollan los medios masivos de comunicación, se refuerza la voluntad de un control social y la investigación de medios de persuasión cada vez más eficaces. El mito de la torre panóptica de Bentham (1791), donde cada persona puede ser vigilada sin saberlo, ha sido remplazada de forma insidiosa y ventajosa por esa mirada tenaz que se nos impone cotidianamente a través de la publicidad, la prensa, la televisión. La investigación de los medios de persuasión conduce a interrogarse sobre su naturaleza y eficacia, particularmente sobre la duración de los cambios que provocan.

Existen dos grandes categorías de posibles respuestas a la influencia: la aceptación y la resistencia. Es a partir de ahí que se plantean los problemas. Si hay resistencia, necesitamos saber cuál es su amplitud, cuáles son sus causas y su objeto. Por el contrario, influenciar equivale a hacer cambiar:

1. «Exposición de las investigaciones realizadas para el examen del magnetismo animal», leída en la Academia Francesa de Ciencias por Bailly, en su propio nombre, y en nombre de Franklin, Leroy, Bory y Lavoisier, el 4 de septiembre de 1784.

oda influencia supone una modificación de los individuos o de los grupos influidos. Sin embargo, la constatación de dicho cambio no nos permite concluir cuál es su profundidad y su estabilidad, saber si se cambia a nivel de lo que se dice o a nivel de lo que se piensa, si la adhesión a la influencia implica una revisión de los sistemas de pensamiento y de representaciones.

Al igual que a veces llevamos prendas, no porque las encontremos estéticas, sino porque están de moda y nos sentimos aliviados cuando esta moda pasa, del mismo modo a menudo existe una ruptura entre nuestros comportamientos y nuestros discursos públicos y nuestros pensamientos privados. Esta ruptura aparece tanto si hay aceptación de la influencia, como si hay rechazo de ella. De esta forma, vacilamos en ponernos ciertas prendas que, aunque nos gustan, nos parecen «demasiado a la moda», mientras que unos cuantos meses más tarde, haremos gala de ellas sin ninguna aprehensión. Es precisamente en el marco de esta diferencia entre nivel público y nivel privado que abordaremos las diversas manifestaciones de la influencia social.

## A. Los límites de la conformidad

### a. Interioridad o exterioridad

La conformidad ha podido ser definida como un «cambio en el comportamiento o las opiniones de una persona, que resulta de una presión real o imaginaria proveniente de una persona o un grupo de personas» (E. Aronson, 1972). No obstante, no es un comportamiento monolítico. La conformidad varía según la convicción que la sostiene y puede revestir diversas formas. La distinción introducida por Kelman (1961) resulta particularmente pertinente, pues permite diferenciar tres tipos de conformidad: la interiorización, la identificación y la conformidad simulada.

— La *interiorización* es la más permanente y la más enraizada de las respuestas a la influencia social. Asimismo es la forma de conformidad más tenaz y sutil: el sujeto hace suyos el sistema de valores y los actos que adopta hasta tal punto que ya no está en posición de percibir que ha sido objeto de una influencia. Esta interiorización hace que el sistema de valores o el comportamiento adoptados sean muy resistentes al cambio. Al asimilar los valores y las conductas de los demás, los individuos o los grupos adquieren la certeza de mantenerse más cerca de una verdad física o social.

— La *identificación* ya es un comportamiento más dudoso por lo que se refiere a su perennidad. Se trata de la respuesta a la influencia social de un individuo que desea, prioritariamente, ser semejante al influenciador.

Lo que es satisfactorio no es el comportamiento mismo que resulta de la influencia, pero ese comportamiento permite una definición de sí mismo que implica una relación satisfactoria con las personas con las que el sujeto se identifica. Se trata de adoptar el comportamiento, las actitudes y las opiniones de aquellas personas que gustan al sujeto y a las que éste quiere parecerse. Un niño, por ejemplo, no pedirá que le enseñen a tocar el piano porque le gusten el instrumento y sus posibilidades en tanto que tales, sino porque un amigo de la familia, por quien siente un afecto especial, lo toca con placer y virtuosismo. La identificación es un resorte psicológico importante. Freud le concedió una considerable significación tanto en la vida afectiva, como en la vida social, en particular en las relaciones de poder. Además constituye uno de los fundamentos de toda pedagogía.

— La *conformidad simulada* consiste en aceptar de forma pública un comportamiento o un sistema de valores sin adherirse a ellos de forma privada. En apariencia, los individuos o los grupos se someten a fin de evitar ciertos agravios: devaluación, rechazo, represión. Pero conservan sus creencias y están dispuestos a cambiar su comportamiento desde el momento en que las circunstancias ya no se los impongan. Si un niño es amable con su hermano menor a fin de obtener algunos caramelos, no habrá aprendido forzosamente a ser amable, sino que habrá aprendido que la amabilidad constituye un buen medio de obtener caramelos...

La conformidad simulada aún es una forma de conformidad, pero ya constituye una forma de resistencia a la influencia. No obstante, su alcance es limitado, pues enmascara una resistencia privada que, a menudo, no llega a ninguna manifestación explícita. Es una especie de fuerza decisoria de los débiles. Si hay personas débiles, esto se debe a que la complacencia es la respuesta a un poder, ya sea real o simbólico. Según Festinger son necesarias dos condiciones para que se produzca este tipo de influencia: la presencia de una coacción que impida al individuo huir de la situación y la amenaza de una sanción en caso de rechazar la complacencia.

Aunque muy útil, la clasificación de los efectos de la influencia introducida por Kelman no es perfecta. Las tres categorías de influencia no son exhaustivas ni totalmente exclusivas. No obstante, esta clasificación tiene el mérito de insistir en la profundidad de la influencia y en su ambigüedad. Ahora bien, es precisamente la ambigüedad y la complejidad de los diferentes aspectos de la influencia lo que aquí nos interesa. A primera vista, la interiorización parece clara: se cambia para acercarse a la verdad. Pero ¿de qué verdad se trata? Si se trata, como es el caso en la vida social, de una verdad social basada en el asentimiento de la mayoría, se plantea entonces una importante pregunta: si la mayoría se pone de acuerdo sobre posiciones falsas, ¿podría cada individuo adherirse, consciente y explícitamente, a creencias erróneas? Resulta imposible dar una respuesta optimista a esta pregunta, afirmando que la verdad siempre triunfa sobre el error. La observación

de todos los días y los hechos históricos nos demuestran que los individuos y los grupos pueden complacerse en el error colectivo. Es este mismo cuestionamiento el que ha permitido a los psicólogos sociales evaluar la amplitud de los fenómenos de conformidad.

#### b. *Contra toda evidencia*

Este es el aspecto crucial del fenómeno de influencia social: la adhesión colectiva a creencias falsas, aspecto que se halla en el centro de la investigación de S. Asch (1952). Como muchos investigadores de su generación, Asch tuvo que huir del nazismo y emigró a los Estados Unidos. Al haber vivido la ascensión del fascismo en Europa, sabía perfectamente que la influencia social puede revestir proporciones pavorosas. Pero no por ello perdió su fe en el hombre y la razón: piensa y desea demostrar que los individuos pueden conservar la facultad de resistir, si son conscientes de que los demás están en el error. Así que aborda el problema desde un ángulo optimista: «Resulta evidente, aunque es necesario decirlo, que no somos simplemente víctimas unos de otros» (S. Asch, 1952, pág. 411). Los demás pueden ser una fuente de error, pero también son una vía privilegiada de acceso a la gran obra civilizadora: «Tenemos la convicción de que uno de los efectos fundamentales consiste en extender nuestros conocimientos sobre nuestro entorno material y social (...). Sabemos que la ayuda que obtenemos de la observación y de las instrucciones de los demás reviste una importancia fundamental para introducirnos en la realización de la civilización» (S. Asch, 1952, pág. 127).

Asch mantiene una posición racional. Para él, los individuos siempre son capaces de conservar su libre albedrío. Puesto que, como muestra la evidencia, resulta imposible sustraerse a las influencias, cada individuo puede, no obstante, elegir sus fuentes de influencia con conocimiento de causa, juzgar, sopesar y, en fin de cuentas, aceptar o rechazar la influencia. Vemos cómo aparece una concepción pedagógica de la influencia en la que el acento es puesto sobre su aspecto informativo.

Sin embargo, los hechos se mostrarán obstinados; fueron esos hechos, es decir, los resultados experimentales del propio Asch, los que desmintieron sus expectativas. Estos resultados van a reducir el alcance de sus afirmaciones, de su construcción teórica, hasta tal punto que las generaciones siguientes de investigadores ya no mencionarán sus hipótesis originales y tan sólo retendrán el resultado que Asch obtuvo en contra de lo que esperaba. Al intentar poner de manifiesto la fuerza del libre albedrío, llegó, por el contrario, a demostrar el conformismo ciego de los individuos. Estos últimos se conforman, no porque estén convencidos de la verdad de las posiciones de los demás, sino porque no desean desmarcarse, parecer diferentes de sus «semejantes».

Aquí no mencionaremos los detalles de la experiencia de Asch.<sup>2</sup> Recordemos simplemente que la tarea experimental consiste en comparar líneas de longitudes iguales o desiguales. Esta tarea es de las más simples, pues se basa en evidencias perceptivas. Lo que constituye todo el interés de la experiencia es la composición de los grupos experimentales. Estos están constituidos por una mayoría de cómplices, es decir, de asistentes del experimentador, prevenidos de antemano del desarrollo de la experiencia y que se comportan de una forma programada, y por un solo sujeto «ingenuo», es decir, un verdadero sujeto, blanco de la puesta en escena prevista por el experimentador. Este sujeto es confrontado a respuestas manifiestamente erróneas que da, con una unanimidad desarmante, la mayoría de cómplices que compone el grupo del que forma parte el sujeto. ¿Qué hará el individuo, sumergido sin saberlo en una situación tan desconcertante? ¿Continuará dando «su» propia respuesta, que es incontestablemente la respuesta cierta, o responderá «como los demás» y dará respuestas falsas? Basándose en los testimonios recogidos por Asch tras la experiencia, Jones y Gerard emprendieron un ejercicio de psicología-social-ficción lleno de humor (1967), imaginando lo que puede suceder en la cabeza de un sujeto tipo.

«Esto está hecho: yo tengo muy buena vista. Me pregunto qué es lo que quieren demostrar. Ya está: ahora coloca la primera serie de cartulinas. Ningún problema: la línea 2 es la buena. Vamos a ver lo que dice el primer tipo. Claro, dice «línea 2». Por supuesto, todo el mundo está de acuerdo. Ahora es mi turno: «Línea 2». El último tipo también está de acuerdo. Todos estamos de acuerdo. Bueno, aquí viene la segunda serie de cartulinas. Está facilísimo: es la línea 1. Tengo razón, estamos todos de acuerdo. Ahora, la tercera pareja. Es la línea 3, es la más fácil... ¿Qué? ¿Qué dice el primer tipo? No puede haber dicho la línea 2, es mucho más larga. No he debido de oír bien. También el segundo tipo dice «línea 2». ¿Qué está pasando? ¿Acaso veo un truco o escucho un truco? ¿Quizás he inclinado la cabeza? No, como quiera que las observe, me sigue pareciendo que es la línea 3. El cuarto tipo acaba de decir línea 2. Tranquilo, no te excites, habrá una explicación. Quizá se deba al sitio donde estoy sentado. Pero el tipo delante de mí está sentado en el mismo ángulo y dice que es la 2. ¡El quinto tipo y el sexto también han dicho que es la 2! ¿No será una ilusión óptica? ¿Tal vez ven cosas que yo no veo? Me toca a mí. ¿Qué puedo decir? Estoy seguro de estar en lo cierto, pero van a pensar que soy una especie de débil mental si no me muestro de acuerdo con ellos. Todos ellos no pueden equivocarse. O tal vez sí, es posible. Tal vez todos se están divirtiendo y repiten lo que dice el primero. ¡Eso es! El primero se ha equivocado y todos repiten el error como ovejas. ¿Pero por qué? Y yo, ¿qué voy a hacer? ¡Están

2. Véase capítulo 1.

todos majaretas! Vale, es mi turno. Lo mejor será que diga lo que pienso: «Línea 3». Silencio consternado. Seguro que piensan que estoy chiflado. Pero, ¿qué puedo hacer? Tengo que decir lo que veo. No es tan fácil como pensaba. Incluso si la línea 3 parece ser la correcta o si es realmente la correcta. El último tipo dice lo mismo que los otros. Estoy seguro de que me sentiría mejor si hubiera respondido igual que yo. Tengo que preguntarle al tipo que dirige todo esto apenas regrese. Quizás estoy haciendo algo mal. Pero no, dice que hago todo lo que tengo que hacer. Vamos a ver qué pasa en el próximo ensayo. Ya está: no hay error posible, es la línea 1. A ver qué dice el primer tipo. Dice que es la 2. Es lo que me pareció oír. ¡Qué fuerte! Uno de nosotros está chalado. ¡El segundo tipo también dice que es la 2! ¡Ya estamos! ¡Empezamos otra vez! Me están temblando las manos. Me gustaría tomar un vaso de agua. Deben tener razón, pero, ¿cómo es posible, si yo no veo lo mismo? No existen dos soluciones: o tienen razón o no la tienen. Me empiezan a ver como si estuviera loco. Me gustaría tener una regla para medir esas líneas. Así podría saber realmente quién tiene razón y quién no. Podría demostrar lo que digo. ¿Qué van a decir ahora? El tercer tipo dice 2. Voy a cantar como un mirlo blanco. Tal vez debería perderme entre la muchedumbre. ¿Qué importa? No es más que un experimento, de cualquier manera. No puedo. Tengo que dar la respuesta correcta. Estoy seguro de que no me dirigirán la palabra cuando acabe esto. Te juro que nunca me he sentido tan incómodo. Siempre he confiado en los demás. Pero, ¿cómo hacerlo aquí? Siempre creí que los demás veían las cosas de la misma manera que yo. Tal vez ellos tengan razón y soy yo el que ve mal. Si digo «línea 1» quizá me equivoque y entonces sí haré un mal papel. Pero si ellos están equivocados y me pongo de acuerdo con ellos, estaremos todos equivocados y no puede haber nada peor. Es mi turno. ¿Qué voy a decir?: «¡Línea 2!» Ya está, lo he dicho. Ahora todos parecen contentos y yo me siento un poco mejor. ¿Por qué he dicho eso? Me parece que la correcta es la línea 1. La próxima vez, no daré mi brazo a torcer.» (Jones y Gerard, 1967, págs. 388-389.)

Al igual que este sujeto-tipo, los sujetos de la experiencia de Asch se dejaron influenciar, y de forma sustancial: en una serie de doce evaluaciones, aproximadamente un sujeto de cada cuatro se conformó al menos una vez, dando una respuesta incorrecta, al igual que los otros miembros del grupo. Si tomamos en consideración el conjunto de las respuestas, constatamos que el 35 % de ellas fueron influenciadas.

Ante estos sorprendentes resultados, debemos intentar explicarlos y evaluar su alcance. ¿Por qué se resisten o se someten los sujetos? ¿Cuáles son las características de esta influencia: es superficial o profunda, transitoria o duradera? Para responder a estas preguntas, Asch interroga a sus sujetos después de la experiencia.

En la mayoría de estas entrevistas resalta el aspecto traumático de la experiencia, a pesar de que no se ejerció ninguna presión explícita sobre los sujetos. Al leerlas, podemos comprender por qué R. Brown (1965) calificó esta manipulación de «pesadilla epistemológica». Todos los sujetos, ya sea que hayan resistido o adoptado el punto de vista de los cómplices, contra la evidencia perceptiva, expresan su turbación, su desamparo psicológico: «Esa experiencia no se parece a ninguna de las que he tenido en toda mi vida. Nunca la olvidaré aunque viva muchos años» (Asch, 1952, pág. 467).

Contados son los sujetos que mantienen una posición independiente y serena. Aunque no tienen la penosa impresión de haber aceptado lo inaceptable, expresan su desasosiego. Les habría gustado tanto hacer como todos los demás, responder como ellos. «Hacer como todo el mundo» resulta una motivación suficientemente eficaz en sí misma para que la publicidad la utilice, por ejemplo, en este reciente eslogan: «Este invierno, todo el mundo va a Marruecos».

Entre los sujetos que sufrieron la influencia, se encontraban no pocos que afirmaban haber modificado realmente sus percepciones debido a que la mayoría expresaba juicios correctos. Estos sujetos, interrogados justo después del fuego de la acción, están dispuestos a negar todas las evidencias. Al mismo tiempo, no parecen sufrir la menor turbación. «Nunca he dado una respuesta que no fuera correcta... Nunca he dado una respuesta sabiendo que no era correcta» (Asch, 1952, pág. 469). Racionalización suprema: este sujeto parece muy sorprendido cuando se le anuncia que ha dado respuestas incorrectas: ya no se acuerda, así de simple, ¡a menos que lo haya hecho sin darse cuenta!

Sin embargo, todos los conformistas no se sienten tan cómodos y avanzan no un deseo de exactitud, sino motivaciones sociales. Estas últimas son de dos órdenes. Por una parte, se atienen a una representación tenaz del funcionamiento de los grupos, según la cual no puede haber error colectivo. La situación transitoria que han vivido no puede ir en contra de una representación tan profundamente enraizada. «Afirmaban con tanta seguridad (...). En un ensayo, sentí que probablemente se equivocaban, pero no estaba completamente seguro» (Asch, 1952, pág. 471). Por otra parte, los conformistas expresan con gran claridad el deseo de no ser diferentes. Por consiguiente, se desinteresan de la tarea y ya no parece preocuparles el problema de la exactitud de su juicio. Su obstinado objetivo consiste en no distinguirse, en no desviarse. Estos sujetos están plenamente conscientes de lo que hacen. Por ello no se sienten especialmente turbados, a partir del momento en que deciden resolver de este modo su conflicto interno. «No quería ser separado del grupo, no quería parecer un loco» (Asch, 1952, pág. 472). El gran temor es aquí el temor a la desviación, ilustrada por una de sus figuras más significativas: la locura.

Una cosa es segura: la presión del grupo no interviene en el juicio perceptivo en sí mismo, cuando hay influencia, sino que provoca un comportamiento de evitación de la diferencia, un «heterotropismo» negativo. Esta influencia mayoritaria desemboca en esta forma particular de conformidad denominada conformidad simulada. Efectivamente, no se produce una integración profunda y duradera de un nuevo modelo, sino la adopción transitoria de un comportamiento.

En un comportamiento de complacencia, lo importante es aparentar, no cambiar sus convicciones. En la experiencia de Asch percibimos que, para ser eficaz, la presión mayoritaria no necesita manifestarse de forma clara. Esta presión es provocada por los individuos y no producida explícitamente por la mayoría. No obstante, es probable que si esta presión mayoritaria fuese mayor y evidente, la conformidad bascularía aún más hacia un comportamiento de conformidad simulada. En tal caso, el desfase entre adhesión pública y convicciones privadas produciría un menor conflicto interno en los individuos que se verían claramente forzados por circunstancias exteriores independientes de su voluntad.

### c. *Desagradar o complacer*

Tengamos presente que los resultados obtenidos por Asch denotan un comportamiento de complacencia. Las entrevistas post-experimentales nos proporcionan indicaciones preciosas en este sentido. No aportan pruebas definitivas, como lo podría hacer una nueva manipulación experimental. Ahora supongamos que repetimos la experiencia de Asch, pero en lugar de exigir a los sujetos que den sus respuestas en presencia de los demás, lo harían en privado, aunque teniendo conocimiento de las evaluaciones erróneas de los otros miembros del grupo. Si las evaluaciones privadas de los sujetos fueran idénticas a sus evaluaciones públicas podríamos afirmar que las respuestas falsas de los cómplices los han convencido realmente. Por el contrario, si los sujetos adoptan las respuestas incorrectas de los demás a fin de mantenerse en buenas relaciones con el grupo, para no entrar en conflicto con él, entonces adoptarán en menor medida las evaluaciones de los demás al hacer sus propias evaluaciones en privado. Deutsch y Gerard (1955) realizan esta comparación entre situaciones privadas y públicas, conservando el material experimental de Asch. Las respuestas de los otros miembros del grupo son comunicadas a los sujetos por medio de luces que aparecen en una consola. Resultan parecidas a las evaluaciones que los cómplices realizan públicamente en la experiencia de Asch. Además, el sujeto responde sabiendo que sus respuestas no serán transmitidas a los demás. Entonces, la conformidad disminuye de manera considerable. El conocimiento de las evaluaciones mayoritarias carece prácticamente de efectos sobre los juicios privados.



Aunque la conformidad sea uno de los resortes importantes de la vida social, tanto los resultados de Asch como los de Deutsch y Gerard marcan sus límites, a menudo no es más que una manifestación superficial, un comportamiento que tan sólo pide ser modificado, siempre que se reúnan las condiciones necesarias para esta modificación. Con frecuencia, la vida social se desarrolla como en el famoso cuento de Andersen, *El traje nuevo del emperador*.

Recordemos este cuento. Unos mercaderes de telas, cuyos conocimientos de la psicología de los individuos igualan sin duda alguna los de los mejores especialistas, ofrecen al emperador paños maravillosos. Estas telas poseen la cualidad extraordinaria de no poder ser vistos más que por las personas inteligentes del país. Haciendo gala de prudencia, el emperador envía a sus ministros más sabios a comprobar la calidad de las telas. Para su gran pesar, estos enviados no ven nada... ya que las telas no existen, a no ser como forma de hacer fortuna engañando a todo el mundo, comenzando con los ministros que encuentran las telas espléndidas. Otro tanto hace el emperador: sobre todo no quiere pasar por lo que es: un idiota. Y tras de él, todo el mundo admira tan bellos paños que constituirán trajes tan hermosos, dignos de tal emperador.

Y llega el gran día. El emperador va a salir con sus bellas prendas. Toda la ciudad saluda entusiasmada la magnificencia de su soberano. Todo el mundo no puede equivocarse al mismo tiempo, y así, las prendas existen en realidad y aquellos que no las ven lo único que no quieren es que esto se sepa.

Y he aquí que se oye una pequeña voz, una voz infantil, una voz minoritaria por excelencia: la voz de un niño pequeño. Esta voz viene a romper el concierto de alabanzas serviles: «¡Pero si el emperador va desnudo!». Por endeble que sea esta voz, expresa finalmente lo que todo el mundo piensa en su interior y rechaza. Esta voz proporciona una nueva percepción de la realidad, liberada de las contingencias, liberada de la sumisión. La voz es escuchada y repetida, primero entre murmullos, y luego amplificadas en un clamor en el que el pueblo entero se mofa de la superchería que afecta al emperador, la corte, el poder, poder ridiculizado que, para salvar la cara, fingirá hasta el final que cree y no cambiará.

En sus sucesivas peripecias, este cuento condensa los procesos de influencia social. El primer efecto es el efecto mayoritario, el efecto de conformidad. Es, al mismo tiempo, el fenómeno más masivo y el más destacado de la vida colectiva. Sin duda, por ello ha constituido durante largo tiempo la única preocupación de los teóricos de la influencia (G. de Montmollin, 1977). Además, la conformidad les parecía tan masiva y exclusivamente eficaz que no se daban cuenta hasta qué punto la conformidad simulada constituía su forma más extrema y el límite a partir del cual la influencia corría el riesgo de hacerse fluctuante y, por ende, frágil. El segundo efecto, el efecto minoritario, menos evidente y, por consiguiente, de acceso más difícil, ha perma-

necido oculto durante largo tiempo y tan sólo recientemente ha adquirido un verdadero status teórico (Moscovici, 1979).

Desde hace más de una década parece que resulta imposible limitar la comprensión de los procesos de influencia social tan sólo a los efectos de conformidad. La influencia social varía tanto desde el punto de vista de las formas como desde el de los efectos. Puede ser mayoritaria o minoritaria, consciente o inconsciente, directa o diferida, transitoria o duradera, para citar únicamente los principales ejes que la pueden caracterizar. De hecho, hay que hablar no de *influencia*, sino de *influencias*. Al hacerlo abrimos nuevas posibilidades de investigación, que permiten diferenciar las modalidades de acción y los niveles de los diferentes tipos de influencia.

## B. Complacencia o innovación

### a. Efectos secundarios de la influencia minoritaria

La famosa experiencia «azul-verde» de Moscovici, Lage y Naffrechoux (1967) inauguró una ampliación de la problemática de la influencia social, poniendo el acento sobre la influencia minoritaria. Esta experiencia nos ha proporcionado un conjunto de resultados, algunos de los cuales ya permitían evaluar la complejidad de la influencia minoritaria. En lo que se refiere al objetivo de este capítulo, puso de manifiesto el hecho siguiente que retendrá toda nuestra atención: los efectos de la influencia minoritaria no pueden ser evaluados con pertinencia y precisión, si nos limitamos al nivel de lo que se dice y hace de forma explícita. Mientras que, a nivel de influencia mayoritaria, la observación limitada a los comportamientos manifiestos no permite predecir la solidez y estabilidad de la influencia, la ausencia de respuestas explícitas a la influencia minoritaria puede ocultar el hecho de que la influencia ya opera a nivel latente. Si no se trata del árbol que oculta el bosque, al menos sí del tren que oculta a otro.

Recordemos brevemente en qué consistía la experiencia «azul-verde». Imagine el lector que ha aceptado participar en una experiencia sobre la percepción de los colores. A parte de Ud. hay presentes otras cinco personas. Durante un test preliminar de percepción de los colores, usted puede constatar que nadie presenta anomalías visuales. Después la experimentadora le anuncia que va a presentarle una serie de diapositivas, cuyo color usted deberá identificar en voz alta. Esto no parece muy difícil, ni muy angustioso.

Comienza la segunda fase. Se proyecta una diapositiva azul sobre la pantalla y los sujetos responden. En los grupos de control, todo el mundo está de acuerdo incontestablemente en que el color de la diapositiva es el



azul. En los grupos experimentales, sucede algo diferente. Extrañamente, en el primer ensayo, dos sujetos han respondido «verde». Usted piensa que han debido equivocarse, pero su sorpresa no ha hecho sino comenzar. Los dos mismos sujetos que respondieron «verde» persisten en su juicio y responderán invariablemente «verde» hasta el final de la experiencia.

Estos dos extraños cómplices —por supuesto, se trata de cómplices— perdidos en grupos de seis personas han ejercido, aunque parezca imposible, una influencia sobre los otros miembros del grupo. Citemos algunas cifras para precisar la extensión de esta influencia. Primero, fijemos como umbral de esta influencia el hecho de que cada sujeto influenciado dé al menos cuatro respuestas «verdes» durante las treinta y seis proyecciones de la diapositiva azul. Esto sucede en el 32 % de los sujetos, repartidos en el 43,74 % de los grupos. Basándose en el conjunto de las respuestas dadas por el conjunto de los sujetos, se nota la aparición de 8,42 % de respuestas «verdes». Sin duda, éstas pueden atribuirse a la presencia de una minoría que, de forma consistente, es decir, sin modificar su punto de vista, da una respuesta diferente, inesperada. Por ese mismo hecho y sin que se produzca presión alguna, la minoría atrae a los otros miembros del grupo e introduce una innovación.

Sin embargo, los autores de esta experiencia no se conforman con tan sólo los resultados explícitos obtenidos durante la fase experimental, es decir, durante la interacción. También se plantean la cuestión de la profundidad y la estabilidad de los efectos obtenidos por ellos. Si la modificación de la respuesta social va acompañada de una transformación del código perceptivo subyacente, entonces se demostrará incontestablemente la eficacia de la influencia minoritaria. «Nos preguntábamos si los sujetos sufrirían una influencia que, incluso si no desembocaba en un cambio de la respuesta verbal durante la experiencia, tendría un efecto duradero sobre su percepción. Esperábamos una modificación del umbral de paso de la designación azul a la designación verde que revelara una reacción reprimida durante la interacción social. De este modo, algunos sujetos se negaron a adoptar de forma abierta la respuesta minoritaria, sintiéndose obligados a mantenerse fieles a la norma general, incluso si comenzaban a dudar de su validez. Se podría esperar una atracción latente que se manifestara a través de una extensión de la designación «verde» ante estímulos que se situaran en una zona que los grupos de control calificarían de azul» (Moscovici, Lage y Naffrechoux, 1969, página 370).

En una variante de la experiencia «azul-verde», los autores hacen que los sujetos pasen por un test de discriminación entre el azul y el verde, una vez finalizada la experiencia, a fin de evaluar la modificación del umbral perceptivo. Para este test se aísla a los sujetos, quienes dan sus respuestas por escrito. El material que se les entrega para que lo evalúen se compone

de 16 discos, cuyo color se sitúa en la zona verdiazul de la gama cromática. Tres discos son francamente azules, tres discos son francamente verdes y los diez restantes se sitúan en zonas ambiguas. Estos discos son presentados diez veces a los sujetos de forma aleatoria. También los sujetos de los grupos de control pasan por este test de discriminación, a fin de obtener datos de referencia.

Se retuvieron tres valores para calcular los umbrales de discriminación: 1/ el umbral 50 % indica el punto en la secuencia de los estímulos, ordenados en función de su longitud de onda, en el que el sujeto da un número igual de respuestas azules y de respuestas verdes; 2/ el umbral inferior indica el punto en el que el sujeto da 75 % de respuestas verdes y 25 % de respuestas azules, y 3/ el umbral superior indica el punto en el que el sujeto da 25 % de respuestas verdes y 75 % de respuestas azules.

El umbral de discriminación entre el azul y el verde se modifica considerablemente en los sujetos experimentales (véase Tabla I).

TABLA I. — Desplazamiento del umbral de percepción del color verde (expresada en promedio de longitudes de onda)

% de respuestas verdes	Grupos testigos	Grupos experimentales
75	46,16	46,85
50	47,39	48,03
25	48,41	49,19

Para facilitar la lectura de esta tabla y comprender la amplitud de las modificaciones perceptivas, consideremos por ejemplo el valor 48,41 de los grupos de referencia y 48,03 de los grupos experimentales. Se trata de dos valores cromáticos sumamente próximos. Ahora bien, cuando en los grupos de control solamente 25 % de las respuestas dicen que el color es el verde, en los grupos experimentales, un 50 % de las respuestas dicen que son verdes. Y este desfase se mantiene constante en todos los valores de umbral de la tabla I. Subrayemos que esta modificación de los umbrales perceptivos se refiere a un mayor número de sujetos que el cambio de las respuestas verbales.

Además, los autores adelantan la hipótesis de que, en los grupos donde no se produce un cambio de la respuesta verbal, en los que la respuesta verde ha sido «reprimida», observarían un mayor número de respuestas verdes en el test de discriminación. Efectivamente sucede así: la diferencia entre los grupos en que la mayoría no cambia y aquellos en que cambia resulta sumamente nítida ( $X^2 = 14,94$ ,  $< 0,002$ ). La minoría ejerce una influen-

cia más importante sobre el código perceptivo de los sujetos que sobre sus evaluaciones explícitas.

Estos dos resultados señalan la existencia de una influencia subterránea, de la que los individuos tienen menor conciencia en la medida en que se hayan negado a aceptar la influencia manifiesta. En un primer tiempo, resulta importante subrayar que la ausencia de resultados explícitos no debe ocultar el hecho de que los cambios se producen a otros niveles. Por otra parte, el descubrimiento de estos efectos latentes ha marcado la orientación de las posteriores investigaciones sobre la influencia minoritaria. Así, las experiencias han sido concebidas de tal manera que la atención se centre sobre ellos. Partiendo de estas primeras constataciones, los investigadores han emprendido un verdadero trabajo arqueológico sobre el fenómeno de influencia minoritaria. Ha sido necesario sacarlo a la luz del día cuando estaba oculto, excavar sus basamentos, diferenciar sus estratos. Este trabajo minucioso y sistemático ha permitido que se investiguen los efectos cada vez más finos, cada vez más precisos. Y tiende a circunscribir poco a poco todos los efectos, tanto latentes como públicos, de la influencia, tanto mayoritaria como minoritaria.

#### b. Influencias mayoritarias e influencias minoritarias

Ya hemos señalado la existencia de modalidades de influencias complejas. Antes que nada, para poner orden en el enredo de las influencias posibles, es necesario simplificar. Fundamentalmente, nos encontramos en presencia de dos tipos opuestos de influencia: la conformidad y la innovación. Ahora debemos poner de manifiesto los aspectos en los que estos tipos de influencia difieren. La experiencia de Moscovici y Lage se centra en la comparación de la influencia mayoritaria y minoritaria. Utilizando una vez más el paradigma azul-verde, los autores demuestran que la influencia minoritaria se refiere a niveles de evaluación tanto manifiestos como latentes, mientras que la influencia mayoritaria lleva a cabo un acuerdo superficial y desemboca en una conformidad de superficie. Los autores comparan dos condiciones experimentales. En relación con el número de sujetos ingenuos que están presentes en los grupos, los cómplices son o bien mayoritarios o bien minoritarios.

Al igual que la experiencia inicial, los resultados ponen de manifiesto que la minoría puede ejercer una influencia considerable. Sin embargo, sigue siendo menos influyente explícitamente que una mayoría unánime. (Véase tabla II.)

No obstante, a nivel latente, el efecto se invierte totalmente. El test consecutivo de discriminación de los colores pone claramente de manifiesto que los sujetos que se ven confrontados con una influencia minoritaria consis-

TABLA II. — Comparación de la influencia explícita mayoritaria o minoritaria en la experiencia de Moscovici y Lage (1976)

Condiciones experimentales	Índices de influencia		
	% de respuestas «verde»	% de grupos influenciados	% de sujetos influenciados
Minoría consistente	10,07	50	42,50
Mayoría consistente	40,16	50	50

tente modifican su umbral de discriminación entre azul y verde, y perciben más verde en los colores ambiguos que los sujetos de los grupos de control. Al igual que en la experiencia que hemos presentado anteriormente, esta modificación no se debe tan sólo a los sujetos que han sido influenciados durante la fase de interacción, sino que también se manifiesta tanto si los sujetos han cedido a la influencia como si no lo han hecho. Por el contrario, no se pudo descubrir ninguna modificación profunda de los umbrales perceptivos en las situaciones de influencia mayoritaria. Así pues, existe una considerable diferencia de naturaleza entre la influencia mayoritaria y la minoritaria. «Una minoría, sin obtener una aceptación sustancial de su punto de vista a nivel manifiesto, puede influenciar a los sujetos, no obstante, de manera que éstos revisen las bases profundas de sus juicios, mientras que una mayoría puede hacer que se acepte su punto de vista, si es unánime, sin afectar el sistema cognitivo-perceptivo subyacente. En otros términos, la influencia mayoritaria opera en la superficie, mientras que la minoritaria tiene efectos profundos» (Moscovici y Lage, 1976, pág. 163).

De manera similar, Mugny (1976) distingue dos niveles de influencia: el de la respuesta social pública y el de la estructuración cognitiva que yace bajo la respuesta social. En este último caso se trata del sistema de valores, creencias e informaciones que sostiene el enunciado público de una respuesta. Este sistema podría compararse a la parte sumergida de un iceberg, pues resulta mucho más importante de lo que sobrepasa la superficie. Las respuestas sociales son funciones de la presión ejercida por la fuente de influencia. Esta presión interviene de forma efectiva o simbólica. Así, esta presión, a pesar de no estar claramente significada, interviene en la manera en que los sujetos se representan y comprenden su entorno social. «De esta manera resulta evidente que la mayoría dispone efectivamente de una potencia de presión superior a la de una minoría, aunque sólo sea por el sistema de representación de los sujetos (su reconstrucción ideológica). También podemos afirmar que el sistema social ha desarro-

llado exigencias normativas para que se "ceda" ante la mayoría y se "resista" a las tentativas de influencia minoritaria» (Mugny, 1976, pág. 256). Si la respuesta social es una función directa de la presión social resentida, por el contrario, la restructuración cognitiva —que sería la única susceptible de provocar cambios profundos— será una función inversa de la presión social resentida. Por consiguiente, será provocada por la minoría en la misma medida en que no dispone de medios coactivos de presión.

En la época en que Mugny escribió su artículo, terminaba constatando con toda razón que aún «había mucho camino por recorrer antes de llegar a dominar teóricamente las influencias mayoritaria y minoritaria». Sin duda, los investigadores aún no han llegado al final de ese camino, pero se han realizado considerables progresos, tanto en el campo de la elaboración teórica, como en el del refinamiento metodológico.

### C. La conversión: influencia latente e influencia indirecta

#### a. El efecto consecutivo minoritario

La actitud minoritaria intriga, pues constituye una especie de enigma social. Exige una actitud más activa por parte de los sujetos en cuestión y un proceso de validación de la respuesta inhabitual. Este nuevo examen del objeto enjuiciado no siempre se traduce en una modificación de la respuesta pública, sino que puede operar a un nivel más indirecto o más latente, mediante una transformación profunda de la estructura de respuesta.

Para explorar y comprender estos fenómenos subterráneos, había que dotarse de los medios metodológicos. En este sentido, un paso decisivo fue llevado a cabo al integrar en los paradigmas experimentales un efecto muy conocido en el campo de la percepción: el efecto consecutivo (*after-effect*). Este efecto consiste en una ilusión óptica. Si observamos fijamente un color durante varios segundos y después fijamos la mirada en una pantalla blanca, percibiremos el color complementario de aquel que hemos observado antes. Por ejemplo, si hemos observado el rojo, percibiremos el verde por efecto consecutivo.

En las experiencias precedentes (Moscovici, Lage y Naffrechoux, 1969; Moscovici y Lage, 1974), ya se ha demostrado que los efectos de la influencia minoritaria van más allá de las manifestaciones aparentes. Sin duda, nos encontramos en presencia de una influencia sobre la estructura latente de las respuestas. Pero, ¿cómo podemos estar seguros de que estos resultados son sólidos, que nos permiten concluir que se produce una modificación del código de percepción? Esta es una pregunta de gran importancia que hay que

plantearse con todo rigor. La respuesta a esta pregunta determinará con certeza la validez de los resultados obtenidos con anterioridad. De hecho es posible avanzar una contra-hipótesis. El efecto de influencia podría explicarse mediante un efecto de contaminación verbal. Sin saberlo, un sujeto sometido a menudo a la respuesta «verde» puede ser impregnado de esta respuesta y tender a restituirla con mayor frecuencia. Y lo haría aún más durante el test de discriminación, ya que éste es inmediatamente posterior a la fase experimental, es decir, a la fase de influencia. Así, el sujeto ya no se siente obligado por las respuestas del cómplice. Podríamos objetar a esta contra-hipótesis que, si realmente se ha producido una contaminación verbal, no vemos por qué los sujetos de la condición mayoritaria no se verían al menos tan afectados por ella como los sujetos de la condición minoritaria, puesto que escuchan un mayor número de respuestas «verdes». Ahora bien, la experiencia de Moscovici y Lage (1976) nos mostraba ya que esto sucedía de otra manera.

El efecto consecutivo permite evitar este posible efecto parásito de contaminación verbal. Si es posible poner de manifiesto una influencia a nivel de efecto consecutivo, entonces podremos estar seguros de hallarnos en presencia de un efecto profundo y, al mismo tiempo, bien enraizado. De esta forma, si los sujetos se conforman con modificar sus respuestas verbales diciendo «verde», el color percibido tras la diapositiva azul debería situarse en la zona amarillo-naranja del espectro. Por el contrario, si el código de percepción de los sujetos cambia de verdad, deberían percibir el color complementario del verde, es decir, aproximarse a la zona púrpura del espectro, independientemente de que hayan respondido «verde» o no. Subrayemos que se trata de una hipótesis muy fuerte, cuya confirmación experimental aportaría una confirmación brillante de los efectos latentes de la influencia minoritaria. Esta experiencia fue puesta a prueba en una experiencia de Moscovici y Personnaz (1980).

Se trata de comprobar la eficacia de las influencias mayoritaria y minoritaria a nivel de respuesta manifiesta verbal y a nivel de código latente de percepción. Se introducen variantes en el paradigma azul-verde. Un sujeto ingenuo y un cómplice pasan juntos por la experiencia. El experimentador les proyecta una serie de diapositivas azules que el cómplice juzga invariablemente verdes. Notemos esta novedad: la minoría y la mayoría ya no se definen en esta experiencia en términos estrictamente numéricos, sino mediante su valor simbólico: el cómplice «no es» ni mayoritario ni minoritario, pero «representa» una mayoría o una minoría.

Presentaremos esta experiencia en orden cronológico, ya que las variables experimentales son introducidas sucesivamente durante su desarrollo.

#### — Primera fase

Durante cinco ensayos, el sujeto y el cómplice dan por escrito y en

privado sus respuestas sobre: 1 / el color de la diapositiva, y 2 / el color de la imagen consecutiva. Este es el test previo con el que se confrontarán las respuestas posteriores.

*Inducción mayoritaria o minoritaria.* — Se recogen las hojas de respuestas y el experimentador informa a los sujetos que puede transmitirles algunas informaciones sobre las respuestas de los sujetos precedentes. Por supuesto, siguiendo los trucos de la experimentación en psicología social, esta información es totalmente inventada y permite introducir la primera variable experimental: categorizar al sujeto y al cómplice en tanto que mayoritario o minoritario, respectivamente. Se distribuye a los sujetos una hoja con los porcentajes de los individuos que perciben la diapositiva de color azul o verde. Estos porcentajes establecen una clara diferencia entre una mayoría (81,8 %) y una minoría (18,2 %). En una condición experimental, se atribuye al cómplice su pertenencia a una mayoría, y al sujeto, a una minoría (fuente de influencia mayoritaria) y, en la otra condición (fuente de influencia minoritaria), sucede al revés.

— *Segunda fase*

Esta es la fase de influencia. Durante quince ensayos, las respuestas se dan en voz alta y el cómplice responde invariablemente verde.

— *Tercera fase*

La diapositiva se proyecta otras quince veces. Los sujetos dan una vez más su respuesta por escrito, tanto respecto al color de la diapositiva como respecto a la imagen consecutiva.

— *Cuarta fase*

Antes de comenzar esta fase, el cómplice abandona precipitadamente la sala, pretextando que tiene una cita importante. El sujeto se halla solo y, durante quince ensayos, evalúa una vez más el color de la diapositiva y el de la imagen consecutiva.

La introducción de esta última fase se justifica por los resultados obtenidos en una experiencia anterior (Moscovici y Nève, 1971). En pocas palabras, estos autores demuestran que los ausentes no siempre están equivocados. En esta experiencia, el cómplice, en presencia de un sujeto ingenuo, sobre-evalúa sistemáticamente el desplazamiento de un punto luminoso. De este modo, los sujetos tienden a rechazar sus respuestas, juzgadas excesivas, al tiempo que se sienten frustrados por la existencia y la continuidad de esta divergencia. Antes del final de la experiencia, pretextando tener que participar en otra, el cómplice se ausentaba, mientras que el sujeto ingenuo permanecía en su lugar dando sus evaluaciones solo. En los grupos de control, el cómplice permanecía en la habitación hasta el final de la experiencia. Los resultados mostraron con gran claridad que si el agente de influencia, a la vez consistente y divergente, permanecía presente, 92 % de los sujetos se distanciaban de él. Por el contrario, si se ausentaba, 83 % de los sujetos daban evaluaciones más próximas a las suyas.

Moscovici y Personnaz esperan los siguientes resultados:

— La influencia ejercida por una fuente minoritaria consistente modifica

el código de percepción de los sujetos, mientras que la influencia ejercida por una mayoría consistente no tiene el mismo efecto.

— La modificación del código de percepción es mayor cuando la fuente de influencia está ausente que cuando está presente.

El objetivo de esta experiencia es confirmar ciertos resultados, a veces frágiles, y aportar una confirmación incontestable de los mismos. Ya resulta bastante difícil manipular experimentalmente los comportamientos explícitos tomando todas las precauciones necesarias para que la experiencia responda correctamente a las preguntas planteadas. *A fortiori*, la investigación de los fenómenos latentes, en ocasiones tan tenues como difíciles de delimitar, requiere un rigor experimental particular.

Los resultados obtenidos por Moscovici y Personnaz confirman la existencia de una influencia latente que actúa sobre el efecto consecutivo. En la condición de influencia minoritaria, las estimaciones de la imagen consecutiva por parte de los sujetos se desplazaron hacia el color complementario del verde. Y este desplazamiento se acentúa tras la partida del cómplice. Al repetir esta experiencia, Doms y Van Avermaet (1981) encontraron resultados comparables.

La influencia minoritaria se traduce en un verdadero comportamiento de *conversión*, sutil proceso de modificación cognitiva o perceptiva, por el cual una persona continúa dando su respuesta habitual, mientras que implícitamente adopta las opiniones o las respuestas de otros sin que sea consciente necesariamente de ello y aunque no sienta deseo alguno de hacerlo. G. H. Mead (1970) describe un proceso análogo. «Existe un proceso a través del cual un individuo en interacción con otros individuos se convierte irresistiblemente como ellos, haciendo las mismas cosas, sin que este proceso surja en lo que denominamos conciencia: tomamos conciencia de este proceso cuando hemos adoptado por completo la actitud de los otros» (pág. 193).

#### b. Confirmación

Otras confirmaciones vienen a apoyar la hipótesis de un efecto de conversión específicamente minoritario. Personnaz (1981) repite la experiencia de Moscovici y Personnaz (1980). La aportación de esta experiencia consiste en perfeccionar la investigación del efecto consecutivo agregando una evaluación intermedia, más fiable que la respuesta verbal. El empleo de un instrumento adecuado: el espectómetro, aparato de medición del espectro luminoso y, por ende, del color, evita que se enuncie verbalmente el color de la imagen consecutiva. En lugar de utilizar una escala que fuera desde el amarillo-naranja, complementario del azul, hasta el rojo púrpura, complementario del verde, el autor pide a los sujetos que señalen en un espectómetro el color exacto que corresponde a su percepción. Este aparato permite al sujeto pasar

revista al conjunto del espectro luminoso y detenerse al encontrar el color que acaba de percibir ya sea en la diapositiva o bien en imagen consecutiva. La escala métrica empleada es muy precisa, ya que es la de las longitudes de onda.

El paradigma experimental es el mismo que el empleado por Moscovici y Personnaz (1980), exceptuando el hecho de que la evaluación de la imagen consecutiva se realiza con un espectómetro. En la segunda fase, es decir, en la fase de influencia, el sujeto confrontado con la respuesta «verde» del cómplice, contesta primero oralmente y, luego, ajusta su respuesta con el espectómetro. Los resultados obtenidos confirman los del espectómetro de Moscovici y Personnaz. Estos muestran en particular que los individuos expuestos a una influencia minoritaria modifican la propia percepción del color de la diapositiva, extremo que no se produce en el caso de una influencia mayoritaria. Este efecto aumenta si la fuente de influencia se halla ausente. De este modo queda confirmada la influencia minoritaria sobre la actividad perceptiva global, la percepción y el efecto consecutivo (véase tabla III).

TABLA III. — Percepción de la diapositiva azul y de la imagen consecutiva<sup>1</sup>

Condiciones	Fases		
	I Pre-influencia. Presencia del cómplice	II Post-influencia. Presencia del cómplice	III Post-influencia. Ausencia del cómplice
<i>Percepción del color de la diapositiva</i>			
Fuente minoritaria	482,87	483,45	485,05
Fuente mayoritaria	482,18	481,33	481,98
<i>Percepción de la imagen consecutiva</i>			
Fuente minoritaria	622,12	633,00	635,10
Fuente mayoritaria	624,11	625,63	619,47

1. Expresada en promedios de longitudes de onda.

Un resultado suplementario nos parece particularmente interesante, pues nos aporta explicaciones sobre el funcionamiento psicológico de los sujetos, que ahora necesitamos dilucidar para trascender la simple exposición de resultados numéricos en bruto y para progresar en su interpretación. En un

cuestionario postexperimental, el autor pedía a los sujetos que repitieran de memoria los porcentajes de individuos que percibían la diapositiva de color azul o verde, porcentajes ficticios que les habían sido transmitidos al final de la primera fase. Resulta que los sujetos «minoritarios» tienden a aumentar el porcentaje mayoritario y a reducir el de la «minoría» a la que se supone pertenecen. La identificación minoritaria parece particularmente notable. La sobre-evaluación, realizada por las minorías, de la mayoría a la que no pertenecen acentúa su carácter de exiliados, de excluidos. Este principio de explicación merece que nos detengamos en él más tiempo, para preguntarnos cuál es el significado de la identificación minoritaria.

#### D. Hacia una explicación: la identificación minoritaria imposible

##### a. El temor a la diferencia

El rechazo consciente de la influencia minoritaria proviene del temor a ser diferente. De este modo, los individuos o los grupos esquivan la amenaza de verse categorizados como desviados. En la percepción de la minoría, lo que destaca antes que nada es la diferencia de ésta y no el contenido de su discurso. El discurso minoritario obtiene su sentido, primero, de la posición de quien lo pronuncia, no de lo que éste expresa. Si el individuo o el grupo adoptan de manera abierta la posición de este «otro» minoritario, corren el riesgo de ser identificados con él y también de identificarse con él. Ahora bien, no disponen de la convicción ni de la determinación que les permitirían reivindicar esta diferencia. El rechazo del punto de vista minoritario es el único medio de permanecer dentro de los límites de las normas. No obstante, esto no significa que los sujetos permanezcan totalmente impermeables a una influencia minoritaria menos directa, como lo demuestran con claridad las investigaciones que hemos presentado.

Si una persona se ha forjado una opinión sobre un objeto dado, espera que cualquier otra persona aparentemente normal —como ella— tenga una opinión muy similar a la suya respecto al objeto considerado. Si se ve confrontada a una persona que expresa con convicción un punto de vista diferente, aparecerá un doble conflicto. Por una parte, la coexistencia de dos respuestas diferentes sobre un mismo objeto crea una incertidumbre tanto mayor como acusadas sean las divergencias. Por la otra, una de las respuestas, sin que pueda decirse cuál de ellas, es justificada, legítima, mientras que la otra es forzosamente falsa e inadecuada. Así, la diferencia cuestiona la capacidad de los individuos o del grupo para juzgar y forjar opiniones.

La divergencia con la mayoría implica un esfuerzo de comparación social donde el acento es colocado sobre la diferencia o la semejanza. Implica un

esfuerzo de atención a los otros, en detrimento de un esfuerzo de atención al objeto, aun cuando se considera cierta la respuesta mayoritaria *a priori*. Su validación pasa por la concordancia de las respuestas. En un primer tiempo resulta imposible cuestionar el juicio de la mayoría. Es necesario hacer un esfuerzo de interpretación de la situación de divergencia, buscando criterios de juicios situados fuera de la mayoría. Por ejemplo, se comenzará por poner en duda, de forma más o menos profunda, su propia diferencia. De no hacerlo, habría que decidirse a cuestionar una representación tenaz que se articula sobre la equivalencia de la mayoría, del derecho y de la razón.

Para demostrar que el juicio mayoritario es falso e inoperante, es necesario disponer de otros criterios que el del consenso que, al simbolizar lo verdadero, se impone hasta tal punto que ya no tiene necesidad de ser puesto a prueba. Ahora bien, se trata de una empresa difícil, costosa tanto social como psicológicamente. Numerosos ejemplos demuestran que los individuos prefieren ponerse de acuerdo entre ellos y tener juicios uniformes, antes que tener juicios verdaderos, y que prefieren estar en el error con los demás a tener razón contra ellos y encontrarse completamente solos. Señalemos la familiaridad de estas dos últimas afirmaciones. Estas fórmulas terminantes son, hablando propiamente, lugares comunes: lugares de acuerdo común, lugares de consenso. Es para salvaguardar esta comunión a toda prueba que los individuos se apresuran a aproximarse a la mayoría, incluso antes de preguntarse por qué lo hacen.

Por el contrario, la respuesta minoritaria parece de entrada dudosa, falsa. Si el objeto de juicio es algo ambiguo —aspecto que, en el universo social, es lo más frecuente—, el individuo atribuirá la diferencia de respuesta y la tenacidad del individuo minoritario a una intención de influenciar y no a mejores capacidades de evaluación. Entonces, adoptar la opinión del otro sería reconocer públicamente una debilidad o una incompetencia que se manifestaría en una disposición a ceder, a ser influenciado. Podemos comprender sin esfuerzo alguno que esto repugne al individuo.

La consistencia del individuo minoritario es lo que va a permitir sacudir esta duda e interrogarse sobre la validez de la respuesta alternativa. La coherencia y la certeza con que se afirme esta respuesta van a desencadenar un proceso de validación, es decir, un esfuerzo intelectual y perceptivo intenso. Este va a permitir poner a prueba la relación entre el juicio minoritario y la realidad, y percibir o pensar lo que la minoría percibe o siente. La seguridad de la minoría provoca sorpresa y curiosidad, dando por resultado un esfuerzo de empatía. Uno intenta ponerse en el lugar del otro a fin de comprender cómo es posible ser otro y «no hacer como hace todo el mundo».

Al tiempo que este esfuerzo de empatía hace que el otro aparezca tan próximo, tan poco diferente en fin de cuentas, tiene lugar un proceso de rechazo. Al hacerse el otro tan accesible, uno se siente aún más amenazado de ser identificado con esta otra persona. Pensar como esta otra persona

equivale a hacerse como ella, a incluirse en una representación global del otro, en un simbolismo de la alteridad que implica discriminación, culpabilidad, proyección y rechazo y cuyo mejor ejemplo es el racismo. Estar de acuerdo con la minoría equivale a aceptar ser discriminado, mediante el sesgo del conjunto de esta representación.

Ahora comprendemos mejor por qué la influencia minoritaria se ejerce difícilmente durante la interacción y resulta más fácil cuando desaparece el peligro de ser clasificado como desviado. Tras la interacción, los esfuerzos tácitos, reprimidos, para comprender lo que piensa o percibe la minoría, desembocan en el hecho de que los sujetos se ponen a pensar y percibir como lo habría hecho la minoría. Esto es lo que sucede, por ejemplo, cuando el agente de influencia está ausente o se interrumpe la interacción. Los individuos pueden comportarse entonces con mayor libertad. Al cesar su amenaza, la respuesta de otra persona les aporta informaciones útiles para elaborar su propio juicio. La transformación de su propia respuesta en el sentido de la respuesta minoritaria ya no les parece un signo de incompetencia o sumisión. En ausencia del influenciador, la atribución de una intención de influencia pierde su significado coercitivo. Es así como podemos explicar las oraciones fúnebres, tan hermosas, que los hombres políticos pronuncian en honor de sus peores enemigos, a los que intentaron devaluar y llenar de lodo durante toda su vida, sobre todo si, expulsados del poder, estos enemigos tuvieron el buen gusto de permanecer del lado de la minoría.

#### b. La eliminación de las resistencias a la identificación minoritaria: la privación sensorial

Ahora, los aspectos latentes de la influencia minoritaria han quedado firmemente establecidos. Se trata, en este momento, de poner a prueba sus mecanismos. Acabamos de ver que éstos se articulan probablemente alrededor del rechazo de la influencia minoritaria, alrededor del mecanismo de defensa de los individuos o de los grupos sometidos a esta influencia. La resistencia de los sujetos a la influencia minoritaria, que se traduce en efectos de conversión, es tan grande que los sujetos sufren un fuerte conflicto interno determinado por la negativa a identificarse con la fuente de influencia. La manera de resolver este conflicto pasa por una modificación de las respuestas latentes, sin que lo sepa el sujeto. Por consiguiente, si fuera posible reducir la intensidad de este conflicto, reduciendo por ejemplo la resistencia a la respuesta alternativa, entonces podría resolverse a nivel manifiesto, público. Los sujetos se someterían de forma pública a la influencia y harían concesiones inmediatas.

Por esta razón, Moscovici y Doms (1982) introducen en una variante de la experiencia sobre el efecto consecutivo, una situación de privación senso-

rial. Antes que nada precisemos lo que es la privación sensorial. Se trata de una situación de aislamiento sensorial: se inmoviliza al individuo y se reducen sus percepciones visuales y táctiles. Sus percepciones auditivas son transformadas mediante aislamiento acústico, incluso emitiendo un ruido blanco. Una privación sensorial que se prolongue algunos días implica trastornos perceptivos, es decir, una modificación de los umbrales perceptivos y cognitivos, es decir, dificultades de aprendizaje y afectivas, que hacen más vulnerable al individuo. En casos extremos se observa una ansiedad, una angustia, una irritabilidad y una disociación de la personalidad que llegan hasta la psicosis, y que son reabsorbidas difícilmente al cesar la privación sensorial. El aislamiento sensorial puede permitir una manipulación más eficaz de los individuos. En Irlanda del Norte, por ejemplo, en la prisión de Grumlin Road, los detenidos son colocados en situación de preinterrogatorio: de pie, inmóviles, con un capirote sobre la cabeza, en estado de dieta y sometidos a un ruido constante de 85 decibelios, equivalente al ruido que produce una aspiradora ruidosa. Resulta comprensible que, tras diez horas de semejante tratamiento, pasen a las «confesiones» sin poner resistencia.

Las investigaciones sobre la privación sensorial sugieren que los sujetos privados del oído y/o la vista reaccionan, ante las tentativas de influencia, de manera análoga a la de los sujetos hipnotizados. Al igual que la sugestión hipnótica, el aislamiento sensorial implica una eliminación de las resistencias. El concepto de sugestión hipnótica describe una serie de fenómenos caracterizados por que la conducta de una persona es determinada completamente por las órdenes recibidas de otra persona. Toda sesión de hipnosis comporta dos aspectos: uno de relación afectiva y otro de manipulación física. El primero consiste en una relación de confianza absoluta, de sumisión del hipnotizado al hipnotizador. Por su parte, la manipulación se traduce en una limitación de la mirada, de las sensaciones a un número muy reducido de estímulos. Una privación sensorial restringe el contacto con el mundo exterior y tiene por consecuencia hacer que el sujeto caiga en un estado hipnoide de sueño despierto. El hipnotizado ve su campo de sensaciones e ideas limitado por el hipnotizador. Obedece ciegamente las órdenes que recibe, sin tener la menor conciencia de lo que dice o hace.

La experiencia de Moscovici y Doms (1982) se desarrolla exactamente como la experiencia de Moscovici y Personnaz (1981), con una sola diferencia: incluye una situación de privación sensorial. Tras la primera fase de respuestas privadas y la comunicación de los porcentajes ficticios de respuestas, que establece la diferencia de la pareja experimental en mayoritaria y minoritaria, se coloca a los sujetos durante cuarenta minutos en una oscuridad completa a fin «de eliminar las posibles influencias de las primeras percepciones de colores», como les explica la experimentadora.

Debido a su complejidad, hubo que hacer un análisis muy fino de los resultados. Primero, a nivel de influencia manifiesta se observan efectos muy

acentuados en las condiciones experimentales, independientemente de que la fuente de influencia sea mayoritaria o minoritaria (véase figura 1).

Se trata de un efecto de complacencia, debido a la disminución de la resistencia de los sujetos a una influencia manifiesta. En efecto, en las condiciones de control, donde no hay influencia pública, no se nota efecto alguno: ni la menor respuesta verde en todas las fases. Se observa una mayor influencia manifiesta si las resistencias de los individuos son eliminadas por la privación sensorial que en la experiencia de Moscovici y Personnaz.

Por el contrario, a nivel latente y según las predicciones, la influencia es más débil que en la experiencia de Moscovici y Personnaz. El fenómeno de conversión es anulado por la manifestación de una influencia explícita. Al refinar el análisis de los datos, los autores ponen de manifiesto, no obstante, diferencias interesantes entre los sujetos que son influenciados públicamente por la fuente minoritaria y aquellos que se resisten a ella.

Efectivamente, los sujetos que son influenciados no modifican su percepción de la imagen consecutiva y continúan percibiendo el color complementario del azul. Por el contrario, los sujetos que no son influenciados perciben el color de la imagen consecutiva más próximo del complementario del verde.

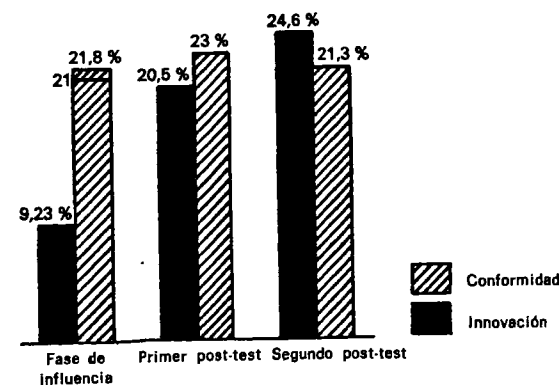


FIG. 1. — Evaluación del color de la diapositiva.  
(Porcentajes de respuestas verdes)

Si la fuente de influencia es mayoritaria, los efectos son menos acusados. Sin embargo, se nota la tendencia siguiente: los sujetos que rechazan la influencia manifiesta y mantienen la evaluación azul perciben la imagen consecutiva más próxima al complementario del azul puro, mientras que la diapositiva proyectada corresponde más bien al azul turquesa. Esta reacción co-



responde a una verdadera contra-influencia por parte de sujetos que rechazan todo comportamiento de complacencia.

De esta forma, son la intensidad y la naturaleza del conflicto los que determinan en primer lugar los niveles en que el conflicto es resuelto. Esta experiencia pone en juego la acentuación de la influencia manifiesta y la inhibición de la influencia latente en presencia de una fuente minoritaria. La privación sensorial ha cumplido perfectamente su misión: ha eliminado las barreras que impedían el ejercicio de una influencia minoritaria abierta, al atenuar el conflicto relacionado con la negativa a identificarse con la minoría. La hipótesis según la cual el conflicto determina el nivel de influencia encuentra en esto una nueva confirmación. «El proceso de resolución del conflicto se sitúa a un nivel particular. Si el conflicto se resuelve a nivel de respuesta directa, no habrá cambio posterior a nivel de respuesta latente, ni en la condición de conformidad ni en la de innovación. Sin embargo, si el conflicto se resuelve a nivel de respuesta pública, entonces, en función de la posición de la fuente, los sujetos tenderán ya sea a aproximarse o bien a distanciarse de ella a un nivel de respuesta más latente» (Moscovici y Doms, 1982, pág. 92).

### c. Proximidad de la minoría

Los individuos o los grupos resistirán en mayor grado la influencia minoritaria directa en la medida en que se perciban próximos a ella. Perciben mejor su predisposición para ser influidos y son más reticentes a una asimilación explícita a la minoría. Mientras más próxima esté la minoría, mayor será la energía necesaria para diferenciarse de ella y más hay que odiarla para luchar contra el riesgo de ser confundido con ella. La censura que se opera en la influencia directa podrá entonces desembocar en la manifestación de una influencia indirecta.

Una experiencia de Aebischer, Hewstone y Henderson (1983) pone de manifiesto este mecanismo. Esta experiencia trata sobre la transformación de los gustos musicales de los adolescentes. Entre las músicas «de moda», los autores seleccionan tres formas de expresión musical: el *hard-rock*, la música *new wave* y la música *contemporary*. En su gran mayoría, los jóvenes prefieren el *hard-rock*. A pesar de este gusto casi exclusivo, algunos de ellos son más bien permeables a la música *new wave* y a la música *contemporary*, que están bastante próximas entre sí por su sonoridad y su armonía.

El objetivo de la experiencia consiste en someter a los adolescentes a una influencia a fin de modificar sus preferencias musicales, es decir, hacerlos menos favorables al *hard-rock* y más favorables a la música *new wave*. Además de que resistan o no a la influencia, es necesario dotarse de los medios de detectar si se produce un efecto de conversión, o un efecto de conformidad simulada, dependiendo de que la tentativa de influencia provenga de una

mayoría o de una minoría. La comparación entre las influencias directa y latente se hará evaluando las preferencias por la música *contemporary*, próxima a la música *new wave*, sobre la que trata de forma explícita la influencia.

A lo largo de toda la experiencia, los sujetos escuchan trozos de música de dos en dos y deben indicar su preferencia por uno u otro de ellos. Uno de los dos trozos siempre es un trozo de *hard-rock*, el otro puede ser, dependiendo de la fase de la experiencia, ya sea un trozo de música *new wave* o bien un trozo de música *contemporary*.

La experiencia se desarrolla en tres fases:

*Primera fase.* — Es la fase del test previo. Los sujetos escuchan extractos de música y efectúan doce comparaciones por pares: seis de *hard-rock-new wave* y seis de *hard-rock-contemporary*. Si en la primera serie de comparaciones, los sujetos expresan una sola preferencia por la música *new wave*, se les califica de «permeables». Si expresan un mayor número, se les elimina de la experiencia. Si no expresan ninguna, se les califica de «impermeables».

*Segunda fase.* — Es la fase de influencia. Los sujetos efectúan seis comparaciones por pares de músicas *hard-rock* y *new wave*. Señalemos que los sujetos son alumnos de enseñanza media. Ahora bien, durante esta fase, en cada comparación de extractos de música y antes que respondan se les transmite una información ficticia sobre las preferencias de los otros sujetos. Se les dice que se ha realizado una encuesta sobre las preferencias musicales de alumnos de enseñanza media, como ellos (fuente mayoritaria) o de los alumnos de formación profesional (fuente minoritaria). Los alumnos de LEP (Liceo de Formación Profesional) tienen un status inferior al de los alumnos de CES (Colegio de enseñanza secundaria). Estar en un LEP es un signo de fracaso, constituyendo así una especie de minoría social. La información transmitida a los sujetos es la siguiente: se les indica que el trozo de música *new wave* fue preferido por el 80 % ya sea de alumnos de CES o bien de alumnos de LEP. Además, si la influencia es «fuerte», el conjunto de los seis extractos *new wave* ha sido pretendidamente preferido. Si la influencia es «débil», los extractos *new wave* son preferidos en tres de seis casos.

*Tercera fase.* — Es la fase de influencia indirecta. Los sujetos efectúan seis comparaciones por pares de música *hard-rock-contemporary*.

Globalmente, los sujetos «permeables» son menos sensibles a la influencia directa que los sujetos «impermeables» (véase tabla IV).

Sin duda, los primeros se protegen más contra lo que perciben como una voluntad de influencia, donde los segundos perciben sobre todo la atracción de una nueva opinión. Además, la consistencia, es decir, la influencia fuerte, parece globalmente más eficaz a la hora de ejercer una influencia directa. Y lo será tanto más si la influencia es minoritaria. La resistencia de los sujetos «permeables» queda confirmada en vista de los resultados sobre la influencia indirecta. Es sobre este tipo de sujetos que la influencia indirecta resulta



TABLA IV. — *Influencia directa (expresada en porcentajes de respuestas influenciadas)*

Fuente	Sujetos permeables		Sujetos impermeables	
	Influencia fuerte	Influencia débil	Influencia fuerte	Influencia débil
Mayoritaria	8,73	9,52	15,08	12,70
Minoritaria	13,49	9,52	16,67	9,52

más profunda. Por último, la minoría ejerce una mayor influencia indirecta que la mayoría (véase tabla V).

Estos resultados denotan una resistencia de parte de los sujetos próximos a la minoría y que se niegan a ser comparados con ella. El peligro y el conflicto no son nunca más grandes que cuando los individuos o los grupos de los que uno desea diferenciarse se aproximan demasiado. Es entonces cuan-

TABLA V. — *Influencia indirecta (expresada en porcentajes de respuestas influenciadas)*

Fuente	Sujetos permeables		Sujetos impermeables	
	Influencia fuerte	Influencia débil	Influencia fuerte	Influencia débil
Mayoritaria	0,79	5,55	0	0,79
Minoritaria	3,17	8,73	4,76	1,59

do la energía de diferenciación alcanza su mayor grado, echando mano de todos sus recursos y apoyándose en los menores índices a fin de reforzar sus barreras contra el acceso de la minoría, contra el acceso a la minoría. Por ejemplo, si el racismo del «pequeño hombre blanco» es virulento, esto se debe a que está muy próximo del hombre negro tanto social como económica y ecológicamente.

#### d. La influencia de efecto retardado

La influencia minoritaria no siempre es una influencia claramente manifiesta y tampoco siempre es inmediata. Cada uno de nosotros, en sus vivencias diarias, podría encontrar ejemplos del siguiente mecanismo psicológico: en algunas ocasiones rechazamos de forma consciente e incluso con fuerza una opinión, un comportamiento o una información que, no obstante, nos impregnan subrepticamente hasta que llega el momento en que las aceptamos de manera tan perfecta que ya no podemos percibir que provienen del exterior. A. Jacquard nos da un ejemplo de este comportamiento. «Una mañana, tras haber formulado interiormente y sin causa aparente una idea realmente muy fina y que me pareció particularmente original, me sentí "muy inteligente". Esa misma tarde, al final de una reunión de trabajo, no pude resistir el placer de enunciar esta nueva verdad primera ante algunos compañeros de trabajo; en lugar de los esperados cumplidos, uno de ellos respondió con un sonrisa de mofa: "¿No encuentras interesante esta idea?" "Por supuesto, pero figura integralmente en mi tesis." Un año y medio antes, yo había formado parte de su jurado. Así que saqué inmediatamente su tesis de mi biblioteca y rápidamente encontramos el pasaje que expresaba casi palabra a palabra "mi idea". Al margen yo había anotado "no, falso" (página 88).»

Aquí tenemos un muy buen ejemplo de lo que se denomina «criptomnesia», modalidad de funcionamiento cuyas formas extremas han podido ser observadas por los psicopatólogos entre ciertos enfermos mentales. Este estado se reconoce por el hecho de que una persona olvida el origen de una idea, aunque recordando su contenido. La persona considera que la idea ha nacido de su propio cerebro, una idea que le ha sido sugerida por otra persona. En pocas palabras, se trata de un plagio involuntario. En el caso relatado por Jacquard se trata de una criptomnesia individual. Pero podemos imaginar, por analogía, la existencia de un fenómeno de criptomnesia social. Supongamos que un individuo o un grupo intenta convencer a un amplio público de que tome una actitud positiva o negativa hacia una determinada cuestión: la contaminación, el aborto, etc. Supongamos también que tras dos semanas o dos meses, se pregunta a los miembros de ese público quién ha intentado convencerles, lo que éste dijo y cuál es su actitud actual. Si la actitud de algunos de ellos se aproxima a la del individuo o del grupo que ha intentado convencerlos y si, al mismo tiempo, han olvidado la identidad del grupo o del individuo, y/o lo que éste dijo, entonces nos encontraremos ante el fenómeno antes mencionado.

Este mecanismo resulta frecuente. Numerosas investigaciones sobre el cambio de actitud lo han puesto de manifiesto y los investigadores norte-

americanos se han interesado considerablemente por un efecto análogo que han denominado figurativamente *sleeper effect*. En un principio se produce un rechazo de la fuente (individuo, grupo, medio...) del que proviene el mensaje (opinión, comportamiento, información...). El emisor parece poco creíble o, por cualquier razón, no se tienen ningunas ganas de creerle. Luego pasa el tiempo y al pasar se opera una disociación entre el mensaje y su emisor: el mensaje es registrado, pero se olvida de quién proviene. Al aceptarlo ya no se percibe el riesgo de ser asimilado a su fuente. Se conserva el bebé y se arroja el agua de la bañera.

También podemos relacionar este efecto con la difusión de una innovación minoritaria. Ya hemos visto que la influencia minoritaria encuentra obstáculos, resistencias, algunos de los cuales están relacionados con la negativa a identificarse con la minoría. Esta influencia raramente se expresa con claridad y rapidez. Una experiencia de Moscovici, Mugny y Papastamou va en busca de una influencia minoritaria de efecto retardado.

En una primera fase, los sujetos llenan una escala de actitud sobre los problemas de la contaminación. Los ítems de esta escala son del siguiente tipo: «Las amas de casa son objeto de graves acusaciones, ya que utilizan sin consideración los productos de limpieza y otros detergentes de lo más contaminantes» o bien «Los supermercados y los fabricantes de productos químicos se dedican conjuntamente a desnaturalizar los productos naturales». De esta manera atribuyen la responsabilidad de la contaminación ya sea a *categorías sociales* (mujeres, automovilistas, campesinos) o bien a *grupos industriales*. Los sujetos evalúan cada ítem sobre una escala de siete puntos que va de «aceptable» a «inaceptable». La distinción entre categorías sociales y grupos industriales se apoya en el hecho de que el discurso conservador y dominante considera que el egoísmo y la inconsciencia individual son las fuentes de la contaminación, mientras que un discurso minoritario e innovador enuncia que son los grupos industriales los que más contaminan y los que más amenazan los equilibrios naturales al sacrificar el bienestar y la salud de todos ante la búsqueda de beneficios. En cuanto a ellos, los sujetos de la experiencia carecen, al principio, de opiniones definitivas: atribuyen la responsabilidad de la contaminación tanto al egoísmo individual como al afán de beneficio de los industriales.

Una semana más tarde tiene lugar la segunda fase, la fase de influencia. Con el fin de influenciar a los sujetos se les transmiten las respuestas de otros grupos. La fuente de influencia es, desde luego, ficticia: ya sea una comisión gubernamental (*fuentes mayoritaria*) o bien un grupo ecologista marginal (*fuentes minoritaria*). Se supone que han respondido a la misma escala de actitud que los sujetos, y los experimentadores transmiten a éstos «sus respuestas». En todos los casos, estas respuestas son extremas, sin matices: la fuente mayoritaria atribuye la responsabilidad de la contaminación a las categorías sociales, la fuente minoritaria a los grupos industriales. La transmi-

sión de estas respuestas debe aparecer claramente como una coacción, una presión explícita a la influencia e implicar, por consiguiente, una reacción de los sujetos contra esta presión. Recordemos que, en el *sleeper effect*, la influencia es rechazada en un principio. Es por ello que los experimentadores hacen que los sujetos vuelvan a llenar la escala de actitud hacia la contaminación con cuestionarios en los que figuran las respuestas ya sea de la comisión gubernamental o bien del grupo ecologista marginal.

También se comunica a los sujetos un texto «redactado» por la fuente de influencia mayoritaria o minoritaria. Este texto enuncia cierto número de medidas que hay que tomar para limitar la contaminación. Estas medidas van en contra ya sea de las categorías sociales o bien de los grupos industriales. Son ya sea *rígidas*, basadas en una severa represión, o bien *flexibles*, basadas en la motivación, la información y la persuasión.

La experiencia incluye dos fases semejantes de post-test. Los sujetos llenan una vez más una escala de actitud hacia la contaminación, justo después de finalizar la fase de influencia y tres semanas más tarde. Precisemos que esta escala de actitud incluye ítems D, *directamente* relacionados con el discurso de la fuente de influencia, e ítems ND, *no directos*, es decir, que tratan sobre los mismos problemas que los abordados en el primer cuestionario y en el texto, pero en términos diferentes.

Mediante la lectura de la figura 2 podemos constatar efectos de influencia bastante fuertes durante la fase experimental. La transmisión a los sujetos de las respuestas de la fuente de influencia ejerció una coacción que se traduce en un comportamiento de complacencia tanto en la condición de influencia mayoritaria, como en la condición de influencia minoritaria. Esta presión es aún más real que en el primer post-test, donde la influencia resulta débil en todas las condiciones experimentales y aún más débil en los ítems indirectos (ND) que en los ítems directos (D). En los ítems indirectos (ND) se nota incluso una ligera contra-influencia para la fuente mayoritaria. Los sujetos reaccionaron negativamente a una influencia demasiado llamativa, por la que se sintieron coaccionados.

Los efectos de la influencia de efecto retardado son particularmente nítidos durante el segundo post-test, en los ítems indirectos (ND). Los resultados son fuertemente contrastados y establecen una clara diferencia entre los efectos de conversión minoritaria y los efectos de conformidad simulada mayoritaria. Asimismo aparece una nítida contra-influencia en la fuente mayoritaria y una influencia positiva en la fuente minoritaria rígida. Este último efecto puede ser atribuido al conflicto y a la oposición explícitos provocados por la confrontación con una fuente de influencia minoritaria y rígida.

Tras el intervalo temporal que separa la fase de influencia del segundo post-test, los sujetos conservan en la memoria el hecho de que la fuente de influencia era minoritaria. Por el contrario, si la fuente de influencia era mayoritaria, no se acuerdan tan bien de sus características. Recuerdan me-

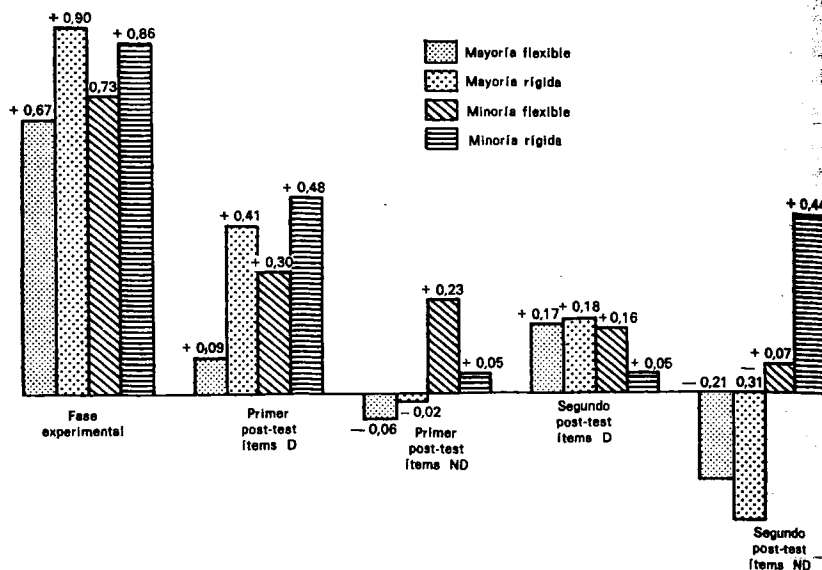


FIG. 2. — Promedio de los cambios de opiniones  
(Sobre una escala de 7 puntos, un signo positivo indica una influencia positiva)

por la información que les ha sorprendido. Lo que borra el tiempo, por el contrario, es el conflicto provocado por la brutal y coercitiva confrontación con una minoría rígida. Resulta evidente que el sujeto se niega de forma consciente a identificarse con la fuente minoritaria rígida, según los autores, por dos razones. «Primero, existe un desacuerdo ideológico entre los sujetos y la fuente: ya hemos visto en esta experiencia cómo los sujetos habían adoptado la ideología dominante acerca de la contaminación, al acusar igualmente al egoísmo individual, a lo que la minoría se opone de forma radical. Por otra parte, el reconocimiento de la naturaleza minoritaria de la fuente provocaría mecanismos de estigmatización en los sujetos, lo que implicaría connotaciones negativas de la minoría» (Moscovici, Mugny y Papastamou, 1982, pág. 217). Apenas pasado el peligro de una identificación demasiado brutal, los sujetos son tanto más influenciados en la medida que el mensaje sea claro e intransigente.

## E. Epílogo

Tanto en el campo de las actitudes, en el de los prejuicios, como en el de la influencia, nos encontramos ante la misma contradicción. Si atribuimos a los individuos una forma de actuar estrictamente racional, nos negamos a constatar el siguiente hecho: existe un desfase entre lo que se dice y lo que se hace, entre lo que se piensa y la actuación. Esta discontinuidad no es percibida por los individuos y, en sus límites, afirman con toda buena fe y conciencia, cosas tan enormes como: «Yo no soy racista, pero no me gustan los...»

Se dice que el infierno está lleno de buenas intenciones. Sin duda está lleno de estas buenas intenciones que nos dispensan de la obligación de actuar y que, a menudo, no nos hacen falta. Interroguemos a los hombres como lo hizo la SOFRES en diciembre de 1982 por encargo de la revista *Femme pratique*. 48 % de ellos se declara favorable a compartir entre partes iguales las tareas domésticas. 38 % estiman que hay que «ayudar un poco». Si no nos contentamos con estas declaraciones de principio y les preguntamos precisamente lo que hicieron «el día de ayer» regresamos de inmediato a un «principio de realidad» muy diferente. 14 % de los hombres «hicieron la cama», 17 % «hicieron la limpieza», y 20 % cocinaron, mientras que entre 80 % y 90 % de las mujeres se dedicaron a esas mismas actividades.

Este desfase se repite con una regularidad constante en todos los campos de la vida social. Lo más sorprendente no es el fenómeno en sí, si no que algunos investigadores de ciencias sociales se sorprendan de él. Resulta evidente que nuestros modelos teóricos deben incluir las ambigüedades, las contradicciones, sin lo cual no serán más que máscaras rígidas fijadas sobre una realidad móvil y gesticulante.

Los resultados de las investigaciones sobre la influencia constituyen un sistema cada vez más coherente y completo. La importancia de la influencia mayoritaria la conocemos desde siempre. Más allá de su pegajosa presencia, había que trazar sus límites. Ahora bien, por una de esas paradojas tan habituales en ciencias sociales, el paroxismo y los límites de la influencia mayoritaria se rozan en los fenómenos de conformidad simulada, en aquellos estados en los que tenemos, nos guste o no, que doblar el espinazo, tragar la culebra, dejando para más tarde la revuelta que, en ocasiones, será tan retrasada que ya nunca llegará. En nuestra sumisión llegaremos también a olvidar tanto nuestra revuelta, como nuestra razón para rebelarnos, al igual que los gestos realizados para endosar el comportamiento forzado nos convencerán de que su fundamento es justo. Y tal vez creemos un mundo cómodo, porque limitaremos sus alborotos, pero será un mundo de resignación, de aspiraciones frustradas, de revueltas abortadas, por nosotros mismos, como quien no quiere la cosa.

Para producir los cambios, los trastornos, la influencia minoritaria viene

como anillo al dedo. Cada vez dominamos mejor su funcionamiento. El acento puesto sobre la exploración de los determinantes, efectos y manifestaciones de la influencia latente, de la conversión, nos han permitido dar respuestas a la investigación teórica y establecer resultados.

Podemos poner de manifiesto los obstáculos que impiden una difusión simple, lineal, de la influencia minoritaria, mientras que la influencia mayoritaria produce con mucha frecuencia efectos que se pueden observar directamente. El problema entonces es el de la exteriorización de la influencia minoritaria: lo que incita a los individuos o a los grupos a trasgredir los códigos sociales caducos, las normas en las que ya no creen, a desafiar los prejuicios de sus grupos sociales. A falta de esta exteriorización, la influencia minoritaria podría limitarse a un efecto de recuperación mayoritaria, acompañado de una negación de la minoría. Nos queda aún por conocer cómo se articulan entre sí los niveles públicos y privados, cuáles son las posibilidades de transmisión de uno a otro, tanto en el marco de la conformidad, como en el de la innovación.

En esta corriente de investigaciones sobre la influencia social, en evolución constante, el progreso fundamental ha consistido en trascender el orden ficticio de las apariencias, la evidencia de los hechos que llevan en sí mismos su significado, para esclarecer los estratos de ese proceso en toda su riqueza, profundidad y complejidad.

## Segunda parte

# INDIVIDUOS Y GRUPOS

POR SHARON S. BREHM

«La vida, ve usted, no es tan buena ni tan mala como se cree» (Guy de MAUPASSANT, *Une vie*).

Lo que Maupassant dice acerca de la vida, que nunca es tan buena ni tan mala como se cree, también podría aplicarse a las relaciones humanas. Nuestras relaciones pueden ser fuente de profunda felicidad o de irredenta desesperación; también pueden engendrar aburrimiento, descontento o inquietud si no se hallan a la altura de nuestras esperanzas. En realidad, ésta podría ser la paradoja de nuestra época: mientras mayor es la esperanza que depositamos en nuestras relaciones íntimas, menor satisfacción nos brindan éstas.

La inquietud va acompañada de curiosidad. Los manuales que pretenden enseñarnos «qué hacer» en el matrimonio, el divorcio, la cohabitación e incluso en el celibato encuentran entre el gran público una importante audiencia que no cesa de aumentar. Los investigadores de las ciencias sociales parecen haber venido a ocupar el lugar de los novelistas al convertir las relaciones amorosas en uno de los principales centros de interés de su disciplina: los sociólogos, los psicólogos clínicos y, más recientemente, los psicosociólogos consagran un creciente número de libros, artículos y coloquios al estudio de las relaciones íntimas. Todos nosotros, sea cual fuere nuestra condición —jóvenes y viejos, conocedores y profanos, solteros, casados, divorciados o viudos— estamos en busca de una mejor comprensión de nuestras relaciones íntimas con los demás. Este capítulo forma parte de dicha búsqueda. Mediante un resumen de los actuales puntos de vista de la psicología social sobre las relaciones íntimas, arroja luz sobre este tema infinitamente complejo.

#### A. El intercambio social: una perspectiva mercantil del amor

En el estudio de las relaciones, la perspectiva psicosocial que ha recibido la mayor aceptación es la del *intercambio social*. Para quienes abordan el

problema de esta manera, nuestra asociación con los demás es determinada por los mismos principios que regulan el mercado económico: recompensas, costes, soluciones de recambio. De hecho, las teorías del intercambio social en las relaciones estipulan que «compramos» la mejor relación que podamos obtener, es decir, la más remuneradora, la menos costosa, aquella que representa el mejor negocio en relación con las otras posibilidades. Así pues, debemos examinar cada uno de estos factores tal como han sido definidos y estudiados.

*Las recompensas.* — Existen numerosas formas de clasificar las recompensas de las que disponemos en nuestras relaciones (Lott y Lott, 1974; Safilios-Rotschild, 1976), pero las tres recompensas principales en nuestras relaciones parecen ser las siguientes:

Las características intrínsecas del compañero (por ejemplo: belleza, inteligencia).

El comportamiento directamente remunerador del compañero (por ejemplo: las relaciones sexuales, los servicios prestados, la atención).

El acceso que otorga el compañero a los recursos extrínsecos deseados (por ejemplo: el dinero, el prestigio, la protección).

Los psicólogos también han subrayado la importancia de las interacciones remuneradoras entre compañeros, y el papel que desempeñan estas interacciones agradables ha sido ampliamente demostrado por las investigaciones realizadas con parejas casadas (por ejemplo, Barret y Nitzel, 1979). Aunque pueda parecer sorprendente, las recompensas no desempeñan un papel tan decisivo como han creído los investigadores en las relaciones. Por ejemplo, mientras que las parejas satisfechas dan muestra de un comportamiento recíproco menos negativo y más positivo que las parejas insatisfechas, todas las parejas casadas se comportan de forma *más* negativa y *menos* positiva en sus relaciones recíprocas que ante personas desconocidas (Bircheler, Weiss y Vincent, 1975). Incluso cuando existen relaciones muy buenas, la cortesía desaparece ante la realidad de las quejas e irritaciones cotidianas.

*Los costes.* — Toda relación implica costes para las personas que intervienen en ella. Conducirse de manera remuneradora hacia su compañero exige tiempo y esfuerzos. Si la relación ha de ser duradera, habrá que tolerar los aspectos desagradables del comportamiento del compañero/a. De hecho, gran número de las investigaciones sobre la interacción en el matrimonio, realizadas en la última década, parecen indicar que los costes son más importantes que las recompensas en una relación (Gottman, Markman y Notarius, 1977; Weiss y Patterson, 1974). En particular, las parejas insatisfechas se caracterizan por mantener interacciones recíprocas negativas, muy especialmente en su comportamiento no verbal; si me miras con enfado, yo haré otro tanto. En sus interacciones recíprocas positivas (si me sonríes, yo haré lo mismo),

las diferencias entre las parejas insatisfechas y las parejas satisfechas son muy débiles o nulas.

*Las soluciones de recambio.* — La renuncia a las recompensas que procura otra relación figura entre los costes de una relación actual (Levinger, 1976). Sin embargo, resulta más típico que los psicólogos estimen que las otras relaciones proporcionan un medio de comparación que permite evaluar la presente relación. En su estudio clásico de la interacción interpersonal, Thibaut y Kelley (1959) definen un «nivel de comparación para las soluciones de recambio». Avanzan la proposición de que, si las personas creen que existen otras relaciones disponibles, más remuneradoras y menos costosas que su relación actual, también existen grandes posibilidades de que abandonen esta última. Por otra parte, a falta de mejores soluciones, las personas se apegarán a su relación presente y tenderán a conservarla, incluso si esta relación no les resulta muy satisfactoria en sí misma.

La asociación entre las otras relaciones disponibles y la dependencia de la relación actual constituye una idea importante, si tomamos en consideración el poder del que disponen los individuos dentro de una relación. La proposición de los investigadores en ciencias sociales consiste en hacer del poder una función inversa de la dependencia, es decir, mientras más dependiente es uno, menor es el poder del que dispone.

— La ley de la explotación personal: en toda relación sentimental, la persona que siente menos afecto puede explotar a la que siente mayor afecto (Ross, 1921, pág. 136).

— El principio del menor interés: la persona que tiene un menor interés en continuar la relación se halla en posición de dictar las condiciones de la asociación (Walter y Hill, 1951, pág. 191).

Una investigación emprendida por Peplau (1979), en la que se interrogaba a parejas jóvenes que salían juntas sobre el poder que disponía cada miembro de la pareja en la relación, confirmó la relación entre las soluciones de recambio, la inversión sentimental y el poder. Aquel que tenía mayor poder declaraba estar menos implicado sentimentalmente, tener un mayor número de soluciones de recambio y poseer mayor seducción física (sin duda porque, de ese modo, podía comprometerse más en otra relación, si así lo deseaba).

Si bien la visión mercantil del amor es la perspectiva teórica predominante en psicología social, esto no significa que no sea objeto de contestación. Rubin (1973) sostenía que, en ciertas ocasiones, se puede observar un «interés altruista por el bienestar de los demás» (pág. 83). Clark y Mills (1979) distinguen entre las relaciones de intercambio en las que las personas reaccionan mutuamente a las deudas y obligaciones del otro, y las relaciones comunitarias en las que las personas reaccionan recíprocamente a las necesidades del otro. Blau (1964) y Kelley (1979), ambos célebres teóricos del inter-

cambio, describen lo que Kelley denomina un «proceso de transformación»: la relación en su conjunto (comprendidos los deseos y necesidades del compañero) se hace al menos tan importante como las necesidades y deseos propios.

Desgraciadamente resulta sumamente difícil demostrar que existe un interés altruista en una relación de interdependencia en la que cada individuo reacciona frente al otro. Es posible que las parejas se hagan más comunitarias debido a que no esperan una reciprocidad inmediata, pero esto no significa que la reciprocidad no sea importante de cierta manera. Es posible que la gente llegue a confiar en «una reciprocidad esperada en una época posterior, no precisa y bajo una forma que la otra persona aún ha de decidir» (Tedachi, 1974, pág. 211). Tenemos más confianza en aquellas personas que amamos que en los desconocidos, pero esto no significa necesariamente que no les exijamos la obligación de pagarnos las acciones remuneradoras que hemos tenido para con ellos. Además, si bien el proceso de transformación parece constituir una etapa decisiva del desarrollo de una relación, este mismo proceso puede basarse en intereses egoístas. Si obtengo placer al observar la felicidad de alguien a quien amo, al actuar de manera que brinde felicidad a esta persona, contribuyo a darme placer a mí mismo.

Habida cuenta de estas complejidades quizá resulte útil cambiar los términos de la discusión. Posiblemente lo que importa no es oponer los intereses altruistas a los intereses egoístas, sino el proceso mediante el cual un individuo se apega a otro individuo. ¿Cómo llegamos a confiar en la gente y a conformarnos con la espera de una reciprocidad no especificada? ¿Cómo es que la felicidad de otra persona puede brindarnos un gran placer? Estos procesos aún pueden parecernos básicamente «egoístas», pero trascienden con claridad la mecánica, más bien simplista, de una visión puramente mercantil del amor.

## B. La inversión, la equidad y la disonancia: la importancia de lo que brindamos a los demás

*Las inversiones.* — Los modelos tradicionales de relaciones basadas en el intercambio social hacen énfasis en lo que nos procuran estas relaciones, en los resultados (recompensas-costes) que nos aportan. Otras formas de abordar las relaciones han otorgado una mayor atención a lo que damos a las relaciones. Por ejemplo, Rusbult (1980) propone que las inversiones en una relación desempeñan un papel tan crucial para su supervivencia como los costes y recompensas reales de dicha relación. Desde esta perspectiva, una inversión está constituida por todo recurso psicológico o material que hayamos invertido en la relación y que se perdería si ésta llegase a su fin. Un ejemplo extremo de inversión serían las sumas de dinero gastadas en el compañero; un

ejemplo más sutil, pero sumamente significativo desde un punto de vista psicológico, sería el amor y los cuidados que se le han brindado durante la relación. Rusbult (1980) aporta algunas pruebas de que un aumento de las inversiones va asociado a un mayor compromiso en la relación. No obstante habría que subrayar que la idea de que las inversiones se «pierden» al terminar la relación, depende en gran parte de la concepción que se tenga de la finalidad con la que se consienten estas inversiones. Si se da a fin de tener ascendiente sobre la otra persona, entonces las inversiones se pierden en caso de que el compañero nos abandone. Por otra parte, si damos porque sentimos placer al hacerlo y consideramos que la relación constituye un elemento de nuestro propio crecimiento, podemos hacer inversiones de forma sensata o loca, pero dichas inversiones nunca se «pierden».

*La teoría de la disonancia.* — La teoría de la disonancia es otra manera de abordar este problema, basada en la importancia de lo que damos a los otros. Según esta teoría (Festinger, 1957; Wicklund y J. Brehm, 1976), la disonancia es engendrada por los aspectos indeseables de una cosa cualquiera que hemos elegido hacer de forma voluntaria y se plantea que el estado de disonancia constituye un estado de impulsión desagradable que los individuos intentan reducir por diversos motivos. Así, si continuamos saliendo con personas a pesar, por ejemplo, del gran esfuerzo que nos significa estar con ellas, o a pesar de la irritación que sentimos si se dejan llevar por algunas de sus costumbres personales que (nos) resultan más enojosas, debería producirse una disonancia. Una de las maneras de reducir la disonancia consiste en convencernos de que la meta por la que hemos sufrido vale la pena, que resulta sumamente atrayente y deseable. De esta manera, los aspectos negativos de una relación deberían fortalecer esta relación hasta llegar a un punto en que estos aspectos negativos nos resultan tan desagradables que preferimos romper la relación.

Cohen (véase el informe aparecido en J. Brehm y Cohen, 1962) realizó investigaciones para verificar esta previsión. Antes de las vacaciones de Navidad interrogó a varios estudiantes que pretendían prometerse en matrimonio durante dichas vacaciones. Basándose en las informaciones recogidas sobre aquellos aspectos de sus relaciones que les resultarían más difíciles de modificar (por ejemplo, las diferencias de religión entre ambas familias), Cohen calculó un repertorio de puntos conflictivos. Luego interrogó a los mismos estudiantes a su regreso de vacaciones. Si tomamos en consideración los estudiantes que realmente se prometieron en matrimonio, encontramos que, mientras más elevada era su nota en el repertorio de conflictos antes del compromiso, más aumentaba el amor que decían sentir por su compañero/a después del compromiso. Por supuesto, este resultado es inverso al que habrían previsto los modelos de relaciones basados en el intercambio social. Sin embargo, como ya hemos anotado, los procesos de intercambio social tra-



zan un límite para estos procesos de disonancia. Si la relación es muy desagradable y llena de conflictos, llegará a su fin. Únicamente si no se ha llegado a este límite y la persona conserva la relación, tiene lugar una reducción de la disonancia. En pocas palabras, la teoría de la disonancia está de acuerdo con el siguiente axioma: «Los hombres no se apegan a nosotros debido a los servicios que les prestamos, sino debido a los servicios que ellos nos prestan» (Laviche y Martin).

*La teoría de la equidad.* — A manera de ejemplo final de las teorías de la psicología social sobre la conservación de las relaciones, consideraremos la teoría de la equidad (Walster, Walster y Berscheid, 1978). La teoría de la equidad representa, de varias formas, un marco útil para aplicar a las relaciones e incluso un marco que desempeña un papel único: se centra simultáneamente en lo que recibimos y en lo que damos, centrándose asimismo sobre ambos miembros de la pareja. En lo esencial, la teoría de la equidad enuncia que llevamos a cabo una especie de grosera aritmética en nuestras relaciones. Introducimos en la ecuación tanto lo que aportamos a la relación, como lo que obtenemos de ella, calculando igualmente esta relación para nuestro compañero/a. De este modo, una relación equitativa formulada matemáticamente quedaría más o menos así:

$$\frac{\text{mis devengos}}{\text{mis inversiones}} = \frac{\text{los devengos de mi compañero/a}}{\text{las inversiones de mi compañero/a}}$$

Así sería posible que existieran grandes diferencias individuales y, no obstante, conservar la equidad en una relación entre individuos. Por ejemplo, si yo apporto poca cosa dentro de una relación (poco tiempo, poco esfuerzo, pocas emociones) y obtengo también poca cosa de ella, no obstante podría mantener una relación equitativa con una persona que aportara muchas cosas en la relación y sacara mucho de ella.

Pero no cabe duda de que no todas las relaciones son equitativas. En ocasiones sentimos que una relación nos aporta un excedente de beneficio (por ejemplo, en el ejemplo anterior supongamos que esta relación me aporta muchas cosas, pero yo invierto poca cosa por mi parte, mientras que mi compañero/a seguiría obteniendo grandes beneficios, pero únicamente a cambio de grandes sacrificios); a veces sentimos que nuestro beneficio es insuficiente (éste sería el caso de mi compañero/a si yo obtuviera un excedente de beneficio). La teoría de la equidad afirma que los excedentes de beneficios y las carencias de beneficios son desagradables por igual y que las personas intentarán restablecer la equidad; una equidad real en función de las aportaciones y retribuciones, o bien una equidad psicológica en la que se considera que el miembro de la pareja que obtiene un excedente de beneficios se lo merece.

Si no es posible restablecer la equidad, podemos predecir que las personas tendrán razones para poner fin a su relación.

Las investigaciones emprendidas a partir de las hipótesis derivadas de la teoría de la equidad han aportado un gran número de evidencias en favor de dicha teoría. A continuación enumeramos los principales resultados obtenidos en los estudios del proceso de equidad en las relaciones íntimas:

1 / En las relaciones equitativas, las personas afirman que están más satisfechas y son más felices que aquellas personas que sienten la falta de equidad. Las personas que obtienen de una relación un excedente de beneficios se declaran disgustadas; aquellas que obtienen un beneficio insuficiente se declaran culpables (Walster, Walster y Traupmann, 1978).

2 / Si los miembros de una pareja que salen juntos dicen que su relación es equitativa, existen mayores probabilidades de que indiquen que sostienen relaciones sexuales entre ellos y que digan que estas relaciones les brindan un beneficio mutuo y nacen de un deseo mutuo (Walster *et al.*, 1978).

3 / Las personas comprometidas en relaciones equitativas tienen relaciones más duraderas en el tiempo. Las personas que sostienen relaciones equitativas y las que creen obtener un excedente de beneficio son más optimistas sobre el futuro de su relación (Walster *et al.*, 1978).

4 / Las personas casadas que dicen que su relación es equitativa y las que sienten que obtienen de ella un excedente de beneficios indican, al tener una relación extra-matrimonial, que ya han estado casadas desde hace más tiempo y tienen menos relaciones extra-matrimoniales que las personas casadas que tienen la impresión de obtener menores beneficios de su relación (Walster, Traupman y Walster, 1978).

5 / Los hombres casados desde hace poco tiempo que tienen la impresión de no obtener suficientes beneficios también son los que más probabilidades tienen de indicar que consideran una separación y pedir el divorcio. Por lo que respecta a las mujeres casadas desde hace poco tiempo, por el contrario, no existe relación entre la percepción de la equidad de la relación y el proyecto de separarse, y aquellas que estiman obtener un excedente de beneficios son las que más probabilidades tienen de considerar un divorcio (Hatfield, Utne y Traupman, 1979).

Por útil que haya resultado la teoría de la equidad para ayudarnos a considerar la satisfacción que la gente obtiene de sus relaciones, la teoría y la investigación a la que han dado lugar presentan, no obstante, aspectos que merecen ser discutidos. Primero, uno se pregunta si los individuos realmente llevan a cabo ese género de cálculos sobre sus relaciones y, en caso de que así fuera, en qué momento lo hacen. Los teóricos de la equidad declaran que la percepción de la falta de equidad debería conducir a la insatisfacción, pero también es posible que sea la insatisfacción la que nos conduzca a exa-

minar la relación a fin de ver si ésta es equitativa (Huston y Burgess, 1979).

Una segunda observación pone en duda la opinión teórica según la cual el excedente de beneficios y la falta de éstos son semejantes en varios aspectos. Según los resultados de las investigaciones que hemos descrito brevemente con anterioridad, parece que las personas que obtienen un excedente de beneficios de una relación y aquellas que resienten una falta de beneficios reaccionan en ocasiones de forma sumamente diferente. De esta forma, cuando la equidad resulta importante sin lugar a dudas, el género particular de ausencia de equidad del que se sufre puede igualmente resultar significativo.

### C. Pero, ¿qué es esa cosa llamada amor?

Hasta aquí nos hemos preocupado de los factores que contribuyen a producir una relación íntima duradera: las recompensas, los costes, las soluciones de recambio aportadas por otras relaciones, las inversiones, la reducción de la disonancia, la equidad. Dichos factores pueden tener una gran importancia para ayudarnos a determinar lo que sentimos respecto a una relación y si vamos a continuarla. Pero no nos dicen nada o casi nada de la vivencia del amor romántico. Todos los factores que hemos examinado servirían para explicar la longevidad tanto de una amistad como de una relación amorosa.

Sin embargo, todos creemos que existe algo particular en una relación de amor, algo que difiere de los placeres más tranquilos de la amistad.

«Por fin iba a poseer esas alegrías del amor, esa fiebre de felicidad que tanto había ansiado. Ahora entraba en algo maravilloso, donde todo sería pasión, éxtasis, delirio; una inmensidad azulosa la rodeaba, las cumbres del sentimiento destellaban bajo su pensamiento, la existencia ordinaria tan sólo aparecía a lo lejos, hundida en la sombra, entre los intervalos de esas alturas» (Gustave Flaubert, *Madame Bovary*). Nadie, ni siquiera Emma Bovary nutrida con novelas románticas y ceremonias religiosas, siente semejantes impresiones tras un paseo por el campo en compañía de un amigo.

Los psicólogos han acosado el misterio del amor-pasión principalmente en función de la estimulación. Es decir que, habiendo el mismo nivel de atracción por alguien, la persona que se halla en un estado exaltado de estimulación fisiológica tiene mayores probabilidades de experimentar sentimientos apasionados hacia esta persona que alguien que no se encuentra estimulado. Una especie evidente de estimulación fisiológica que podría contribuir a este proceso es la estimulación sexual. De acuerdo con este razonamiento, Stephan, Berscheid y Walster (1971) encontraron que los sujetos de su experiencia, a quienes se había hecho leer obras sexualmente estimulantes, percibieron a una mujer con quien esperaban tener una cita como más seductora que los sujetos que no leyeron obras estimulantes.

Pero, ¿qué hay de los otros tipos de estimulación? ¿Qué sucede si tene-

mos miedo, si estamos afligidos o si desbordamos de alegría porque hemos pasado un examen? ¿Tenemos probabilidades de enamorarnos? Una reciente investigación de White, Fishbein y Rutstein (1981) deja entender que esto sería así si, desde el principio, nos sentimos atraídos por la otra persona. A lo largo de dos experiencias, White *et al.*, descubrieron que la estimulación acrecienta la atracción inicial. Los sujetos estimulados (se les hacía correr sin moverse de sitio, se les había hecho escuchar un sangriento relato de un asesinato o bien habían escuchado una comedia llena de humor) tenían mayores probabilidades de ser atraídos por una persona atractiva. Sin embargo, estos sujetos estimulados tenían menores probabilidades (que los sujetos que habían pasado por experiencias previas no estimulantes) de ser atraídos por una persona desprovista de atractivos.

No obstante, parece improbable que la estimulación fisiológica sea el único ingrediente suplementario que distingue al amor-pasión de la amistad. Basándose en la teoría de los dos factores de la emoción de Schachter (1964), Walster y Walster (1978) propusieron un análisis más fino de esta distinción. Estos autores avanzan la idea de que el amor-pasión nace de la combinación de la estimulación fisiológica e indicaciones cognitivas. Según este punto de vista, tenemos mayores probabilidades de enamorarnos si estamos estimulados y si decimos que este estímulo es el amor. La propia etiqueta está determinada por la manera como interpretemos nuestro entorno inmediato. Así, imaginemos, por ejemplo, un hombre que ha perdido el metro y ha tenido que correr varias manzanas de casas para llegar a tiempo a una cita. Cuando llega a ella, se encuentra con una seductora mujer, cenan a la luz de las velas y escuchan música romántica. Walster y Walster avanzan la idea de que este hombre podría llegar a creer que está enamorado de la persona con la que ha cenado. Existen mayores probabilidades de que se enamore de ella que si hubiera cogido el metro y hubiese llegado tranquilo y sin estímulo, y también hay más probabilidades que si la cita hubiese tenido lugar en una cafetería funcional.

Pero regresando un instante a Emma Bovary, hay que señalar que este informe psicopsicológico del desarrollo del amor-pasión no está desprovisto de relación con el que nos da Flaubert en su admirable novela. Emma está estimulada —por el deseo sexual, por su esperanza de tener experiencias trascendentes, por la insatisfacción que le impone la aburrida vida provinciana—, pero tiene necesidad de un marco apropiado para sentir «pasión, éxtasis, delirio». La tragedia de su vida es que Charles, hombre de bien, pero desprovisto de brillo, no pueda proporcionarle ese marco y que las relaciones adúlteras puedan hacerlo y lo hagan efectivamente.

*Las diferencias entre los sexos en el amor y lo novelesco.* — Puesto que un gran número de los grandes amantes apasionados de la literatura son mujeres (por ejemplo, Emma Bovary, Anna Karenina y Mme. de Renal), podría-

mos sentirnos tentados a concluir que el romanticismo es un rasgo sobre todo femenino. Semejante conclusión, no obstante, distorsionaría considerablemente la gran literatura mundial (Heathcliff, después de todo, era un hombre) y las pruebas dadas por la investigación psicológica. De hecho resulta que, si bien existen diferencias considerables entre los hombres y las mujeres en lo que se refiere a sus tendencias románticas, estas diferencias son mucho más complicadas que el hecho de decir que uno de los sexos es más romántico que el otro. Examinemos pues algunas de las diferencias que se han encontrado entre los sexos.

1 / Al preguntarles si estaban de acuerdo o en desacuerdo con enunciados como «Estar verdaderamente enamorado es estar enamorado para siempre» y «Los enamorados deberían confesarse libre y mutuamente todo lo que tenga una importancia personal», generalmente se vio que los hombres eran más «románticos» que las mujeres (Hobart, 1958; Kephart, 1967).

2 / Al preguntarles con qué facilidad se sentían atraídos por el sexo opuesto (Kephart, 1967) o lo que sentían hacia un compañero al que acababan de conocer y con quien podían haber hecho una cita (Combs y Kendel, 1966), los hombres respondieron que se sentían más atraídos y que estaban más satisfechos que las mujeres.

3 / Interrogadas sobre su experiencia romántica anterior, las mujeres declararon haber estado enamoradas más a menudo que los hombres (Kephart, 1967).

4 / Cuando se les preguntaba lo que sentían cuando estaban enamoradas, las mujeres respondieron que tenían sensaciones de amor más intensas (por ejemplo, la necesidad de correr, de saltar, de gritar; dificultades de concentración) que los hombres (Kanin, Davidson y Scheck, 1970).

5 / Cuando se les preguntó lo que sentían por su actual compañero, las mujeres realizaban un juicio más favorable sobre éste que los hombres sobre su compañera. Esta diferencia resultaba aún más pronunciada entre los hombres y las mujeres que decían estar muy enamorados (Kanin *et al.*, 1970).

Estos resultados pueden parecer contradictorios. Parece que los hombres tienen un ideal más romántico y también que les resulta más fácil sentirse atraídos por alguien. Por otra parte, las mujeres dicen enamorarse con mayor frecuencia e intensidad; también parece que idealizan a su compañero en mayor medida que los hombres. Desde otra perspectiva, estos resultados componen, no obstante, un cuadro de una coherencia razonable en el que las mujeres resultan más prudentes al principio, pero comprometidas de manera más intensa posteriormente. Kanin *et al.* sugieren que este modelo es idéntico al que cabría esperar de parte de las personas que se acercan a una meta de gran importancia y dicen que los datos disponibles están de acuerdo con la idea de que las relaciones son «un campo de actividad más absorbente y significativo para el sexo femenino» (pág. 70). Así pues, suponiendo que alguien les plantease la pregunta, quizá veríamos que las mujeres experi-

mentan un sentimiento más «romántico» de su carrera que los hombres, y que se consideran más fácilmente satisfechas por las experiencias iniciales que han realizado en su carrera, mientras que los hombres tienen sentimientos más intensos respecto a su carrera e idealizan en mayor medida su vida profesional que las mujeres. Sea como fuere, a medida que hombres y mujeres asumen papeles más equivalentes en la sociedad, es posible que encontremos que las diferencias entre los sexos, en lo que se refiere a estos aspectos del comportamiento romántico, tienden a ser menos pronunciadas.

#### D. Tanto en el sexo, como en el amor y en el matrimonio necesitamos comunicarnos

Aunque los psicólogos siempre hayan tenido ciertas reticencias para destacar un *solo* aspecto como el más importante de un proceso psicológico complejo cualquiera, es posible que reconociesen, si se les forzara a ello, que la *comunicación* es el elemento más decisivo en las relaciones.

— Master y Johnson (1979) sugieren que el hecho de «menospreciar persistentemente el intercambio de comunicaciones vitales» (pág. 219) es el responsable de cierto número de dificultades e insatisfacciones que experimentan las parejas heterosexuales en sus interacciones sexuales. Por el contrario, atribuyen la alta calidad de la experiencia sexual de las parejas homosexuales a una mayor facilidad y a una mayor frecuencia de comunicación de estas parejas por lo que se refiere a sus intereses y sus deseos sexuales.

— En su estudio clásico de los matrimonios desde la perspectiva de los cónyuges que viven tanto en la ciudad como en el campo, Blood y Wolfe (1960) declaran de forma abrupta que «los maridos sensibles hacen mujeres satisfechas», en función de la comunicación dentro de la pareja.

— Varios investigadores han establecido que la comunicación dentro del matrimonio constituye un problema de suma importancia para las mujeres deprimidas (Weissman y Paykel, 1974) y que la falta de una comunicación suficiente con el cónyuge puede desempeñar un papel causal en el desarrollo de la depresión (Brown y Harris, 1978).

— Markman (1981) informaba recientemente que los modelos de comunicación poco remuneradores que aparecían primero en las parejas antes de la boda, estaban relacionados, de manera significativa, con las graves dificultades que la pareja experimentaba tras cinco años de matrimonio.

La investigación más extensa de estos últimos años sobre la comunicación dentro del matrimonio es tal vez la realizada por Gottman y sus colaboradores (Gottman, 1979; Gottman, Levenson, en prensa). Estos investigadores han establecido dos dificultades principales de comunicación que caracterizan a las parejas casadas infelices. Primero, tenemos lo que podríamos

denominar el modelo del «juego paralelo». Cuando discuten problemas que llevan al desacuerdo entre ambas partes de una pareja, las parejas satisfechas reconocen la validez e importancia de los argumentos de la otra parte, incluso si no están de acuerdo entre ellos. Las parejas insatisfechas, por el contrario, no reconocen estos argumentos: cada queja por parte de una de las partes no hace sino desencadenar otra queja del otro miembro de la pareja. De esta forma, las parejas satisfechas emprenden un diálogo, llevan a cabo una interacción y llegan a un compromiso. Las parejas infelices parecen bloqueadas en un combate en el que sólo puede haber un ganador, un combate constituido por dos monólogos que se excluyen mutuamente.

Otra diferencia entre las parejas satisfechas y las insatisfechas respecto a sus modelos de comunicación está relacionada con sus interacciones *no verbales*. Gottman y Portefield (1981) descubrieron que los maridos que tenían mujeres que les satisfacían considerablemente sabían interpretar mejor las comunicaciones no verbales de sus esposas que los extraños. Por el contrario, los maridos cuyas mujeres eran infelices interpretaban los mensajes no verbales de éstas mucho peor que los extraños. Resultados semejantes fueron obtenidos por Noller (1980), quien descubrió que los maridos, en parejas bien avenidas, enviaban mensajes claros y cometían pocos errores al descifrar las respuestas, no verbales, de sus esposas. En las parejas que tenían mayores dificultades, los maridos sacaban un menor provecho de las comunicaciones no verbales con sus esposas. De este modo, las parejas infelices tienen, en general, mayores dificultades y malentendidos en la interpretación de los mensajes que se dirigen.

Sin embargo, ninguno de los dos estudios mencionados anteriormente demuestra la existencia de una comunicación deficiente entre las mujeres pertenecientes a parejas en dificultades. Una de las posibles explicaciones de esta diferencia entre los sexos es que, puesto que vivimos todavía en una sociedad dominada en lo esencial por los hombres, el comportamiento de éstos tiene mayor importancia que el comportamiento de las mujeres cuando se trata de decidir el desenlace de la relación íntima heterosexual (Murstein, 1972). Otra razón que podemos invocar para explicar por qué los dones de comunicación no verbal del marido tienen más importancia para la satisfacción de la pareja que los dones de la mujer pone en juego la superioridad demostrado por las mujeres cuando se trata de enviar mensajes no verbales (Rosenthal y De Paulo, 1979) y de descifrarlos (Hall, 1978). Esto significa que es posible que, en numerosos aspectos de la comunicación no verbal, las mujeres tengan dones suficientes que les permitan tener éxito, incluso en circunstancias difíciles. Ya que los hombres están menos dotados para la comunicación no verbal en general, sus modelos de comunicación tienen mayores probabilidades de ser influenciados por las dificultades de la situación, cualquiera que éstas sean, incluida la necesidad de comunicar con una esposa con quien uno es infeliz.

*Dime, dime quién eres.* — Una de las variedades más importantes de la comunicación en una relación íntima es la auto-revelación, por medio de la cual uno desvela aspectos de sí mismo a la otra persona. El proceso de auto-revelación constituye un rasgo crucial de la teoría de la penetración social de Altman y Taylor (1973). Altman y Taylor proponen que el intercambio interpersonal «avanza poco a poco a partir de campos superficiales, no íntimos, hacia las capas más íntimas y profundas de la personalidad de los actores sociales» (pág. 6). Aunque esta progresión pueda reflejarse en una gran variedad de comportamientos (por ejemplo, compartir los bienes, sentirse cómodo en la proximidad física, ser sensible a las comunicaciones no verbales), Altman y Taylor ponen especial énfasis en la auto-revelación. En su investigación, Altman y Taylor encontraron que: 1 / la auto-revelación superficial, no íntima (por ejemplo, dónde vives, lo que haces, lo que te gusta hacer en los momentos de ocio), es más frecuente al principio de una relación, mientras que 2 / la auto-revelación íntima se desarrolla poco a poco, pero a un grado creciente a medida que dura y se profundiza la relación. De esta manera, a medida que llegamos a conocer a alguien y a tenerle confianza, le revelaremos aspectos más molestos o amenazantes de nosotros mismos, pero incluso en una relación bien desarrollada, siempre tenderemos a discutir de temas superficiales antes que de temas íntimos.

Es importante anotar que la auto-revelación se diferencia de la reciprocidad de la auto-revelación. La primera se refiere a la cantidad y el nivel absolutos (es decir, superficiales por oposición a íntimos) de información sobre el yo que una persona comunica a otra. La segunda implica la tendencia de la gente consistente en corresponder con la misma cantidad y el mismo nivel de auto-revelación que reciben: si alguien nos cuenta un hecho sumamente íntimo que lo conmueve, podemos pagarle en la misma moneda contándole un hecho muy íntimo que nos conmueve. Aunque tengamos buenas razones para creer que, como lo han subrayado Altman y Taylor, la auto-revelación aumenta de manera efectiva a medida que se desarrolla una relación, la reciprocidad en la auto-revelación parece caracterizar a las personas que no se conocen y no tanto a las que son íntimas (Derlega, Wilson y Chaikin, 1976). Así, como lo habíamos enunciado al examinar los modelos de intercambio social, la reciprocidad inmediata (*quid pro quo*) desaparece a medida que la relación se hace más duradera y, según Tedeschi (1974), «la reciprocidad esperada para más tarde, en un momento no precisado y bajo una forma sobre la que decide la otra persona» (pág. 211) se convierte en la norma.

Al igual que en otros aspectos del proceso de comunicación, existen pruebas de una diferencia entre los sexos en lo referente a la auto-revelación. En general, las mujeres tienden a revelar un mayor número de cosas que los hombres (Cozby, 1973). Esto se explica en parte porque la auto-revelación parece más aceptable socialmente para las mujeres que para los

hombres. Por ejemplo, Kleinke (1979) indica que las mujeres son generalmente más estimadas cuando han revelado un mayor número de cosas (excepto aquellas que revelan motivos y sentimientos de rivalidad), pero que, en general, los hombres que revelan muchas cosas no son estimados. Asimismo, los hombres y las mujeres parecen diferir en sus razones para evitar la auto-revelación. En un estudio de Burke, Weir y Harrison (1976), en el que se interrogaba a parejas casadas sobre sus modelos de auto-revelación, las mujeres declaraban con mayor frecuencia que no revelaban cuando se sentían tensas, a fin de no abrumar o apenar a su marido o debido a que su marido no era sensible a sus problemas. En este mismo estudio, los maridos decían que no revelaban sus sentimientos de tensión porque separaban su trabajo de su hogar, porque creían que su mujer carecía de los conocimientos sobre el contenido del problema y, al igual que sus esposas, no deseaban agobiar o apenar a éstas. De esta forma, aunque maridos y mujeres tuviesen en común la preocupación de no apenar a su cónyuge, las mujeres parecían tener la impresión de que los maridos no eran sensibles a su auto-revelación, mientras que los maridos parecían tener la impresión de que las mujeres no podían ayudarles.

Esta diferencia entre el énfasis puesto por las mujeres en la reacción afectiva y el énfasis puesto por los hombres en los intereses prácticos aparece en un gran número de investigaciones sobre las relaciones heterosexuales y la volvemos a encontrar en un estudio realizado por Morton (1978) a partir de observaciones. Los sujetos de dicho estudio estaban casados, eran voluntarios y se les asignaba la tarea de hablar con su cónyuge o con un desconocido (es decir, el cónyuge de otra persona). Estas conversaciones eran grabadas en un magnetófono y sometidas a jueces que las estimaban siguiendo dos dimensiones de auto-revelación: A / la auto-revelación descriptiva: intimidad del contenido, como puede ser la revelación de hechos sobre sí mismo que eran de carácter privado, y B / la auto-revelación evaluativa: la intimidad de los sentimientos y juicios. Las declaraciones realizadas durante la conversación eran juzgadas en función de cuatro categorías: 1 / auto-revelación muy descriptiva y muy evaluativa, 2 / auto-revelación únicamente muy descriptiva, 3 / auto-revelación únicamente muy evaluativa y 4 / auto-revelación poco descriptiva y poco evaluativa.

Los resultados del estudio de Morton indican que el proceso de auto-revelación es influenciado tanto por el estado civil de los interlocutores como por su sexo. Si los interlocutores están casados entre ellos, tienden a revelar un mayor número de cosas que si no se conocen, alcanzando valores más elevados en las categorías 1 y 2. Una interesante excepción a este resultado general se produce en la categoría 3 (auto-revelación únicamente muy evaluativa), donde los interlocutores desconocidos entre sí obtienen una nota más elevada que las personas casadas. Quizás éste sea un ejemplo del fenómeno del «desconocido del tren»: la naturaleza provisional de la relación permite que una persona exprese actitudes y sentimientos que dudaría en expresar

ante sus amigos y su familia. Por lo que se refiere a las diferencias entre sexos, en general las mujeres revelaban un mayor número de cosas sobre sí mismas que los hombres. Únicamente en la categoría 2 (auto-revelación únicamente muy descriptiva) los hombres revelaban tanto como las mujeres. De esta forma, las mujeres parecían particularmente dispuestas a hacer revelaciones sobre aspectos de sí mismas en relación con sus emociones (por ejemplo, sus sentimientos, sus juicios), mientras que los hombres tienden a restringir sus revelaciones a hechos personales.

Esta diferencia entre hombres y mujeres, entre instrumentalidad y expresividad (Parson y Bales, 1955) quizá constituya una de las mayores barreras que impiden una comunicación satisfactoria en las relaciones heterosexuales, al tiempo que representa una de las mayores ventajas ofrecidas a la comunicación en las parejas homosexuales. Con toda la buena voluntad del mundo, la comunicación puede seguir siendo difícil si una de las personas, la mujer, interpreta gran parte de su mundo en función de sus sentimientos y si la otra, el hombre, interpreta gran parte del suyo en función de los hechos. Regresaremos a este problema al examinar las diferencias entre sexos en el estilo de las comunicaciones durante situaciones conflictivas. No obstante, aquí basta con señalar que las barreras a la comunicación, que resultan del choque entre una manera de abordar la vida y las relaciones orientadas hacia los sentimientos y una manera de abordarlas orientada hacia los hechos, no pueden ser derribadas completamente a menos que los hombres *tanto como* las mujeres adquieren *a la vez* la libertad de expresarse y de actuar.

## E. Los celos

Shakespeare llamaba a los celos «el monstruo de los ojos verdes». Y así es como pueden parecer ante los ojos de aquellos que se enfrentan a ellos. Estar celoso puede ser un estado de tormento y sospecha; ser objeto de celos puede parecer una pesadilla de incertidumbre y temor. En casos extremos, los celos pueden llevar al suicidio, al homicidio o a ambos. El poder destructor de los celos los ha convertido en un tema central para dramaturgos, escritores y filósofos de la sociedad. Pero desgraciadamente es tan sólo desde hace poco tiempo que los psicólogos han empezado a estudiar de forma sistemática este aspecto tan extendido y explosivo de las relaciones íntimas. Este capítulo pasará revista a los trabajos recientes que, a pesar de su carácter preliminar, presentan algunas sugerencias útiles sobre la naturaleza del monstruo de los ojos verdes y, tal vez, sobre la manera de domesticarlo.

Bryson (1977) propuso una distinción concisa entre los celos, la envidia y la rivalidad. Define a los celos como una amenaza dirigida contra una relación existente. De esta forma, si la persona A y la persona B ya sostienen una relación, una tentativa de una tercera persona C de establecer una rela-

ción con B puede hacer que A se sienta celoso. Este proceso difiere de la envidia, ya que ésta es el deseo de una persona de obtener algo que posee otra persona. En el ejemplo A-B-C mencionado anteriormente, podemos considerar que la persona C siente envidia de la relación de A con B. Por último tenemos la rivalidad. En ésta, dos personas compiten por algo que ninguna de ellas posee; por ejemplo, A y C acaban de conocer a B, y A y C podrían competir por establecer una relación con B.

La distinción de Bryson resulta útil, pues evita en gran medida la confusión de términos que se produce tanto en la vida cotidiana como en los trabajos científicos. A este respecto, la diferencia entre los celos y la envidia reviste sin duda una gran importancia. Sin embargo, los celos resultan, sin lugar a dudas, más complejos que la simple posibilidad de que alguien con quien sostenemos una relación establezca una relación con otra persona. En general, esto no nos afecta si, por ejemplo, un amigo íntimo sostiene relaciones con nosotros y con otras personas. De este modo, parece que los celos aparecen cuando suponemos o deseamos que nuestra relación con otra persona sea exclusiva, que nuestro/a compañero/a no tenga una relación equivalente a la que él o ella tiene con nosotros. Así, se ha sugerido (por ejemplo, Bernard, 1977; Walster y Walster, 1978) que los celos pueden ser considerados como un fenómeno cultural que sólo se produce en aquellas sociedades que conceden un sentimiento de orgullo a la exclusividad de una relación. En tales sociedades, la pérdida de exclusividad o la posibilidad de esta pérdida, asesta un duro golpe al orgullo y desencadena el sentimiento de los celos.

Al centrar el interés en los factores personales implicados en los celos, algunos autores (por ejemplo, Downing, 1977; White, 1981 *a*) avanzaron la proposición de que un componente esencial del nacimiento de los celos es una amenaza dirigida contra el amor propio. También la posibilidad de perder una relación puede hacer que sintamos celos, ya que dicha posibilidad nos da la impresión de que no estamos a la altura o que somos indignos. Si la pérdida de esta relación no tuviese tales implicaciones para nuestro propio valor en tanto que individuos, podríamos sentir tristeza, pero no necesariamente celos. También es posible que, como escribía La Rochefoucauld, «En los celos hay más amor propio que amor».

Así pues, los celos parecen constituir un complejo proceso psicológico. Nacen en una situación interpersonal, cuando percibimos una amenaza dirigida por otra persona contra una relación existente que sostenemos con otra persona. Posiblemente existe sobre todo en las sociedades que decretan que al menos ciertos tipos de relaciones, generalmente las relaciones sexuales, deben ser exclusivas. Y también es posible que incluya un componente decisivo de amenaza dirigido contra nuestro amor propio. Además, la experiencia de los celos constituye en sí misma una compleja constelación de pensamientos, sentimientos y comportamientos.

La interacción entre los procesos cognitivos, afectivos y de comportamiento fue subrayada por Weiss (1981 *a*) en su descripción de las cinco etapas de la experiencia de los celos:

*Primera estimación:* la persona tiene una relación que existe y percibe una amenaza dirigida por un intruso contra esta relación.

*Segunda estimación:* la persona intenta comprender la naturaleza de la amenaza y considera diversas maneras de conjurarla.

*Reacción afectiva:* la persona tiene una reacción afectiva ante la amenaza.

*Estrategia de conjuración:* la persona intenta vencer la amenaza.

*Desenlace:* tras adoptar una estrategia de conjuración, la amenaza percibida puede aumentar o disminuir. Además, es posible que la estrategia de conjuración afecte a la relación, para bien o para mal.

Resulta importante darse cuenta de lo difícil que es prever la reacción afectiva que tiene un individuo ante los celos. Aunque generalmente pensamos que los celos son un estado afectivo desagradable, parece que esto no siempre es así. De hecho, cuando Ankles (1939, citado en Walster y Walster, 1978) pidió a un grupo de estudiantes que indicaran los sentimientos que tenían al estar celosos, al menos varios sujetos mencionaron cada una de las siguientes emociones: cólera, temor, ridículo, alegría, crueldad, odio, amor propio, placer, estupidez, arrebato, vergüenza.

A pesar de esta gama de posibles reacciones afectivas, Bryson sugirió que las reacciones por medio de las cuales nos esforzamos por vencer a los celos son esencialmente de sólo dos tipos. Por una parte, intentamos conjurar los celos, tratando de conservar o mejorar la relación existente. Por la otra, intentamos conservar o aumentar nuestro amor propio.

Esta dicotomía de las estrategias de conjuración puede resultar particularmente significativa si tomamos en consideración las diferencias de sexo en la experiencia de los celos. Por ejemplo, White (1981 *a*; 1981 *b*) informa que, entre las mujeres, los celos van asociados a la dependencia de la relación (es decir, a la dificultad percibida de encontrar una relación que sirva como solución de recambio). De esta forma, es posible que las mujeres tengan mayores probabilidades de sentirse celosas si creen que les resultará difícil encontrar otra relación íntima y, por consiguiente, que lleguen a dominar los celos intentando conservar la relación existente. Entre los hombres, White encontró que los celos se asociaban con lo que él denominaba la «dependencia auto-evaluativa», el grado al que el amor propio del hombre se veía afectado por los juicios de su compañera. De este modo, los hombres tienen mayores probabilidades de sentirse celosos si creen que el interés que siente su compañera por otra persona implica que ella los juzga indignos. Por consiguiente, los hombres tenderán a conjurar los celos tratando de aumentar su amor propio.

La posibilidad de diferencias relacionadas con el sexo en las reacciones con



las que se intenta dominar los celos también ha sido confirmada por los resultados de uno de los escasos estudios experimentales realizados sobre los celos. En este estudio de Shettel-Neuber, Bryson y Young (1978), varios sujetos masculinos y femeninos miran un vídeo-filme que describe una situación de celos. Los hombres ven una película en la que un intruso intenta quitar una mujer a otro hombre; en la película exhibida a las mujeres, una intrusa trata de quitar un hombre a otra mujer. Para algunos sujetos, el intruso tenía una gran seducción física; para otros, el intruso estaba más bien desprovisto de seducción física. Todos los sujetos recibieron instrucciones consistentes en meterse en la piel del personaje cuya relación se ve amenazada por el intruso o la intrusa y decir lo que sentirían si fueran esa persona.

La variación introducida en el grado de seducción del intruso tenía por función manipular el carácter más o menos serio de la amenaza dirigida contra la relación, pues un intruso más seductor tendría mayores probabilidades de lograr atraerse a la otra persona. Y, en efecto, los sujetos declararon que sentían más cólera y molestia si el intruso resultaba seductor que si no lo era. En las reacciones descritas también destaca cierto número de diferencias significativas entre los sexos:

Los hombres dicen con mayor frecuencia que las mujeres que sentirían cólera contra sí mismos, se embriagarían en mayor o menor grado, proferirían amenazas verbales contra el intruso, se sentirían halagados por la seducción ejercida por su compañera sobre el intruso, se sentirían «atacados» por su compañera.

Las mujeres dicen con mayor frecuencia que los hombres que llorarían cuando estuvieran solas, intentarían arreglarse de un modo más seductor para su compañero, intentarían hacer creer a su compañero que todo el asunto las deja indiferentes.

El resultado más interesante del estudio de Shettel-Neuber *et al.* (1978) es quizá la existencia de una interacción entre el sexo del sujeto y la seducción del intruso. Esta interacción ha sido descubierta en las siguientes reacciones: 1 / salir con otras personas, y 2 / tener una actitud sexual más agresiva con otras personas. Cuando el intruso no era seductor, no había diferencias entre hombres y mujeres en su posibilidad de tener las dos reacciones mencionadas anteriormente. Pero cuando el intruso era seductor (y por consiguiente, la amenaza dirigida contra la relación existente resultaba más seria), los hombres decían tener grandes probabilidades de comenzar a salir con otras mujeres y de tener una actitud sexual más agresiva hacia otras mujeres. Las mujeres decían que existían pocas probabilidades de que intentarían establecer una relación con otros hombres.

De esta forma, los resultados de este estudio están completamente de acuerdo con que los hombres y las mujeres difieren en sus reacciones ante los celos. Parece que los hombres consideran que una amenaza dirigida contra una relación amenaza (o exalta, obsérvese que los hombres también indica-

ron haberse sentido halagados por la atención concedida a su compañera por el intruso) su amor propio. Si la amenaza es seria, parecen decididos a salir de la relación existente a fin de reparar los daños sufridos por su amor propio probando su poder de seducción con otras personas. Las mujeres parecen más proclives a intentar conservar la relación existente y una seria amenaza hace que se alejen aún más de la posibilidad de tener otras relaciones.

Aunque sus reacciones específicas ante los celos puedan diferir, numerosas personas de ambos sexos desean reducir sus sentimientos de celos. ¿Qué podemos hacer para domesticar al monstruo de los ojos verdes que habita en nuestro interior y contribuir a crear una sociedad donde los celos y los desastrosos efectos que éstos implican en ocasiones sean menos extendidos? Las respuestas a estas cuestiones no son fáciles ni ciertas, pero la mayoría de los psicólogos que han estudiado el problema han subrayado la necesidad de reducir el lazo entre la exclusividad de una relación y nuestro propio valor personal. Es desagradable que una persona que amamos, quiera a otra persona. Esto implica algunas pérdidas reales: estar solo cuando nuestro/a compañero/a se halla con otra persona, soportar la falta de actividad sexual, pasar menos tiempo con nuestro/a compañero/a, considerar la posibilidad de perder la relación con él o ella. Sin embargo, esto no significa que nuestro/a compañero/a sea una persona horrible e indigna, ni que nosotros tampoco lo seamos. Ellis (1977) ha denominado a esto la distinción entre una reacción racional ante una amenaza dirigida contra una relación íntima y una reacción irracional. Cuando reaccionamos de forma racional, es posible que suframos, pero podemos enfrentarnos a la situación de manera constructiva; podemos intentar hacer cambios en la relación existente o pasar a otras relaciones. Cuando reaccionamos de forma irracional, es posible que terminemos por causar destrozos en nuestra propia vida, así como en la de otras personas. Los celos *pueden* ser un monstruo de ojos verdes *si* juzgamos que nuestro valor personal depende totalmente de una relación con otra persona.

## F. El conflicto y la disolución: el final de la relación

Vivimos en una época en que las relaciones íntimas cada vez se caracterizan más por el conflicto y la disolución. Mientras que el número de personas que encontraban «su media naranja» y «se casaban y tenían muchos hijos» nunca ha sido muy elevado, todos somos conscientes de que esto tiene muchas menores probabilidades de producirse actualmente. Cada día es mayor el número de personas que sostienen relaciones íntimas antes del matrimonio; cada vez son más las personas que retrasan su matrimonio o deciden no casarse en absoluto; cada vez se divorcian más personas; día a día es mayor el número de personas que vuelven a casarse; y cada vez hay un mayor número de personas que se divorcian por segunda vez. Vivimos en una época de



relaciones múltiples y éstas implican experiencias múltiples de conflicto y disolución.

Numerosas investigaciones se han dirigido hacia los diversos factores asociados con la disolución de las relaciones (véase, por ejemplo, el examen realizado por Newcomb y Bentler, 1981), y un intento de describirlas rebasaría los límites de este capítulo. Por el contrario, en este capítulo me centraré en dos campos principales de temas relacionados con el conflicto y la disolución. El primero hace intervenir las diferencias entre los sexos y, en cierta medida, amplía la discusión precedente sobre las diferencias de estilo relacionadas con el sexo dentro del estilo de comunicación. El segundo tema, el de los procesos de atribución a lo largo del conflicto y la disolución, ofrece un interés particular para los psicólogos. De cierta manera, este tema representa la contribución más significativa de la psicología social a nuestra comprensión del conflicto y la disolución.

*Las diferencias entre los sexos en el conflicto y la disolución.* — Examinemos primero las diferencias entre los sexos en la manera como las personas abordan la situación de conflicto. Kelley y sus colaboradores (Kelley, 1979) estudiaron cómo los estudiantes consideran su comportamiento y el de los demás durante el conflicto. Los jóvenes de ambos sexos estaban sorprendentemente de acuerdo en reconocer que el comportamiento de ambos sexos no es idéntico, lejos de ello.

He aquí el comportamiento probable de una mujer: llora y se enfurruña, critica a su compañero porque éste no tiene consideración con sus sentimientos, pretende que el compañero es insensible al efecto que tiene sobre ella, se muestra dependiente y vulnerable, otorga mayor importancia a la comunicación sobre problemas y sentimientos, siente una mayor solicitud por su compañero, acusa a su compañero de no corresponder al interés que ella le muestra.

Y he aquí el comportamiento probable de un hombre: se muestra colérico, rechaza las lágrimas de su compañera, la invita a que aborde el problema de forma más lógica y menos afectiva, justifica por qué retrasa la discusión de las divergencias, tiene un mayor interés personal relacionado con alguna tarea externa, acusa a su compañera de meterse en cosas prácticas.

Estas diferencias de estilo relacionadas con el sexo se parecen mucho a las que ya hemos examinado en el capítulo consagrado a la comunicación. Las mujeres parecen expresar en mayor medida sus emociones y preocuparse más por los aspectos afectivos del conflicto. Los hombres parecen orientarse de forma más práctica y se preocupan más por encontrar una solución práctica. Sin duda alguna parece que estas diferencias en la manera de abordar el conflicto harán que su solución resulte aún más difícil. Pero tal vez sea útil

saber, simplemente, que un compañero heterosexual ve el mundo de manera diferente. Esta toma de conciencia puede permitirnos intentar ser sensibles a ambos puntos de vista.

Algunos investigadores también han querido saber quién tiene mayores probabilidades de poner fin a la relación: el hombre o la mujer. Las evidencias de que disponemos sobre esta cuestión son sumamente limitadas (por ejemplo, Hill, Rubin y Peplac, 1976; Goode, 1956; Harvey, Wells y Álvarez, 1978), pero todas nos llevan a pensar que son más bien las mujeres y no tanto los hombres quienes toman la iniciativa de la ruptura. Sin embargo, hay que señalar que estos resultados están subordinados a cierto número de dificultades de interpretación. Primero, como señalaban Hill *et al.* (1976), cuando se trata de saber «quién ha roto con quién», descubrimos una toma de partido sistemática. Es decir que es totalmente normal que *cada uno* de las dos personas cuya relación se ha roto pretendan que él o ella es quien ha tomado *primero* la iniciativa de finalizar la relación. También es posible que, sin preocuparnos de la veracidad del asunto, sintamos cierto consuelo creyendo que hemos asumido la responsabilidad de haberle puesto fin. Esta especie de toma de partido sistemática no facilitaría mucho las cosas si se intenta evaluar las diferencias entre los sexos en la manera de terminar las relaciones.

Además, aun si podemos evaluar de forma objetiva quién ha roto con quién, por ejemplo, quién ha pedido el divorcio, esta indicación objetiva puede no reflejar la realidad. De hecho, Goode (1956), quien encontró que era más probable que fueran las mujeres quienes hablaran de divorcio en primer lugar y que sean ellas efectivamente quienes pidan el divorcio, ¡deja entender que son los maridos quienes las han empujado a ello! Las observaciones de Goode arrojan luz sobre el carácter complejo y las interacciones inseparables del final de la mayoría de las relaciones. Imaginemos, por ejemplo, una situación en la que uno de los miembros de la pareja pierde en el juego todo el dinero de la pareja. El miembro de la pareja que no juega puede llegar a plantear un ultimátum: deja de jugar o te dejaré. El miembro que juega puede negarse a dejar de jugar. En tal caso, ¿quién diríamos que ha roto la relación?

Este análisis sugiere que puede resultar imposible, por esencia, descubrir la verdad objetiva sobre quién ha tomado la iniciativa de la ruptura. Pero podemos llegar a una verdad subjetiva que resulta significativa. En su estudio sobre las mujeres casadas, Newman y Langer (1981) descubrieron que una mejor adaptación al divorcio iba acompañada de la consideración de que la ruptura había sido determinada por las dificultades que tenían ambos miembros de la pareja para entenderse; las mujeres que echaban toda la culpa a sus maridos tenían mayores dificultades para adaptarse. Estos resultados sugieren que puede ser beneficioso asumir *una parte* de la responsabilidad en el final de una relación (resulta interesante notar que ninguna de las

mujeres del estudio de Newman y Langer asumió la responsabilidad *total* del divorcio).

*Los procesos de atribución en el conflicto.* — Otro terreno de la verdad subjetiva que parece importante en las relaciones íntimas incluye nuestras «atribuciones causales», la manera cómo explicamos por qué alguien actúa de cierta manera. Orvis, Kelley y Butler (1976) han sugerido que los análisis atributivos desempeñan un importante papel en las situaciones de conflicto y han formulado las siguientes proposiciones:

— El proceso atributivo tendrá lugar esencialmente donde existan intereses en conflicto. Tenderemos a preguntarnos por qué alguien ha hecho algo únicamente si lo que esta persona ha hecho nos hace infelices.

— Las atribuciones constituyen un aspecto central del proceso de estimación interpersonal. El motivo que invocamos para explicar el comportamiento de una persona afectará la manera con la que estimemos a esta persona. Por ejemplo, si creemos que alguien ha actuado de manera egoísta, existen mayores probabilidades de que estemos enfadados con esta persona que si creemos que alguien ha actuado preocupándose por nuestro bienestar.

— Los conflictos de atribución generalmente carecen de solución. También aquí parece que no podemos esperar llegar a la verdad objetiva. Si creemos firmemente que alguien ha hecho algo por razones egoístas, esta persona no tiene forma alguna de *demostrarnos* que ha actuado por nuestro beneficio.

— En general, las personas creerán sinceramente que comprenden exactamente las causas de su propio comportamiento y que las razones que apoyan este comportamiento lo justifican. Nos resulta increíblemente difícil reconocer con sinceridad ante nosotros mismos y los demás que hemos hecho algo «malo». La mayoría de las veces estamos convencidos de que lo que hemos hecho estaba «bien», independientemente de lo que las otras personas piensen de nuestro acto.

Estos postulados sugieren una visión decididamente sombría del desenlace de las situaciones de conflicto. Una vez nacido el conflicto, es muy probable que nos concentremos, no ya en el comportamiento mismo, sino en las razones de éste. Examinemos, por ejemplo, el siguiente diálogo:

*María.* — ¿Por qué te has conducido así durante la recepción?

*Roberto.* — Simplemente porque me sentía bien.

*María.* — No, no es cierto. Sólo querías vengarte porque yo había sido descortés con tu madre.

*Roberto.* — Nunca soportas ver que me divierto.

*María.* — Tú siempre le das la razón a tu madre y nunca a mí.

Estas dos personas se hallan ante un conflicto atributivo: María percibe una razón para el comportamiento de Roberto y éste ve una razón diferente.

Este conflicto no hace más que aumentar el enfado y la hostilidad de su interacción.

¿Cómo podemos evitar los dañinos resultados de este tipo de conflicto? En general, existen dos métodos. El primero (por ejemplo, Gottman, Notarius, Gonson y Markman, 1976) recomienda cambiar el propio modelo de comunicación. Por ejemplo, el diálogo precedente toma el cariz de un «ajuste de cuentas», se empieza con un tema (el comportamiento de una persona durante una recepción) y luego se introducen otras cuestiones (las relaciones con la suegra). Además, ambos miembros de la pareja atribuyen, cada uno consistentemente, motivos y sentimientos al otro, sin pedirle su opinión. Gottman *et al.* denominan a esto «lectura del pensamiento». Por último, ni uno ni otro parecen escuchar al otro o «validar» las declaraciones del otro indicando que comprende sus sentimientos. Podríamos presenciar un intercambio totalmente diferente entre estas dos personas si intentaran evitar el «ajuste de cuentas» y la «lectura del pensamiento», y si ambas se esforzaban por validarse mutuamente.

*María.* — ¿Por qué te comportaste así durante la recepción? Me sentí molesta por tu forma de comportarte.

*Roberto.* — Simplemente me sentía a gusto. Siento mucho que te haya molestado. Quería que te divirtieras, no quería molestarte.

*María.* — Pues bien, ya entiendo que quisieras relajarte; sé que has tenido una semana difícil. Pero yo creía que te comportabas así para vengarte de que haya sido descortés ayer con tu madre.

*Roberto.* — Ni siquiera pensé en ello. Me gustaría que fueses más paciente con ella, pero comprendo por qué te enfadas. No obstante, lo que me preocupa es que te sientas tan molesta cada vez que intento divertirme un poco. ¿Qué crees tú que podemos hacer?

*María.* — No sé muy bien, pero ahora que lo pienso me parece que lo que me preocupa es que bebas tanto. Creo que tengo miedo de que puedas realmente perder el control de ti mismo.

*Roberto.* — Vaya, ¿qué puedo decir? Digamos que vamos a hacer un trato. La próxima vez que tenga ganas de dejarme ir a fondo, no tomaré más que cerveza. Te prometo que me portaré de forma igualmente idiota, pero no beberé tanto y tal vez ello no te atormentará tanto. ¿De acuerdo? ¿Vale la pena intentarlo?

*María.* — Por supuesto, es una buena idea. Además creo que, de cierta manera, me gusta cuando haces el imbécil. Lo que no me gusta nada es pensar al mismo tiempo que estás borracho.

Sin embargo, como lo señalan Gottman *et al.* (1976), si dos personas entran en conflicto, sus dificultades pueden no deberse únicamente a su falta de dotes para la comunicación. Por ejemplo, podría llegar el caso de que ciertas personas aprendiesen a comunicar mejor, pero continuasen teniendo una relación poco satisfactoria. Gottman *et al.* denominan a esto el problema

del «orden del día oculto»: poco importa la razón del desacuerdo superficial, pues existe un problema fundamental de proximidad subyacente. Es posible que las personas se sientan solas porque existe, de hecho, muy poca proximidad afectiva; quizá se sienten agobiadas por un exceso de proximidad y tiene una mayor necesidad de libertad y vida personal. Donde hay estos órdenes del día ocultos, las dificultades de comunicación pueden ser resultado de una escalada en el conflicto entre ambas personas y no tanto su causa. Probablemente, los órdenes del día ocultos sólo pueden ser cambiados si se les ventila a la luz del día y la pareja puede tener necesidad de la ayuda de un asesor o de un terapeuta profesional para llegar a ello de forma apropiada y constructiva.

*Los procesos de atribución en la disolución.* — Los procesos de atribución también revisten importancia si se rompe la relación. De hecho, si la relación era muy significativa, es posible que los individuos consagren grandes cantidades de tiempo y energía para reflexionar sobre las causas que provocaron el final de la relación: quién ha hecho qué y por qué. Weiss (1975) sugirió que, tras un divorcio, las personas inventan toda una intriga bien ordenada para explicar los confusos acontecimientos que rodean la separación y el divorcio. Parece como si nos consolara tener una explicación, incluso si ésta no cambia en nada el hecho de que la relación ya haya terminado.

Este proceso de atribución de carácter a veces obsesivo que se produce tras una ruptura (¿Por qué he hecho esto? ¿Por qué ha hecho ella esto? ¿Por qué no ha hecho lo que yo quería que hiciera?) puede constituir un ejemplo extremo de un proceso psicológico sumamente corriente. Swann, Stephenson y Pittman (1981) han sugerido que las personas intentan obtener conocimientos sobre su entorno social a fin de poder dominarlo. De manera más específica, Berscheid, Graziano, Monson y Derner (1976), y Pittman y Pittman (1980) han propuesto que tenemos mayores probabilidades de preocuparnos por las causas del comportamiento de alguien si hemos experimentado una falta de dominio o si prevemos que tendremos dificultades para dominar en el futuro los actos de esta persona. Finalmente, las investigaciones de Miller, Norman y Wright (1978), y de Smith y S. Brehm (1981) han señalado que creemos comprender los rasgos de carácter de otra persona si anticipamos una interacción con esta persona en una situación en la que nos resulte importante poder predecir su comportamiento. Este aumento de las atribuciones hacia un rasgo caracterial (por ejemplo, él ha hecho eso porque es de esas personas que gustan medirse con los demás) es particularmente probable en caso de personas que sienten con fuerza la necesidad de dominar la situación de interacción que prevén.

Todo este trabajo de psicología social puede aplicarse a los argumentos que inventamos para explicar por qué se ha roto una relación. Si tiene lugar

una ruptura, es posible que ésta llegue a amenazar nuestro sentimiento de dominio de las relaciones íntimas. A fin de volver a encontrar este dominio (o al menos el sentimiento de dominio) tendemos a concentrarnos en las razones por las que nuestro/a compañero/a ha hecho ciertas cosas y en nuestras propias razones para haber actuado como lo hemos hecho. En este proceso, sentiremos una inclinación particular a concentrarnos en los rasgos de personalidad de nuestro/a compañero/a. Una vez inventado un argumento, deberíamos obtener de él un sentimiento de dominio que nos reconforte. Si tenemos que continuar interactuando con nuestro/a compañero/a, sentiremos que comprendemos a esa persona y estaremos en mejor posición para evitar las interacciones desagradables. Y lo que aún puede ser más importante, el argumento puede ayudarnos a sentir que dominamos mejor nuestras interacciones con otros virtuales compañeros/as.

De esta forma, los argumentos que explican por qué se ha roto una relación pueden resultar muy útiles para ayudarnos a superar lo que, en ocasiones, constituye un período sumamente difícil. Los argumentos, al igual que los buenos amigos y una situación estable desde el punto de vista del trabajo o de la educación, pueden procurarnos este sentimiento necesario de seguridad y de previsión del futuro, y disminuir nuestro sentimiento de estar perdidos y ser impotentes sin esta relación. Pero, desgraciadamente, estos argumentos también pueden ser una simple ilusión reconfortante y, de hecho, no servirnos de gran cosa en las relaciones futuras. La razón de ello hay que buscarla directamente en los estudios de psicología social que hemos mencionado con anterioridad. En ellos aparece una toma de partido en los argumentos que inventamos tras haber experimentado una falta de dominio: parece que acentuamos la información sobre los rasgos de carácter (la personalidad) de la persona y que no concedemos gran atención a los factores relacionados con la situación. Así, podemos llegar a creer que nuestra relación se ha roto porque nuestro/a compañero/a poseía un rasgo negativo de carácter o varios, y que para asegurar mejores relaciones futuras, nos basta con evitar a las personas que también presenten dichos rasgos. Llegado el caso, no comprendemos en qué medida la situación ha contribuido a la ruptura (por ejemplo, los dos miembros de la pareja han sufrido una gran presión cuando iban a la escuela) y, por ende, no tomamos en cuenta estos elementos debidos a la situación cuando emprendemos nuevas relaciones. Además, llegamos a no percibir nuestro propio papel dentro de la ruptura y continuamos con nuestros propios modelos de comportamiento sin reconocer en absoluto cómo éstos contribuyeron a aumentar las dificultades de nuestra relación.

Así pues, los argumentos son como mapas de territorios extranjeros. En ocasiones basta con tener uno que nos ayuda a despreocuparnos y a desplazarnos mejor. Pero en otras, el argumento o el mapa tiene errores y lo que consideramos una guía útil nos conduce a lugares a los que jamás hemos tenido intención de ir. A la luz de estas observaciones, quizá deberíamos dedi-

carnos no solamente a inventar argumentos, sino a inventar mejores argumentos. Por el simple hecho de que, cuando se rompen la mayoría de las relaciones, se hallan implicados todo tipo de factores: la personalidad y el comportamiento de nuestro/a compañero/a, la situación en la que nos encontrábamos ambos y nuestra propia personalidad, así como nuestro comportamiento. A menudo, una ruptura resulta terriblemente dolorosa, pero puede constituir un factor de crecimiento si nos servimos de ella para aprender algo, no solamente sobre los demás, sino también sobre nosotros mismos.

### G. Resumen

En este capítulo hemos examinado algunos campos importantes para el estudio de las relaciones íntimas. Hemos descrito varios puntos de vista teóricos y generales, como los modelos de intercambio social y la teoría de la equidad, en función de los procesos que intentan conservar una relación duradera. En contraste con el énfasis concedido por estas teorías sobre lo que recibimos en una relación y sobre lo que aportamos a ella, el amor-pasión parece constituir un fenómeno psicológico menos «económico» y proviene quizá de una interacción entre la estimulación fisiológica y la manera de interpretar esta estimulación. El decisivo papel desempeñado por los modelos de comunicación, incluida la auto-revelación, cuando se trata de desarrollar y conservar relaciones, también ha sido objeto de examen. Hemos señalado que las diferencias aparentes de estilo relacionadas con el sexo en los modelos de comunicación representan una de las barreras más infranqueables para la satisfacción de las relaciones heterosexuales. Asimismo, hemos descrito las diferentes reacciones de los sexos ante los celos, así como en la manera de abordar las situaciones conflictivas. Se han hecho algunas sugerencias sobre la manera de dominar los celos, ese «monstruo de ojos verdes», seguidas de una discusión sobre la manera de evitar las situaciones conflictivas que aumentan el enfado en lugar de disminuirlo. Por último, hemos establecido la relación existente entre la manera como intentamos comprender por qué se ha roto una relación y las investigaciones de psicología social sobre el dominio y la obtención de un conocimiento social. Este capítulo tan sólo aporta una descripción concisa y selectiva de la psicología social de las relaciones íntimas (Brehm y Harvey). No obstante, esperamos que incluso este limitado examen de las teorías e investigaciones relacionadas con ellas proporcionará una introducción suficiente de uno de los campos de la psicología social que se encuentran entre los más fascinantes y, posiblemente, más importantes, hablando desde una perspectiva social.

## 6

# La creatividad de los grupos

POR JEAN-CLAUDE ABRIC

### A. Introducción

El interés de la psicología por la creatividad es sumamente reciente. Hasta 1950, la proporción de títulos de psicología dedicados a la creatividad era de 1 por 1000. Igualmente hasta esa fecha, el interés se dirigía sobre todo al análisis del proceso de la creación, considerado como un fenómeno poco frecuente, es decir, presente tan sólo entre la élite de los investigadores y grandes creadores. Por consiguiente, los conocimientos elaborados sobre este tema provenían en general del análisis biográfico de los grandes hombres o de testimonios que algunos de ellos —como Poincaré— habían dejado acerca de su procedimiento.

Con el final de la guerra y sus consecuencias, la creatividad aparece como una necesidad social y económica, convirtiéndose así en objeto de estudio. Efectivamente, la evolución cada vez más rápida de la sociedad industrial, el desarrollo de la competencia, la celeridad de las transformaciones de los métodos, las técnicas y los mercados, imponen una dimensión cualitativa fundamental a la adaptación y al desarrollo económico. Entonces, el interés se desplaza de los creadores a los individuos creativos, del estudio de la creación al de la creatividad, es decir, del estudio de las características de una élite restringida al estudio de una población mucho más amplia. La noción de creatividad adquiere un status autónomo de la noción de creación.

Llamaremos creatividad al proceso mediante el cual un individuo o un grupo, situado en una situación determinada, elabora un producto nuevo u original, adaptado a las coacciones y finalidad de la situación. Así, diremos que un individuo es más o menos creativo dependiendo de sus capacidades para llevar a cabo este proceso.

Corresponderá a Guilford (1950, 1973), en un célebre discurso dirigido a

la asociación norteamericana de psicología, formular las dos ideas nuevas y ricas en consecuencias teóricas y prácticas sobre la creatividad:

—La aptitud para la creatividad está presente a diversos niveles en todos los individuos normales.

—El proceso creativo puede ser reproducido de manera voluntaria y, por ende, puede ser enseñado y desarrollado entre un gran número de individuos.

A estas dos ideas centrales se añade, gracias a los trabajos de Osborn (1953, 1965), otra idea según la cual la situación de grupo puede favorecer, en ciertas condiciones, la creatividad.

Veremos entonces desarrollarse, primero en Estados Unidos y luego en Europa y Francia (sobre todo a partir de 1960), todo un conjunto de investigaciones, que emplean sobre todo métodos diferenciales y que intentan explorar, por ejemplo, las relaciones entre creatividad e inteligencia, definir y evaluar los rasgos de las «personalidades creadoras», etc. El lector interesado por estos aspectos puede consultar la excelente reseña de A. Leboutet (1970) sobre esta cuestión.

No obstante, resulta paradójico que la psicología social permanezca distanciada de este entusiasmo. A pesar de la fuerte demanda social encontramos muy pocas investigaciones psicociológicas sobre la creatividad y, en particular, sobre la creatividad de los grupos. Por el contrario, en el mercado se desarrolló un fructuoso comercio de métodos, herramientas y seminarios de creatividad. Ejecutivos de empresas, responsables sociales, militares, educadores, todos ellos constituyen una considerable clientela con la que han hecho fortuna un cierto número de gabinetes psicociológicos. Así pues, nos encontramos ante un campo en el que las realizaciones prácticas y concretas preceden y no están articuladas, en la mayoría de los casos, a un saber teórico y a un control metodológico.

Nos esforzaremos por demostrar que las investigaciones llevadas a cabo permiten, no obstante, extraer un importante conjunto de conocimientos sobre los procesos que intervienen en la creatividad de los grupos. Esta concentración en la investigación se complementará con una sucinta presentación de las principales técnicas utilizadas en formación.

## B. Efectos de grupo específicos

Mejor que emprender una comparación entre rendimiento de grupo y rendimiento individual, cuya absurdidad demostraron Moscovici y Paichelet (1970), intentaremos extraer de algunas investigaciones experimentales resultados que sean susceptibles de esclarecer la especificidad de la situación de grupo y, más precisamente, comprender por qué el grupo puede constituir un catalizador de la creatividad.

### a. El grupo favorece el cambio

En una célebre experiencia, K. Lewin (1947, 1965) compara los efectos respectivos de una conferencia y una discusión de grupo sobre el cambio de las costumbres alimenticias de las amas de casa norteamericanas, cambio que consiste en consumir más despojos y no tanta carne. En una primera situación, los grupos de mujeres escuchan una conferencia interesante dictada por un experto y que subrayaba las ventajas dietéticas y económicas de los despojos de animales, presentando recetas apropiadas, etc. En la segunda situación, tras una breve exposición introductoria, se hace que las amas de casa discutan entre ellas sobre este problema. En ambos casos, la experiencia dura cuarenta y cinco minutos. Una verificación realizada a domicilio una semana después de la experiencia muestra que únicamente 3 % de las amas de casa sometidas a la «conferencia» utilizan despojos contra 32 % de las que participaron en la discusión de grupo. Todas las experiencias realizadas por Lewin utilizando este mismo dispositivo confirman este resultado, independientemente de que se trate de aumentar el consumo de leche fresca o en polvo, ¡o de obligar a un bebé a tragar aceite de hígado de bacalao! Incluso si se sustituye la conferencia por un consejo individualizado de la misma duración, el efecto de grupo sigue siendo ampliamente dominante para el cambio. El hecho de estar en grupo, la interacción social y cognitiva puede así producir un descenso de la resistencia al cambio y favorecer por consiguiente el surgimiento de nuevas conductas.

### b. El grupo favorece la toma de riesgos

Numerosas investigaciones posteriores a los trabajos de Kogan y Wallach (1964) ponen de manifiesto que cuando un grupo compuesto por personas de opiniones divergentes es llevado a discutir una situación, elige soluciones más arriesgadas de las que propondrían los individuos que constituyen el grupo. Este aumento de la toma de riesgos en grupo en ciertas situaciones constituye un factor favorable para la creatividad, ya que permite que el grupo elija soluciones menos banales y más originales por ser más arriesgadas.

### c. Heterogeneidad del grupo y creatividad

La heterogeneidad del grupo, tanto en actitudes como en aptitudes, constituye una riqueza potencial, puesto que permite la confrontación con ideas diferentes y la utilización de otras competencias que las propias, factores que favorecen la creatividad. Pero también puede ser fuente de bloqueos y difi-

cultades: inhibición ante miembros del grupo percibidos como más competentes, bloqueo de la comunicación relacionada con conflictos de actitudes, etc. La heterogeneidad es fuente potencial de conflictos sociocognitivos.

Los trabajos de Hall y Watson (1970) permiten poner de manifiesto que la heterogeneidad del grupo favorece la creatividad en la medida en que estos conflictos sociocognitivos sean tomados en consideración y regulados en la situación. Estos autores sitúan a su grupo ante la situación de resolver el siguiente problema: Ustedes son miembros de un equipo de astronautas que ha sufrido un accidente en la Luna. Tienen que reunirse con otra nave espacial situada a 300 km de su posición. Ya que el viaje será largo y difícil, ustedes tienen que elegir los objetos que llevarán consigo y que facilitarán alcanzar su objetivo. Primero, cada sujeto ordena de forma individual los 15 objetos que llevará consigo. Luego, este trabajo es efectuado en grupo y debe llegar a un orden único. Entonces se definen dos condiciones experimentales: la consigna invita a los sujetos a esclarecer y discutir sus divergencias, o bien no precisa nada. Los resultados muestran con claridad que la toma en consideración explícita del conflicto por parte del grupo implica, por una parte, un mejor rendimiento global y, por la otra, el descubrimiento de ideas nuevas y originales sobre la utilización de los objetos.

Además, estos resultados confirman los resultados anteriores de Triandis (1963) sobre la creatividad a dos: la heterogeneidad de las actitudes y aptitudes de los dos sujetos en interacción no favorece por sí misma el rendimiento, sino todo lo contrario. Por contra, en las situaciones experimentales en que los miembros del dúo han recibido previamente un entrenamiento para comunicarse con el otro, son los dúos más heterogéneos los más creativos. Por consiguiente podemos decir con Triandis que cuando el estrés asociado con la heterogeneidad del grupo es reducido —por ejemplo, gracias al aprendizaje o a la comunicación—, los efectos positivos de esta heterogeneidad pueden entonces desarrollarse y promover una elevada creatividad. Este análisis revela además la importancia y la necesidad de un cierto tipo de liderazgo o de animación en los grupos de creatividad centrados en la regulación e instauración de un clima positivo de relaciones. Más tarde regresaremos a este tema.

Collaros y Anderson (1969) completan estos resultados mostrando que no es tanto la heterogeneidad real como la heterogeneidad percibida la que resulta esencial. Durante el estudio de grupos de *brainstorming*, estos autores crean tres condiciones experimentales: en la primera, se hace que el sujeto piense que los otros tres miembros del grupo son expertos en *brainstorming*. En la segunda, que sólo uno de los miembros (no identificado) es experto. Por último, en la tercera situación, se supone que no existe ningún experto. Desde luego, el grupo es idéntico en las tres situaciones, es decir, está constituido por sujetos ingenuos sin experiencia. De esta forma, lo único que se manipula es la representación de la heterogeneidad del grupo. Esta repre-

sentación del grupo conlleva considerables diferencias: los grupos que se perciben homogéneos desarrollan al mismo tiempo una creatividad más elevada que los otros dos y una imagen de sí mismos (en términos de clima socio-afectivo) muy positiva. El temor, imaginario en este caso, de ser juzgado por uno o varios expertos produce una inhibición en la producción de ideas y, en particular, de ideas nuevas y originales. Este tipo de investigaciones subraya que la representación que el grupo se forma de sí mismo constituye una dimensión esencial en su dinámica socio-afectiva y cognitiva. Las dimensiones simbólicas de la situación deben constituir por tanto, en nuestra opinión, uno de los temas nuevos y centrales de las investigaciones sobre la creatividad de los grupos.

### C. Estilos de liderazgo y creatividad

En el párrafo anterior señalábamos que, habida cuenta de las dificultades socioafectivas relacionadas con la heterogeneidad de un grupo, el papel del líder debía resultar determinante en la dinámica y la creatividad de dicho grupo. Lewin y sus colaboradores han consagrado numerosas investigaciones a este tema que intentaremos resumir brevemente (véase Lippit y White, 1947, 1965).

Estos autores realizaron sus investigaciones en 1939-1940 con grupos de niños de unos 10 años de edad que frecuentaban clubes de ocio. Las observaciones tratan sobre períodos bastante prolongados (varias semanas) y tienen por objetivo el estudio de las relaciones entre el tipo de mando y los fenómenos de grupo. Se definen tres tipos de liderazgo que van a corresponder a los comportamientos del adulto responsable del grupo:

— *Liderazgo autoritario*: Las decisiones acerca del trabajo y la organización del grupo son tomadas únicamente por el responsable a medida que evolucionan las actividades. Las decisiones no son justificadas ni explicitadas en relación con una progresión. Los criterios de evaluación del jefe no son conocidos. Por último, éste permanece separado de la vida del grupo, interviniendo tan sólo para canalizar el trabajo o llevar a cabo demostraciones en caso de dificultad.

— *Liderazgo democrático*: Las decisiones son el resultado de discusiones provocadas por el líder y, por lo tanto, tienen en cuenta la opinión del grupo. Son articuladas de acuerdo con una progresión, en la que cada etapa es situada y finalizada con claridad. Por otra parte, el líder explicita los juicios que hace y los justifica. Cuando se plantea un problema, el líder siempre sugiere varias alternativas, entre las que el grupo debe elegir. Sin participar demasiado en las actividades se esfuerza por integrarse en la vida del grupo.

— *Liderazgo de dejar hacer*: Tras haber precisado los medios y el material de que dispone el grupo, el jefe adopta un comportamiento pasivo. De

esta forma, el grupo goza de una completa libertad, aunque sabe que puede recurrir al responsable. Este último no juzga ni evalúa. Su presencia es amistosa, pero no interviene más que a petición, tomando un mínimo de iniciativas.

Los resultados obtenidos muestran con claridad que el tipo de liderazgo adoptado en un grupo determina el conjunto de sus comportamientos emocionales, sociales y cognitivos.

Es así que en los grupos con un mando autoritario predominan comportamientos de apatía o agresividad. El clima socio-afectivo de estos grupos es negativo, la cohesión débil, las tensiones internas fuertes, que favorecen la creación de sub-grupos. Al no poder liberar la agresividad contra el responsable, ésta es desviada hacia ciertos miembros del grupo o hacia el exterior, apareciendo así chivos expiatorios. Por lo que se refiere al trabajo, podemos constatar que en presencia del jefe, el rendimiento es bueno (incluso superior al de los grupos democráticos), pero presenta una fuerte tendencia a la uniformidad, reduciéndose al máximo las diferencias interindividuales. Además, en ausencia del jefe, este rendimiento se hunde y el grupo abandona a partir de ese momento toda responsabilidad o iniciativa.

En los grupos con un mando democrático, por el contrario, el rendimiento es elevado y permanece estable, incluso si el líder abandona el grupo. Esta situación permite, por otra parte, una expresión muy amplia de las diferencias individuales, siendo así los productos de calidad, pero menos uniformes que en la situación autoritaria. La satisfacción de los miembros del grupo es elevada y el clima socio-afectivo positivo, puesto que la cohesión es fuerte, estos grupos resisten en mayor medida que todos los demás las tentativas de división provenientes del exterior. La agresividad contra el jefe puede expresarse de forma directa y así no produce tensiones internas no resueltas que se inviertan fuera del grupo, como sucede en el caso anterior.

Los grupos con un mando de «dejar hacer» son los que tienen el peor rendimiento, sin que la presencia o ausencia del jefe desempeñe un papel particular. Estos grupos pueden calificarse de «activos improductivos». El clima socio-afectivo del grupo es sumamente negativo, al igual que la cohesión y el nivel de satisfacción. Al igual que en los grupos autoritarios aparecen comportamientos agresivos contra los demás, pero también hacia el exterior y chivos expiatorios.

Las investigaciones de Lewin y su equipo conocieron un considerable éxito en psicología social e industrial habida cuenta de la importancia concreta del problema estudiado. Estas investigaciones muestran no que un determinado tipo de mando sea mejor *a priori* que otro, sino que cada tipo de mando produce un clima social particular y un cierto tipo de rendimiento.

Sin embargo, resulta bastante evidente que si el objetivo del grupo es la creatividad, un mando de tipo democrático será el que ofrezca un ma-

yor rendimiento, ya que sin hipotecar la producción en sí misma, permite que se empleen puntos de vista diferentes, cuya expresión y utilización en un proceso común suponen un clima positivo, hallándose las formas concretas de este tipo de mando dictadas, lógicamente, por las coacciones de la tarea y del entorno social. El desarrollo de la creatividad de un grupo supone, en todo caso, que las nociones de autoridad y de jefe sean sustituidas por las de animador y regulador.

#### D. Minoría activa y creatividad de los grupos

Gracias a Lewin hemos visto que el grupo puede ser el apoyo o el facilitador del cambio. Pero el grupo es también, como lo han demostrado los trabajos sobre la influencia social, de los que se ha hablado en otra parte de esta obra, un extraordinario instrumento de conformismo, de sumisión, de empobrecimiento de las ideas, de limitación de la creatividad en beneficio de las normas y comportamientos mayoritarios. Los individuos no conformes tan sólo podrían elegir entre la sumisión y la desviación. Sin embargo y gracias a los trabajos de S. Moscovici (1979), vemos que la minoría es mucho más importante de lo que parece. Los trabajos más recientes de la psicología social tienden, en efecto, a demostrar que la existencia de una minoría en un grupo constituye un elemento favorable para la innovación, ya que permite trascender las normas y costumbres del grupo.

Si la mayoría implica un cambio en el sentido de que se adopte su propio punto de vista, la minoría, por su parte, desencadenaría un proceso de influencia menos visible, pero que desembocaría en ideas nuevas, diferentes, favoreciendo así la creatividad.

Una investigación muy reciente de Nemeth y Wachtler (1983) nos brinda una respuesta muy interesante para esta pregunta. La tesis general de los autores puede formularse de la siguiente manera: los miembros de un grupo serán más creativos en la medida en que se vean confrontados, dentro de este grupo, con una minoría consistente.

La consistencia de la minoría haría que los sujetos se interrogasen sobre sus propias posiciones, permitiéndoles así abordar otros aspectos de la realidad y encontrar otras soluciones, nuevas y diferentes tanto de las soluciones propuestas por la mayoría, como de las propuestas por la minoría.

Los sujetos, 162 estudiantes de psicología son convocados para tomar parte en una experiencia sobre la percepción visual. Se les muestra una serie de diapositivas en las que se encuentra una figura normalizada a la izquierda y seis figuras más complejas a la derecha. Tres de estas figuras incluyen la figura patrón, las otras tres, no. Entre estas seis figuras, una de ellas es muy sencilla e incluye, con toda evidencia, la figura patrón. Las otras cinco figu-



ras son calificadas de difíciles. La tarea de los sujetos consistirá en encontrar todas las figuras en que esté integrada la figura patrón.

La primera variable experimental es la existencia de una mayoría o de una minoría en el grupo. En la situación «mayoría», el grupo de seis personas incluye a cuatro cómplices y dos sujetos ingenuos, mientras que en la situación «minoría» incluye a dos cómplices solamente y cuatro sujetos ingenuos. Esta primera variable se cruza con una segunda variable referente a la exactitud o inexactitud de las respuestas dadas por los cómplices. Finalmente se dispone de cuatro situaciones experimentales:

1. *Minoría correcta*: La minoría constituida por los dos cómplices da dos respuestas correctas (la respuesta fácil y una respuesta difícil).
2. *Minoría errónea*: Los dos cómplices dan una respuesta correcta (la respuesta fácil) y una respuesta errónea (entre las figuras difíciles).
3. *Mayoría correcta*: La mayoría constituida por los cuatro cómplices da dos respuestas correctas (la fácil y una respuesta difícil).
4. *Mayoría errónea*: Los cuatro cómplices dan una respuesta correcta (la figura fácil) y una respuesta incorrecta (entre las figuras difíciles).

Además se prevé una situación de control en la que intervienen seis sujetos ingenuos.

Por último señalemos que el orden de toma de la palabra es controlado por un sorteo ficticio que siempre asigna el mismo sitio a los sujetos ingenuos.

Se estudiarán cuatro tipos de respuesta que constituirán las variables dependientes: elección de la respuesta «fácil», elección de una respuesta idéntica a la propuesta por los cómplices (ya sea correcta o incorrecta), elección de una respuesta nueva y correcta (es decir, que incluye la figura patrón, pero que no ha sido propuesta por los cómplices) y, finalmente, una respuesta nueva y errónea (no propuesta y que no incluye la figura patrón).

Los resultados obtenidos aparecen en la tabla I.

En ésta aparece:

— Que los sujetos siguen más la opinión de la mayoría que la de la minoría, si ambas respuestas dadas son exactas (0,01).

— Que los sujetos confrontados con una minoría dan un mayor número de *respuestas nuevas correctas* que los confrontados a una mayoría o colocados en situación de control (0,05). Al contrario, desde este punto de vista no existen diferencias entre los grupos «Mayoría» y los grupos «Control».

— Que los sujetos confrontados con una minoría dan un mayor número de respuestas nuevas (correctas o erróneas) que aquellos que se hallan en otras situaciones (0,05).

— Por último, los cuestionarios de actitud rellenados por los sujetos

TABLA I. — Resultados obtenidos por Nemeth y Wachtler (1982)

	Mayoría		Minoría		Grupo de control
	correcta	incorrecta	correcta	incorrecta	
Únicamente respuesta «fácil»	5,61	4,67	5,19	5,50	6,39
Respuesta correcta idéntica	1,44	1,94	0,67	0,58	
Porcentaje de respuestas nuevas correctas	2,47	5,55	9,26	7,02	3,92
Porcentaje de respuestas nuevas incorrectas	1,45	1,85	3,50	2,22	1,93
Porcentaje de respuestas nuevas	1,74	3,82	5,12	4,77	2,78

tras la experiencia dan testimonio de una mayor insatisfacción, de un mayor apuro y de una mayor frustración en las situaciones mayoritarias que en las situaciones de minoría.

Estos resultados muestran que la influencia mayoritaria y la influencia minoritaria descansan en dos procesos distintos:

— La mayoría es, de hecho, muy eficaz a la hora de llevar a los sujetos hacia las soluciones correctas que propone, es decir, hacia un conformismo estricto. Por el contrario, si la minoría provoca en mucha menor medida dicho comportamiento, permite en cambio una descentración, un análisis que toma en consideración todos los elementos propuestos, que favorece la producción de soluciones nuevas, a menudo exactas. Por otra parte resulta interesante constatar que estos efectos son independientes del tipo de solución y de la validez de las respuestas propuestas: el proceso puesto de manifiesto permanece estable independientemente de que las respuestas sean correctas o incorrectas.

— La presencia en un grupo de una minoría activa y consistente debe considerarse como un factor particularmente favorable para la creatividad del grupo. Este resultado permite explicar los obtenidos por Moscovici y Lage (1978) que indican que la influencia de la minoría es mucho más fuerte en los contextos donde la norma es la búsqueda de originalidad, que en los

contextos de búsqueda de «objetividad». Por ello, estos trabajos resultan particularmente importantes, pues permiten relacionar los procesos y efectos de la influencia social —mayoritaria o minoritaria— con las normas y el contexto de la interacción, a la vez que permiten definir la situación de creatividad como una situación de interacción específica que se somete y produce procesos que le son propios.

### E. Tarea y creatividad de los grupos

Todas las investigaciones que vamos a presentar ahora estudian las relaciones que unen la naturaleza de la tarea efectuada por el grupo con el comportamiento socio-afectivo y cognitivo de este último. Al parecer, los fenómenos de grupo son determinados de forma directa por cuatro sistemas de adecuación que estudiaremos sucesivamente.

#### a. Adecuación modelo de la tarea—red de comunicación: Flament (1965)

Se denomina red de comunicación al conjunto de posibilidades efectivas de comunicación entre los miembros de un grupo, conjunto que puede representarse mediante un gráfico (véase figura 1).

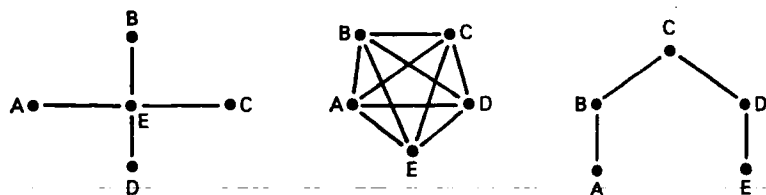


FIG. 1. — Ejemplo de redes de comunicación

Un gran número de investigaciones efectuadas en Estados Unidos en los años cincuenta se habían esforzado por mostrar cómo el rendimiento de un grupo, el tipo de líder y de comunicaciones eran determinados por la red de comunicación impuesta al grupo. Estos resultados son contradictorios, ya que en ellos, por ejemplo, la red centralizada parece favorecer y perturbar al mismo tiempo el rendimiento del grupo. Corresponderá a C. Flament (1965) resolver estas contradicciones, introduciendo un nuevo concepto en el estudio

de los grupos: el concepto de *modelo de la tarea*. El modelo de la tarea se realiza mediante un análisis lógico-matemático de los procesos de comunicación necesarios para la realización óptima. Así pues, se trata del conjunto de las comunicaciones mínimas que resultan necesarias si tomamos en consideración la naturaleza de la tarea. Flament indica que el rendimiento de un grupo es óptimo cuando existe isomorfismo entre la red de comunicación y el modelo de la tarea. En otras palabras, la red de comunicación carece de propiedades específicas y siempre debe estar unida al tipo de tarea efectuado. De este modo, nos encontramos en presencia del primer sistema de adecuación que rige los fenómenos de grupo: la adecuación modelo de la tarea-red de comunicación.

#### b. Adecuación naturaleza de la tarea—estructura del grupo

Faucheux y Moscovici (1960) tampoco se interesan por las redes de comunicación —todos sus grupos funcionan en situación de cara a cara, es decir, en red completa— sino por las relaciones que unen la estructura de una tarea con las comunicaciones intercambiadas efectivamente dentro del grupo.

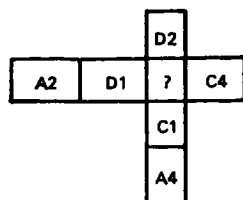
Sus grupos experimentales, constituidos por cuatro sujetos, serán confrontados sucesivamente con dos tipos de tarea:

- una tarea de resolución de problema: las figuras de Euler;
- una tarea denominada de creatividad: los árboles de Riguet.

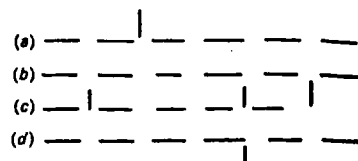
→ *Las figuras de Euler*. — Se presentan al sujeto planchas con dibujos de figuras obtenidas cruzando líneas y columnas (véase figura 2), que forman un tablero. En cada casilla hay una letra (A, B, C, D) y un número (1, 2, 3, 4). Sabiendo que no puede haber la misma letra y el mismo número en una línea o en una columna y que las combinaciones A1, B2, C3 y D4 están prohibidas, los sujetos deben descubrir la combinación *x* que completa el tablero. Así pues, se trata de una tarea que precisa la intervención de un algoritmo simple de resolución que permita descubrir la única respuesta correcta.

→ *Los árboles de Riguet*. — Se trata de que los sujetos «combinen siete palillos a fin de construir figuras diferentes. Una figura es diferente de otra si la manera como están unidos los palillos no permite que mediante una rotación se encuentre una figura ya propuesta» (véase figura 2). Excluyendo las estructuras cerradas únicamente se pueden construir 23 figuras diferentes. Esta tarea, más compleja que la anterior, deja un lugar importante a los procesos de inferencia e invención en la medida en que el método utilizable para descubrir todas las estructuras reviste tal dificultad que nunca es descubierto.

Ambas tareas precisan comportamientos de grupo específicos. La tarea de resolución de problema (Euler) supone, de hecho, una organización, una coordinación habida cuenta de la necesidad de emplear una estrategia común.



Ejemplo de figura de Euler  
(Respuesta correcta: B<sub>1</sub>)



Ejemplos de árboles de Riguet.  
(a y d son idénticas,  
pero a ≠ b, ≠ c)

FIG. 2.—Tareas utilizadas por Faucheux y Moscovici (1960)

Por el contrario, en la tarea de creatividad (Riguet), los procedimientos individuales no coordinados con los otros pueden desarrollarse sin impedir la realización del objetivo, todo lo contrario, siempre y cuando sean simplemente restituidos después y controlados por el grupo. De esta manera, las coacciones y necesidades cognitivas de la tarea son radicalmente diferentes.

Por ello, los autores adelantan la hipótesis de que esas coacciones son precisamente las que determinarán la dinámica del grupo. «Entre la naturaleza de la tarea, la estructura de las comunicaciones dentro del grupo y su capacidad para resolver un problema existen relaciones unívocas.»

Los resultados (véase tabla II) confirman estas hipótesis. Constatamos que la tarea de resolución de problema favorece la aparición de estructuras de grupo centralizadas, mientras que la tarea de creatividad conlleva una mayoría de estructuras de grupo homogéneas.

TABLA II.—Principales resultados de Faucheux y Moscovici (1960)

	Problema	Creatividad	Problema	Creatividad
Estructura centralizada	0,66 (8)	0,33 (4)	0,45	0,37
Estructura no centralizada	0,33 (4)	0,66 (8)	0,19	0,60
	Estructuras de grupos obtenidas		Frecuencia de éxito	

Por otra parte, el rendimiento del grupo alcanza su punto máximo cuando adopta la estructura de comunicación correspondiente a las exigencias de la tarea (centralizada para el problema, no centralizada para la creatividad). Además, cada tipo de tarea produce un tipo de comunicación particular en el grupo: «comunicaciones-discursos» (dirigidas hacia el conjunto del grupo y que contienen esencialmente informaciones) en situación de resolución de problema, «comunicaciones-intercambios» (interindividuales, generales, críticas) en situación de creatividad. Por último, constatamos que los grupos que han adoptado cierta estructura de comunicación al realizar la primera tarea, cambian de estructura para realizar la segunda, adecuándose a las exigencias de la nueva tarea, es decir, a fin de lograr un mejor rendimiento.

Este conjunto de resultados muestra con claridad que la naturaleza de la tarea es la que determina las estructuras de los grupos y sus comunicaciones y que el rendimiento resulta óptimo cuando existe isomorfismo entre tarea y estructura de grupo. Este rendimiento es determinado por un segundo sistema de adecuación: la adecuación naturaleza de la tarea-estructura de las comunicaciones.

### c. Adecuación naturaleza de la tarea—estructura social

Completando los análisis precedentes, las investigaciones de Poitou y Flament (1967) estudian la interacción entre la estructura social —definida tanto a partir de los tests sociométricos como mediante las diferencias de status dentro del grupo— y el modelo de la tarea. Aquí no presentaremos en detalle el dispositivo experimental ni la tarea que son bastante complejos. Digamos rápidamente que grupos de tres sujetos, cuya organización social difiere, son confrontados con una tarea —de tipo batalla naval— que supone una cierta subordinación funcional de algunos de los miembros del grupo.

La hipótesis global de los autores, verificada por la experiencia, consiste en afirmar que los equipos cuya estructura social es isomorfa respecto al modelo de la tarea son los que mayor éxito tendrán. Así, vemos que existe «un principio de adecuación funcional entre la estructura de la tarea y la estructura social del grupo. A una estructura social de grupo corresponde un conjunto de tareas que el grupo puede realizar con rendimiento óptimo... Por otra parte, la adecuación del grupo a su tarea refuerza la estructura social» (Poitou y Flament, 1967, pág. 494). De este modo queda demostrado el tercer sistema de adecuación, el existente entre la tarea y la estructura social.

**d. Adecuación representación de la tarea—naturaleza de la tarea**

Todas las investigaciones citadas anteriormente han destacado el papel que desempeña la estructura objetiva de la tarea. No obstante, nos ha parecido que dejaban a un lado una dimensión de gran importancia de la situación: la dimensión simbólica. De dar por buenos esos resultados, el conocimiento de tan sólo los factores objetivos de la situación (red, tarea, estructura social) debería permitir conocer y predecir el conjunto de la dinámica socio-cognitiva del grupo. En nuestra opinión, esto equivale a no tener en consideración que toda realidad, cualquiera que sea, siempre es apropiada por los individuos, es decir, que de hecho únicamente existen *realidades representadas* por los individuos o los grupos. Para demostrar este papel de las representaciones se ha elaborado una investigación experimental (Abric, 1971) que precisamente toma en consideración la representación de la tarea y cuya hipótesis central afirma que no es la estructura efectiva de la tarea la que determina los comportamientos, sino la representación que se hace el grupo de dicha tarea. La representación de la tarea puede ser definida, según esta hipótesis, «como la teoría o sistema de hipótesis que los individuos elaboran sobre la naturaleza de la tarea, su finalidad, los medios que hay que emplear para realizarla y los comportamientos necesarios para la eficacia».

Los grupos experimentales están constituidos por cuatro personas que deben llevar a cabo una de las dos tareas de la experiencia de Faucheux y Moscovici (1960), es decir, ya sea una tarea de resolución de problema (figuras de Euler), o bien una tarea de creatividad (árboles de Riguet). En cada tarea, el experimentador provoca dos representaciones diferentes, mediante cuestionarios inductores y presentaciones diferentes de los trabajos del laboratorio:

- una representación «resolución de problema» en la que se dice al grupo que deberá tratar sobre algunos problemas basados en la deducción, el método, el pensamiento riguroso;
- una representación «creatividad», en la que la tarea aparece como una creación, basada en la intuición, la originalidad, la invención.

La combinación de ambas variables: tipo de tarea y naturaleza de la representación de la tarea, define cuatro situaciones experimentales: dos situaciones de adecuación:

- 1) tarea problema—representación problema;
- 2) tarea creatividad—representación creatividad;

y dos situaciones de inadecuación:

- 3) tarea problema—representación creatividad;
- 4) tarea creatividad—representación problema.

Se verifican las principales hipótesis de la investigación y muestran que:

- la representación de la tarea es la que determina el rendimiento del grupo. Dos representaciones diferentes de una misma tarea implican dos rendimientos diferentes;
- el rendimiento del grupo resulta óptimo en las situaciones de adecuación entre la representación y la naturaleza de la tarea (véase tabla III).

TABLA III. — *Media de las respuestas correctas de la experiencia de Abric (1971)*

		Naturaleza de la tarea		Nota máxima: 20 por problema 23 por creatividad
		Problema	Creatividad	
Representación de la tarea	Problema	13,5	19,1	
	Creatividad	11,4	20,3	

— Es la representación de la tarea y no la estructura efectiva de esta tarea, lo que determina la estructura de las comunicaciones e intercambios dentro del grupo: dos representaciones diferentes de la misma tarea conllevan dos diferentes estructuras de grupo, ya que la representación «creatividad» favorece el surgimiento de estructuras no centralizadas, incluyendo aquellas situaciones en que el grupo resuelve un problema y en que la naturaleza de la tarea (véase Faucheux y Moscovici, 1960) debería conllevar, por tanto, únicamente estructuras jerarquizadas de comunicaciones. Por lo que se refiere a la representación «problema», ésta favorece la aparición de estructuras jerarquizadas, incluso en las situaciones en que el grupo es confrontado con una tarea efectiva de creación que debería provocar estructuras homogéneas. De este modo, la representación de la tarea desempeña un papel determinante en la dinámica del grupo. Salvo en las situaciones en que la estructura de la tarea es tan evidente que prohíbe las representaciones diferentes de realidad: es en dichas situaciones y sólo en ellas cuando la naturaleza de la tarea resulta decisiva. Por el contrario, mientras más ambigua y compleja sea la tarea, más decisivo será el papel desempeñado por las representaciones.

— La representación de la tarea determina el procedimiento cognitivo que adopte el grupo. De esta forma, la representación «problema» favorece

las actividades de control, mientras que la representación de creatividad favorece una producción más heterogénea, pero más original. Así, la representación determina el tipo de actividad que será dominante en el grupo y, por consiguiente, provoca la realización de un producto específico por parte del grupo.

Podemos interpretar el conjunto de estos resultados diciendo que ponen de manifiesto la existencia de un cuarto sistema de adecuación que rige los fenómenos de grupo: el rendimiento del grupo será óptimo si tiene lugar la adecuación representación de la situación—naturaleza de la tarea.

### F. Evaluación, competencia y creatividad de los grupos

Incluso si la tendencia dominante en psicología social consiste en considerar que la evaluación frena la creatividad de los grupos, resulta forzoso reconocer que muy pocos resultados experimentales han venido a apoyar esta hipótesis. Por lo que respecta a los efectos de la competencia intragrupal o intergrupala, no parece que podamos desprender de los contradictorios resultados obtenidos hasta ahora una orientación o conclusiones coherentes. Un problema suplementario reside en que tras el término de creatividad pueden estudiarse fenómenos de naturaleza o dimensiones diferentes de un mismo fenómeno. Ahora bien, al parecer, precisamente estas variables —contexto de evaluación, competencia— son susceptibles de actuar de forma diferenciada sobre los diferentes componentes del proceso creativo. Una experiencia bastante reciente de J. Glover (1979) nos parece que ilustra y demuestra perfectamente este punto de vista.

La experiencia estudia los efectos respectivos de tres situaciones de grupo:

- una situación en que se valoriza el rendimiento del grupo, en un contexto de evaluación y de competencia intergrupala;
- una situación en que se valoriza el rendimiento individual, dentro de un contexto de evaluación y competencia intragrupal;
- una situación carente de dimensión de rendimiento (individual o de grupo) y en la que tampoco hay ningún tipo de evaluación o de competencia intergrupala o intragrupal.

Los sujetos, repartidos en grupos de seis personas, deben llevar a cabo una tarea clásica en los tests de creatividad: encontrar todas las utilidades posibles de un objeto determinado. En una primera fase, todos los grupos trabajan dentro de un mismo contexto de no-evaluación y de no-competencia; luego el experimentador introduce, en la segunda fase, las consignas

que crean las tres condiciones experimentales. El interés del trabajo de Glover reside en que aborda no los rendimientos brutos de los grupos, sino los resultados obtenidos en cuatro dimensiones diferentes de este rendimiento:

- la fluidez, es decir, el número de respuestas diferentes;
- la flexibilidad, es decir, el número de diferentes tipos de respuestas;
- la riqueza de elaboración, es decir, la evaluación de la capacidad para enriquecer una respuesta;
- la originalidad, definida por la rareza de las respuestas propuestas.

Los resultados indican que cada contexto tiene un efecto específico sobre las diferentes dimensiones cognitivas de la tarea (véase tabla IV).

— El contexto no evaluativo favorece la riqueza y la originalidad de la producción del grupo y reduce, por el contrario, su fluidez y su flexibilidad.

— El contexto evaluativo-competitivo, por su parte, favorece la fluidez y la flexibilidad del grupo, inhibiendo su riqueza de elaboración y de originalidad.

— En las situaciones competitivas, evaluativas, la centración en el grupo conlleva una fluidez y una flexibilidad superiores a la obtenida cuando el grupo se centra en los individuos. Por el contrario, esta diferencia de centración no interviene en el proceso de elaboración y de originalidad.

TABLA IV. — *Naturaleza de los rendimientos de grupo obtenidas por Glover (1979)*

Situaciones	Tipo de rendimiento			
	Fluidez	Flexibilidad	Riqueza de elaboración	Originalidad
Evaluación, competencia, concentración en el grupo	++	++	—	—
Evaluación, competencia, concentración en el individuo	+	+	—	—
No-evaluación				
No-competencia	—	—	++	++

De estar confirmados por otras investigaciones, estos resultados nos parecerían de gran importancia, ya que nos permitirían desprender un análisis nuevo de la creatividad de los grupos, donde el análisis de los procesos cognitivos que intervienen en la creatividad desempeñaría un papel deter-

minante, permitiéndonos eventualmente explicar las contradicciones que revelan ciertos resultados.

### G. Métodos y técnicas de creatividad en grupo

Dejemos a un lado las investigaciones experimentales y abordemos la creatividad desde una óptica diferente: la de una multitud de métodos destinados a liberar los potenciales de cada uno, a inventar nuevas soluciones, a descubrir el eslogan original que va a multiplicar las ventas del negocio... Abandonando el laboratorio y su austero universo, penetramos en el mundo de la expresión espontánea, liberadora, donde el buen humor, la risa, el estado de ánimo y el rechazo del juicio aparecen como condiciones necesarias, indispensables, para el desarrollo de la creatividad.

En efecto, todas las técnicas de creatividad, sean las que sean, persiguen un mismo objetivo: eliminar las coacciones afectivas, sociales o cognitivas que frenan la imaginación creadora. Entre los principales obstáculos contra la creatividad figuran:

- las tradiciones y costumbres individuales y colectivas; por consiguiente hay que acabar con las resistencias al cambio;
- la autoridad, el peso de los status y de los roles: habrá que intentar hacer desaparecer la sumisión a la autoridad, ya sea la de un jefe o la de un experto;
- el universo de las normas sociales y cognitivos: habrá que vencer las resistencias al cambio;
- la razón y sus reglas de funcionamiento, sus marcos y sus barreras: habrá que abandonar el comportamiento racional o suspenderlo durante las fases de creación.

Para eliminar estos obstáculos se han elaborado diversas situaciones, todas las cuales persiguen el mismo objetivo: la liberación de la espontaneidad considerada como el fundamento del pensamiento creador. De ahí la importancia de esa atmósfera lúdica y calurosa, de ahí la utilización de todos los medios de estimulación intelectual y afectiva en un intento de volver a encontrar o crear una actitud y una perspectiva nueva de las cosas y de las ideas que se admiten comúnmente.

Por supuesto, en el espacio de este capítulo no podremos presentar todas estas técnicas. No obstante, la mayoría de ellas no son sino variantes de los cuatro grandes métodos que hemos elegido presentar.

#### a. El brainstorming y las técnicas derivadas

Elaborado en 1938 por Osborn (1958, 1965), por ese entonces director de una agencia de publicidad de Estados Unidos, el *brainstorming* es una técnica simple que ha tenido y aún tiene un considerable éxito. Utilizado por la mayoría de los servicios públicos de ese país, por una multitud de empresas y organizaciones, el *brainstorming* continúa siendo, aunque asociado a sus técnicas derivadas, uno de los principales instrumentos del *marketing*.

1 / *El método*. — El *brainstorming* se apoya en dos principios o postulados básicos:

- a / es necesario disociar la función de producción e investigación de las ideas de la función de evaluación y de juicio (positivo o negativo);
- b / la liberación de la creatividad se lleva a cabo preferentemente en grupo, siempre que esas reuniones sean animadas y organizadas de forma correcta.

La técnica en sí precisa tres fases:

La *primera fase* se refiere a la preparación. Se trata, además de constituir un grupo de diez a doce personas (de ser posible heterogéneo), de delimitar el tema que se va a estudiar. Los problemas complejos deben descomponerse en una serie de sub-problemas que serán estudiados sucesivamente.

La *segunda fase* está constituida por la sesión de *brainstorming* propiamente dicha, cuya duración oscila entre media hora y una hora. Es llevada a cabo por dos animadores. El objetivo que se ha fijado al grupo consiste en producir ideas siguiendo las cuatro reglas siguientes:

— Todo juicio crítico (positivo o negativo) queda prohibido durante la sesión.

— Estímulo de la imaginación libre: deben formularse todas las ideas, incluyendo las más extravagantes e irrealistas.

— Lo que se busca es la cantidad de ideas, no su calidad.

— Por último, se fomenta el plagio de las ideas de los demás, es decir, que se pueden asociar, combinar o proseguir las ideas emitidas por el resto del grupo.

En la *tercera fase*, realizada tras la sesión por un pequeño grupo que puede ser diferente, se efectuará el trabajo de clasificación, selección y juicio de la producción. Podemos considerar que, en promedio, un 10 % de las ideas emitidas en una sesión de *brainstorming* son utilizables.

2 / *Técnicas derivadas*. — La idea central de Osborn es que la asociación de ideas desempeña un papel central en la creatividad. De esa manera, las

mejores ideas provendrían de combinaciones y asociaciones basadas en las similitudes, los contrastes y las contigüedades. Esta investigación puede efectuarse de forma libre, pero también puede ser facilitada por métodos de interrogatorio que se utilizarán por sí solos o asociados a una sesión de *brainstorming*:

*Método de las listas inductoras*: consiste en producir ideas partiendo del siguiente boceto, base de reflexión y de descubrimiento para nuevas utilidades de un objeto, por ejemplo: modificar, ampliar, adaptar, disminuir, sustituir, reorganizar, invertir, combinar.

*Método de supresión o transformación de elementos existentes*: consiste en producir ideas a partir de situaciones imaginarias relacionadas con el tema u objeto estudiado. Por ejemplo, qué pasaría si «la electricidad desapareciera súbitamente del planeta» o «si apareciera un segundo pulgar en su mano derecha» o «si el precio del pan y de la harina fuera multiplicado por cien», o si «todos los ciudadanos estuvieran obligados a jugar al póquer una hora por semana», etc. Este método también puede utilizarse tanto para lanzar una búsqueda de ideas sobre un tema, al igual que como método pedagógico de formación en creatividad, ya que estimula una descentración cognitiva hacia la flexibilidad, hacia la originalidad.

3 / *Verificaciones experimentales*. — El *brainstorming* es uno de los contados métodos de creatividad que ha dado lugar a investigaciones de validación. Precisemos que los resultados de estas investigaciones (véase Rouquette, 1976) resultan sumamente decepcionantes para sus partidarios. En efecto, si bien el primer postulado de Osborn, el papel positivo de la consigna de disociación emisión de ideas-juicios, ha sido ampliamente verificado, no sucede otro tanto con el segundo sobre el interés de la situación de grupo. Sin entrar en el debate de la comparación entre grupo e individuo, parece que en las tareas estudiadas en el laboratorio la situación de *brainstorming* en grupo no se revela mejor, lejos de ello, de las situaciones de producción individual.

#### b. La sinéctica

El método sinéctico se basa esencialmente en la utilización consciente y organizada de la metáfora. Tiene por objetivo la formación del pensamiento creador en situación de grupo y, más tarde, su utilización para resolver problemas concretos.

La idea central de Gordon (1965) y su método es que el empleo heurístico de la metáfora constituye el fundamento de la creatividad. A partir de ahí, se enseñará al grupo y se le llevará a que reúna, combine y aproxime elementos que, aparentemente, carecen de relación entre sí. Así pues, se trata de un

procedimiento que pretende «hacer familiar lo insólito e insólito lo familiar». Procedimiento que se lleva a cabo de forma colectiva, utilizando la dinámica del grupo; procedimiento que precisa la creación de una atmósfera distendida, de juego y placer, que pretende devolver a los participantes la visión y las actitudes del niño ante la realidad: «El juego, en tanto que actitud de espíritu y facultad de invención, es, entre los adultos, la copia exacta de las actitudes y facultades del niño: para el adulto tan sólo se trata de saber cómo volver a encontrar el estado de la infancia. Mientras que generalmente consideramos «infantil» al adulto a quien le gusta jugar, la sinéctica considera que esta disposición debe, al contrario, cultivarse y explotarse deliberadamente a fin de favorecer la actividad creadora» (Gordon, *op. cit.*, pág. 87).

El trastorno de los puntos de vista, la nueva visión deseada tendrá lugar mediante una técnica que consiste en utilizar de forma sistemática tres tipos de analogías:

*Analogía personal*. — Esta consiste en pedir a los participantes que se identifiquen con un elemento del problema estudiado y que se imaginen las reacciones, comportamientos y posturas que desarrollarían en dicho caso. De esta forma, los miembros del grupo podrán, dependiendo del tipo de los problemas, identificarse, por ejemplo, con una molécula, un pistón, una bicicleta, etcétera.

*Analogía directa*. — Consiste en emplear, en una campo o disciplina, los conocimientos de otra disciplina. Por ejemplo, se hará referencia a la biología animal para estudiar los problemas que presenta el lanzamiento de torpedos submarinos: los conocimientos de un campo conocido son transpuestos para encontrar las soluciones de un problema en otro campo.

*Analogía simbólica o fantástica*. — Consiste en sustituir un objeto problemático por una imagen simbólica (la bola de cristal por un test psicológico, por ejemplo) o por imágenes oníricas basadas en lo maravilloso, lo fantástico, la irracionalidad, etc. Así pues, se trata de dejar libre impulso a la ilusión, al lenguaje poético, al sueño, de manera de provocar la producción de nuevas ideas o de una nueva forma de abordar el problema.

El método sinéctico necesita de grupos lo más heterogéneos posibles, a los que privilegia, a fin de aumentar las diferencias de opinión. Por otra parte, sus miembros son seleccionados, partiendo de tests y entrevistas, en base a sus «aptitudes metafóricas» y de sus capacidades de descentración personal y cognitiva. La formación se extiende a lo largo de varios meses y comprende tres grandes fases. En un primer tiempo, el grupo reacciona con la mayor espontaneidad posible ante el problema planteado, problema que intenta identificar en todos sus aspectos, incluidos los más extravagantes. Esta fase desemboca en un identificación de las dimensiones que hay que tratar. La segunda fase es una fase de producción que se centra en la utilización sistemática del procedimiento analógico. Finalmente, en una tercera fase, se



«regresa a lo real» para estudiar las diversas soluciones consideradas y adaptar las soluciones analógicas al problema concreto.

Al igual que el *brainstorming*, el método sinéctico ha conocido un gran éxito y actualmente aún es muy utilizado, ya sea en su forma «clásica» o bien en formas derivadas como el método «Interlog» (véase Jaoui, 1975) o el «biónico» (véase Gérardin, 1971).

### c. El análisis morfológico

El análisis morfológico se basa en la utilización sistemática de las combinaciones, considerándose la actividad creadora como la exploración que combina un conjunto de elementos existentes y relacionados con un problema determinado. De esta forma se intenta descubrir cómo estos elementos pueden combinarse, asociarse y qué tipos de soluciones producirían dichas combinaciones. Así se constituyen auténticas «matrices de descubrimiento» que permiten una exploración sistemática del universo de los posibles (véase Kaufman *et al.*, 1970).

En una primera fase, el grupo (aunque, lógicamente, este procedimiento también puede utilizarse en situación individual) tiene por objetivo estudiar el problema intentando antes que nada plantearlo en los términos más amplios y generales que sea posible y luego enumerando todos los elementos (o todas las dimensiones) que configuran este problema general. Por último, se descompone cada elemento en sus diversos parámetros.

Una vez establecida una matriz (o varias) —es decir, una tabla de doble entrada donde figure la lista de todos los elementos— la segunda fase consistirá en estudiar todas las soluciones posibles que correspondan a la combinación de dos en dos de cada variable. Es en esta fase cuando la creatividad del grupo se puede desarrollar, favorecida, estimulada y canalizada por el boceto de exploración sistemática definido por la matriz.

En una tercera fase se estudiarán y elegirán —en función de las exigencias técnicas, legales, financieras— las soluciones que hay que dar al problema.

De este modo podemos ver que este método resulta pesado —incluso si la fase de combinación es llevada a cabo por un ordenador—, pero actualmente parece sufrir una amplia expansión, incluso si se disponen de muy pocos resultados precisos habida cuenta de que su aplicación tiene lugar sobre todo en sectores «de punta», de por sí muy discretos: industria aeroespacial, astronomía, física, etcétera.

### d. Los métodos «clínicos»

Bajo este título reunimos un último tipo de métodos, igualmente muy extendidos, todos los cuales se hallan muy próximos de la terapia de grupo, si bien con objetivos radicalmente diferentes, como resulta lógico. Por ello, estos métodos requieren uno o varios animadores sumamente competentes y controlados.

1 / *Métodos basados en el juego de rol.* — Cada miembro del grupo se identifica con un personaje determinado o con un objeto del problema. Entonces interpreta, por ejemplo, el comportamiento que este objeto pudiera desarrollar, en eventual interacción con otros miembros del grupo identificados con otros objetos. Si no se interpreta dicho papel, se puede simplemente pedir a los participantes que se expresen durante unos diez minutos en nombre del objeto con el que se han identificado. En ambos casos, una parte del grupo observa lo que sucede y se dice, e intenta relacionarlo con el problema concreto que se está estudiando.

2 / *El sueño despierto dirigido.* — Realizado con un grupo muy reducido (un máximo de diez personas) este método consiste en situar a los participantes en un estado intermedio entre el estado despierto y el sueño, estado que se obtiene utilizando el entorno (los participantes se acuestan en una habitación casi a oscuras) y mediante ejercicios de relajación adecuados. La sesión dura entre una y dos horas. Al principio de la sesión, el animador propone imágenes y temas neutros, que poco a poco se van aproximando al problema estudiado y los miembros del grupo reaccionan a través de ilusiones relacionadas con los temas propuestos. Tras de ello, estas asociaciones e ilusiones son tratadas y analizadas por el grupo, el animador y los observadores de la sesión.

Resulta evidente que todos estos métodos pretenden reducir las defensas y las racionalizaciones de los individuos a fin de permitirles «desbloquear» su potencial creativo y acceder a imágenes o asociaciones más profundas. E igualmente resulta comprensible que dichos métodos tengan un gran éxito en los estudios de *marketing* y publicidad, campo en que la investigación de las reacciones y motivaciones ocultas sigue siendo predominante. No obstante se comprenderá que el desarrollo de estos métodos y su utilización incontrolada planteen problemas deontológicos de gran seriedad.

### H. Conclusiones

Como acabamos de ver, a pesar de lo reducido de nuestra exposición, las técnicas de creatividad no escasean y la imaginación de los «aplicadores»

es particularmente fecunda, incluso a la hora de definir lo que ellos pretenden que es la ciencia de la creatividad, denominada «creática», «invéntica», «creargia», etc. Como también sabemos, el problema de la innovación se está convirtiendo en un problema de creciente importancia. Y esta innovación pasa por el trabajo de equipo, ya que este último se ha generalizado tanto en las empresas como en la investigación científica, la pedagogía y todos los dominios de la vida económica y social. Pues bien, a pesar de ello, la investigación tanto teórica como empírica sobre la creatividad de los grupos apenas se encuentra en sus balbucesos. Como señalan McGrath y Kravitz (1982) en la reseña de más reciente publicación sobre las investigaciones sobre los grupos, aún queda todo por hacer en este terreno o casi todo. Ya que aparte de un breve período que corresponde a la difusión y el éxito del *brainstorming*, este tema aún sigue siendo un tema maldito de la psicología social por razones que pueden deberse a la dificultad de la experimentación y de operacionalización de la creatividad, pero también a la complejidad del proceso en sí, en el que intervienen de forma conjunta las variables cognitivas, afectivas y sociales. Sin embargo, nos parece que la psicología social no podrá desinteresarse durante demasiado tiempo de este problema y que puede aportar —en particular gracias al procedimiento experimental que nos parece particularmente adaptado a este tipo de cuestión— respuestas fundamentales para el desarrollo social y económico. El estudio de la creatividad de los grupos nos parece que tendrá que convertirse en uno de los temas dominantes de investigación de nuestra disciplina en los próximos años.

### A. Decisiones de los individuos y decisiones de los grupos

#### a. Todos nosotros somos miembros de un grupo

Cada uno de nosotros participa, con mayor o menor frecuencia, en reuniones de comités y grupos varios. En ocasiones lo hacemos por gusto, otras para llevar a cabo un trabajo y otras para tomar una decisión. En este capítulo nos ocuparemos de este último caso. Se trata de situaciones en que debemos tomar una decisión, para lo cual ningún método científico ni jurídico permite fijar *a priori* qué regla seguir, ni cuál es la mejor solución. Más bien al contrario. En tales situaciones existen varias reglas y varias soluciones, casi tan buenas las unas como las otras. Así pues, resulta imposible evaluar las decisiones tomadas en relación con una sola norma explícita que sería, por ejemplo, de naturaleza moral, científica o política. Esto no significa que tales decisiones carezcan de importancia. Como veremos en seguida, estas decisiones pueden ser de la mayor importancia.

Pero el lector nos preguntará: ¿por qué el psicólogo se interesa por estas tomas de decisiones? ¿Acaso porque tienen lugar en grupo? No, no es por eso. ¿Acaso porque deseamos saber cómo una suma de individuos elige una solución entre varias? En parte es eso. El psicólogo se interesa por este tema por dos razones: una práctica y otra teórica. La razón práctica es la siguiente. Las decisiones de grupo a menudo resultan decepcionantes e inapropiadas. Todos los miembros desean llegar a un acuerdo, pero también quieren hacer oír su propia opinión. De este modo, negocian y concluyen compromisos. El producto final es, con frecuencia, una mezcla en la que no cree ninguno de los miembros del grupo. Esto tiene por resul-

tado que mucha gente considere que las reuniones son algo totalmente inútil, una pérdida de tiempo y termine por no asistir a ellas. Uno deja de interesarse por estas reuniones, deja de asistir a ellas y, así, las decisiones del grupo son sustituidas gradualmente por las preferencias de un solo individuo.

La razón teórica de todo ello resulta evidente. A menudo se piensa que los grupos toman sus decisiones de la misma manera que los individuos. En tal caso, se supone que cada uno de los participantes es un individuo racional y moral. Juntos no hacen sino sopesar las ventajas e inconvenientes de cada solución. Para elegir, en definitiva, la que presente las mayores ventajas y los menores inconvenientes. Si las cosas fuesen así, las decisiones de varias personas y las de una sola serían de la misma naturaleza, se adoptarían de la misma manera. En la mayor parte de los casos girarían alrededor del promedio, del compromiso entre las opiniones y las preferencias de cada individuo. Pero las cosas no suceden de esta forma. Y como acabamos de indicar, los compromisos, al intentar satisfacer a todo el mundo, no satisfarán a nadie. En pocas palabras, existe una diferencia entre las decisiones de los individuos y las decisiones de los grupos. Veamos ahora en qué consiste dicha diferencia.

#### b. Decisiones Individuales y decisiones colectivas

En un libro por demás célebre, Irving Janis (1972) estudia la manera cómo los comités de gobierno de Estados Unidos han tomado sus decisiones. Y ello en situaciones dramáticas: durante los inicios de la Segunda Guerra Mundial ante un ataque japonés, durante la guerra de Corea, durante la preparación de una invasión de Cuba y así sucesivamente. Recordemos brevemente las decisiones tomadas por el gobierno de Estados Unidos en cada una de estas históricas circunstancias. En seguida resumiremos con Janis las razones principales por las que estas decisiones colectivas terminaron en fracasos.

Durante las primeras horas del 7 de diciembre de 1941, gran parte de la flota norteamericana con base en Pearl Harbour, en el Pacífico, fue destruida por un ataque aéreo japonés. Las autoridades militares norteamericanas habían calculado que, por razones técnicas y estratégicas, la flota de Pearl Harbour estaba fuera del alcance de semejante ataque. Una de las razones aducidas para justificar este convencimiento era que, llegado el caso, los aviones enemigos serían detectados con suficiente antelación como para que se les impidiera llegar a su objetivo. Las investigaciones históricas ya han demostrado que los servicios especializados habían detectado efectivamente, en la zona en cuestión, submarinos enemigos y aviones no identificados. Estas indicaciones, recibidas a tiempo para desencadenar el estado de alerta máxima, habían sido simplemente menospreciadas por el Estado

Mayor, tan fuerte era la creencia del mando militar en la invulnerabilidad de la flota norteamericana con base en el puerto de Pearl Harbour.

En el otoño de 1950, cuando las tropas del general norteamericano Mac Arthur atravesaron el paralelo 38 que separaba a Corea del Sur de Corea del Norte, un comité al que pertenecían las más altas instancias políticas y militares de Estados Unidos había dado el visto bueno a esta iniciativa que pretendía poner al régimen de Corea del Norte bajo el control del gobierno pronorteamericano de Corea del Sur. Pero el 28 de noviembre del mismo año, tropas chinas atacaron con gran fuerza, invirtiendo la situación de la contienda y amenazando con expulsar al ejército de Estados Unidos de toda Corea. Era evidente que los responsables americanos habían subestimado la probabilidad de una intervención armada china.

Dos días después de instalarse en la Casa Blanca en enero de 1961, el presidente John Kennedy fue informado de que bajo la presidencia de su predecesor se habían preparado planes para la invasión de Cuba. Los servicios secretos habían reclutado y entrenado para este fin a una brigada de 1400 exiliados cubanos, apoyados logísticamente por el ejército norteamericano, que invadió la bahía de Cochinos, en las costas de Cuba, el 17 de abril de 1961. La operación fue un desastre. Al tercer día, toda la brigada fue puesta fuera de combate. Resulta evidente que los responsables del gobierno de Washington, reunidos en comité, habían subestimado la capacidad de respuesta del ejército cubano y sobrestimado el recibimiento favorable que los invasores recibirían por parte de los oponentes al régimen de Fidel Castro. El comité que incluía a unos diez expertos, había cometido otros varios errores, como el de no haber dejado abierta una posibilidad de retirada para los invasores o no haber previsto las reacciones hostiles de la opinión mundial.

He aquí tres decisiones colectivas que han terminado en fracasos. ¿Por qué? Janis lo explica a través de la naturaleza colectiva de estas tomas de decisión, destacando entre otras las siguientes razones:

- 1 / una creencia indiscutida en la moralidad inherente al grupo, que lleva a sus miembros a no tomar en consideración las consecuencias morales o éticas de sus decisiones;
- 2 / una presión directa sobre cualquier miembro del grupo que expresase fuertes argumentos en contra de los estereotipos, ilusiones o compromisos del grupo, presión destinada a hacerle comprender con toda claridad que ese tipo de disidencia va en contra de lo que se espera de todos los miembros leales del grupo;
- 3 / la autocensura de aquellos que se desvían del consenso aparente del grupo;
- 4 / la ilusión compartida unánimemente sobre los juicios conformes con la opinión de la mayoría. Esta ilusión proviene en parte de la auto-

censura de las desviaciones y aumenta debido a la errada suposición de que quien calla otorga.

Todas estas razones muestran que el comportamiento de los miembros de estos comités está encaminado a proteger al grupo del peligro de las disensiones internas. Cada uno de ellos se esfuerza por salvaguardar la unidad y la unanimidad, evitando todo conflicto que pudiera perjudicarlas. Por el contrario, la evitación del conflicto disminuye la calidad de la toma de decisión. No creemos que este aspecto del trabajo en comités sea algo particular de los Estados Unidos o de las instancias gubernamentales, sino que probablemente tiene un carácter más general. Por lo demás, a pesar de los resultados tan conocidos en Estados Unidos, no parecen haberse cambiado los mecanismos de toma de decisiones en ese país. En un reciente estudio intitulado «How Reagan decides» (Cómo decide Reagan), la publicación semanal *Newsweek* muestra que el actual presidente exige la misma unanimidad, la misma evitación de conflictos y la misma supresión de las opiniones desviadas que sus predecesores. «El precio pagado por el énfasis recibido por el consenso es, por supuesto, que, cuando un problema llega hasta Reagan, los conflictos generalmente han sido ahogados o, al menos, maquillados, y él no escucha argumentos poderosos provenientes ni de uno ni de otro bando.»<sup>1</sup> Sino solamente aquellos que está dispuesto a escuchar. De esta forma, la intervención de la autoridad y la jerarquía que existen en la mayoría de los grupos produce efectos análogos. Los grupos tienden a elegir la solución que se espera de ellos a fin de disminuir el riesgo de tener que enfrentarse al poder del que dependen.

### c. El pensamiento grupal

La mayoría de los estudios de este tipo desembocan en la paradoja siguiente. Todos los individuos que participan en la toma de decisión son, en principio, individuos razonables. Por consiguiente son capaces de elegir la mejor solución para un problema. Pero a menudo la decisión de todos es menos buena que la decisión de cada individuo. O para ser más exacto, esta decisión no maximiza las ventajas que se espera de ella, ni minimiza los inconvenientes que deja prever. En otros términos, esta decisión es «irracional». Lo sorprendente es que individuos racionales opten conjuntamente por una solución que no es racional. Esto demuestra que las decisiones de los individuos son diferentes de las decisiones de los grupos. Estas manifiestan la existencia de un «pensamiento grupal» (Janis, 1972) de características particulares. Todo sucede como si las relaciones de amistad, la solidaridad o el espíritu de cuerpo que reina en los grupos los incitaran a

1. *Newsweek*, 13 de diciembre de 1981, pág. 10.

adoptar este pensamiento no crítico y grupal (Moscovici, 1981) en detrimento del pensamiento independiente y crítico. Este pensamiento será fuente de ilusiones, de imprudencias y de ideas preconcebidas, y tendrá por resultado una menor eficacia intelectual y un menor contacto con la realidad, un debilitamiento de los juicios morales. Lo que una persona piensa o hace cuando se encuentra sola no permite prever lo que pensará o hará cuando esté reunida con otras personas. Por ello es necesario comprender cómo se toman las decisiones colectivas y evitar reducirlas, como sucede frecuentemente en economía o sociología, a un proceso puramente individual. El sociólogo norteamericano Oberschall reconoce con justicia a este respecto: «Las teorías de los conflictos de grupo deberán conceder una particular atención a la estructura de los grupos y a las propiedades de grupo que se derivan de ella. No cabe suponer que el comportamiento de un grupo es puro y simplemente análogo al comportamiento individual. El conocimiento psicossociológico ayudará a que los teóricos del conflicto desvelen las propiedades del grupo» (Oberschall, 1978, pág. 295). Y es a eso a lo que nos hemos dedicado desde hace algún tiempo. Ahora veremos con qué resultados.

## B. El dilema: cambiar o no cambiar

### a. Efecto de normalización y efecto de polarización

Ya no se considera que los juicios de las personas se deriven racional e imparcialmente de la información sobre un objeto. En lugar de ello, decimos que las opiniones y las previsiones están sujetas a sistemáticas tomas de partido. Como acabamos de ver, estas últimas son consecuencia de la pertenencia de las personas al grupo. Examinemos las cosas con mayor detenimiento. En general se considera que una decisión o un juicio son racionales cuando representan un punto medio o un compromiso. Pero, ¿qué significa dicho punto medio o dicho compromiso? Tan sólo que la opinión o la elección de cada individuo ha sido tomada en cuenta y que, a través de concesiones mutuas, se ha definido una opinión o elección común. Vulgarmente se dice que se ha partido la manzana en dos, cuatro o seis trozos. Pero, en realidad, ha prevalecido el punto de vista de la mayoría. Diremos que estas decisiones traducen un efecto de *normalización*. Dicho de forma diferente, el punto medio de las opiniones o de los juicios se ha convertido en la norma de todos.

Sin embargo, en otras circunstancias se observa un comportamiento diferente. Los individuos presentan de forma sucesiva sus opiniones o juicios, discutiéndolos. Luego toman una decisión. Y para sorpresa de muchos, esta

decisión se aleja del punto medio o del compromiso. Tiende a aproximarse a uno de los polos del espectro de las opiniones y de los juicios que existían previamente en el grupo. Podríamos creer que se sitúa más bien del lado de la minoría. En ese caso diremos que la decisión revela un efecto de *polarización*.

El efecto de normalización es conocido desde hace mucho tiempo (Sherif, 1936). Se le consideraba algo natural e inherente a la naturaleza de los grupos. Por el contrario, el efecto de polarización ha sido descubierto más recientemente (Moscovici y Zavalloni, 1969), habiendo sido confirmado en gran número de circunstancias. ¿Cuál es el sentido de estos efectos? No tendremos problema alguno para reconocer que el primero tiende a conservar el *statu quo*. En efecto, los miembros del grupo acuerdan encontrar una norma que cada uno pueda aceptar y que tenga en cuenta sus posiciones respectivas. Pero como dichas posiciones a menudo son muy próximas, la decisión que conduce a la norma confirma en realidad el punto de vista del número mayor. El segundo efecto, por el contrario, traduce un cierto cambio. En lugar de buscar un compromiso, los miembros del grupo se alejan de él, tendiendo así a darse una norma más extrema, a tomar una posición que incluya el punto de vista de los individuos más desviados. O bien, si se quiere, conceden un mayor peso que el acostumbrado a las opiniones y juicios minoritarios. En ello reside la novedad del efecto de polarización. Según la teoría clásica (Schachter, 1951), se pensaba que en todas las circunstancias los grupos ejercen una presión hacia la uniformidad y excluyen de sus decisiones toda solución que se aparte de la solución de la mayoría. Ahora bien, en estas investigaciones constatamos que esto no es verdad. Incluso podemos ver que, en ciertas condiciones, presentan una clara propensión a desplazarse hacia la solución de la minoría y a integrarla.

De esta forma, nos encontramos en presencia de dos categorías de fenómenos en materia de decisiones: los fenómenos de normalización y los fenómenos de polarización. Aún nos queda encontrarles una explicación. Sin entrar en detalles, presentaremos algunos de sus elementos: en toda situación de toma de decisión nos encontramos ante un conflicto entre opiniones, juicios y soluciones diferentes. Si no existe diversidad y, por consiguiente, conflicto, tampoco hay necesidad de elegir y decidir. Todo depende de la manera como se aborde este conflicto. Por una parte, como en los casos estudiados por Janis, se intenta evitarlo, ya sea imponiendo la autocensura, haciendo callar a los disidentes o bien creando la ilusión de una unanimidad establecida de antemano. Debido a ello se reducen al mínimo las discusiones e interacciones entre los individuos. Por la otra, se deja que el conflicto se entable y se da a los diferentes puntos de vista la posibilidad de expresarse, incluidos los puntos de vista disidentes. Esto significa que los miembros del grupo tienen la libertad de discutir e interactuar de manera relativamente intensa.

Pero el lector se preguntará: ¿qué es lo que hace que un conflicto pueda evitarse en un caso y en otro no? O para ser más exactos: ¿qué es lo que hace que las interacciones sean menos intensas en el primer caso que en el segundo? He aquí algunas respuestas a estas preguntas. Según todo parece indicar, el conflicto es menor cuando el grupo es más formal, cuando existe una autoridad o una mayoría determinada. O bien cuando las personas se hallan poco implicadas y sus juicios u opiniones tienen menor importancia para ellas. Por el contrario, el conflicto es mayor en los grupos menos formales y más igualitarios. En este último caso, cada individuo, incluida la minoría, puede defender su punto de vista. Evidentemente, los individuos defienden tanto más sus opiniones o juicios en la medida en que se sienten más implicados y éstos tienen una mayor importancia para ellos. Si creemos firmemente en algo o si consideramos que tenemos razón, aceptaremos más difícilmente un compromiso. Haremos todo lo posible por convencer a los demás, para llevarlos a que compartan nuestro punto de vista. O al menos no cederemos sin haber discutido con gran firmeza. Pues bien, esto obligará a los demás a tener en cuenta nuestra opinión y a cambiar la suya.

En resumen, el grado de implicación y de conflicto dentro del grupo determina el sentido de la decisión que éste tomará. Esta decisión tiende al punto medio o al compromiso —hacia la normalización— si el grado de implicación y de conflicto es bajo, y hacia un extremo —es decir, hacia la polarización— si dicho grado es más elevado. No cabe duda de que esta explicación no es completa puesto que, como ya hemos dicho, la realidad es más compleja. Sin embargo, corresponde a los hechos, como lo demostraremos a continuación.

#### b. El fenómeno de polarización

Un día del año 1961, el psicólogo norteamericano Stoner descubrió un resultado que no esperaba. Al igual que todo estudiante conocía sus clásicos. Ahora bien, todos éstos eran unánimes: cuando varios individuos toman una decisión en grupo, tienden a elegir la opinión o la solución media. «En el hombre hay una tendencia fundamental, afirmaba Allport, que consiste en moderar sus opiniones y su conducta respecto a las opiniones y conductas de los demás» (Allport, 1924, pág. 277). Tras examinar un gran número de investigaciones, Kelley y Thibaut concluían en este mismo sentido: «Cuando actúa con otras personas, el individuo reacciona ante ellas... moderando sus juicios de manera de evitar la posibilidad de resultar extremadamente diferente a los demás» (Kelley y Thibaut, 1954, pág. 469). Pero Stoner, al calcular los porcentajes y examinar los resultados obtenidos, ve que son teóricamente imposibles, es decir, contrarios a la teoría general-

mente admitida. En efecto, había pedido a sus sujetos que respondieran a un cuestionario en el que se describían situaciones que incluían una alternativa, es decir, una solución arriesgada y una solución prudente. Su tarea consistía en indicar con qué probabilidades de éxito (de 1/10 a 9/10) aconsejarían a alguien enfrentado a dicha alternativa que eligiera la solución arriesgada. Luego los invitó a discutir en grupo los diferentes casos y a tomar una decisión común. Y para su sorpresa constató que las decisiones del grupo eran más arriesgadas que el promedio de las decisiones tomadas por los individuos que lo componían.

¿Por qué se sorprendió Stoner? Antes que nada porque este resultado va en contra del sentido común: cada individuo piensa que los grupos evitan las soluciones extremas y siguen la regla del justo medio. Además, medio siglo de investigaciones ha confirmado el sentido común y excluido cualquier otra posibilidad. Al repetir esta experiencia en varias condiciones, Stoner debe rendirse ante la evidencia: el efecto es sólido. Los grupos tienden a ser más audaces que los individuos. Entonces se acordó denominar a esto *Risky Shift* (desplazamiento hacia el riesgo). Esto significa que los individuos menos audaces antes de la discusión en grupo se hacen más audaces tras la discusión. Para la mayoría de los psicólogos, no obstante, este efecto estaba determinado por el contenido del cuestionario, por el hecho de que éste estaba relacionado con situaciones de toma de riesgos. No podía tratarse de un efecto general.

Al analizar las experiencias realizadas en los términos que acabamos de indicar, Moscovici y Zavalloni (1969) llegaron a la conclusión de que se trata de un fenómeno general, de ninguna manera limitado a la toma de riesgos. Para apoyar esta conclusión utilizaron otro material. Sus experiencias estaban compuestas por tres fases, según el procedimiento clásico. En la primera fase, llamada de preconsenso, cada individuo expresa su opinión o su juicio por separado. En la segunda fase, llamada de consenso, se invita a cuatro o cinco individuos a que discutan conjuntamente sus opiniones o juicios, y a que se pongan de acuerdo sobre una opinión o juicio común. En la tercera fase de postconsenso, se pide a cada individuo que exprese una vez más su opinión o juicio por separado. Esto permite ver si ha cambiado de opinión. Dicho de otra manera, si adopta la opinión o el juicio comunes o bien retorna a su opinión propia. Pero en lugar de utilizar un cuestionario sobre la toma de riesgos, los autores emplearon un cuestionario ordinario de actitud acerca de los norteamericanos y el general De Gaulle. Preveían que las opiniones y actitudes de los grupos serían más extremas que las de los individuos. Recordemos, no obstante, lo que dijimos en el párrafo anterior: todo depende de la implicación. Mientras mayor sea esta implicación, más polarizadas serán las decisiones. La cuestión reside en saber cómo aumentar o disminuir la implicación. La solución es relativamente simple: basta con presentar el cuestionario en forma de escala de

actitudes de tipo Likert, que pide a los sujetos que se comprometan de forma personal. Por el contrario, el mismo cuestionario presentado en forma de escala Thurstone tendrá un carácter más impersonal y objetivo. En suma, Moscovici y Zavalloni hicieron que la respuesta fuera más o menos personal.

En una primera condición, los sujetos respondían en una escala de actitud de tipo Likert sobre el general De Gaulle. En una segunda condición, otros sujetos respondían con el mismo tipo de escala de actitudes, a un cuestionario acerca de los norteamericanos. En una tercera condición, los sujetos debían responder a una escala de actitudes respecto al general De Gaulle. Pero en esta ocasión la escala era de tipo Thurstone y, por consiguiente, los implicaba menos. Describamos con más detalle las diferencias entre las dos primeras condiciones y la tercera. En las condiciones 1 y 2, los sujetos debían responder mediante siete categorías de respuestas, que iban de +3 a -3 y que significaban respectivamente: totalmente de acuerdo, más bien de acuerdo, ligeramente de acuerdo, indiferente, ligeramente en desacuerdo, más bien en desacuerdo y absolutamente en desacuerdo. De esta forma expresaban su propio grado de acuerdo con enunciados como: «De Gaulle ya es demasiado viejo para llevar a bien su difícil tarea política» (condición 1) o: «La ayuda económica norteamericana siempre se utiliza para ejercer una presión política» (condición 2). En la tercera condición, los sujetos debían pronunciarse sobre los mismos enunciados que en la primera, sólo que ya no tenían que expresar su acuerdo o desacuerdo con el contenido de los enunciados. Todo lo que se les pedía era que indicasen si dicho contenido, considerado en sí mismo, era favorable o desfavorable a De Gaulle. En esta última condición también se proponían siete categorías de respuestas que iban de 1, enunciado totalmente desfavorable a De Gaulle, a 7, enunciado totalmente favorable a De Gaulle.

¿Qué indican los resultados obtenidos en estas experiencias? En las tres condiciones, las actitudes del grupo son más extremas que las de los individuos que lo componen. Además, tras haber participado en la discusión y el consenso, los miembros del grupo se mantienen en la posición común. En otras palabras, cambian y adoptan una posición más extrema. ¿Produce su grado de implicación el efecto que habíamos previsto? Sin duda alguna. Los individuos adoptan actitudes más extremas cuando se hallan comprometidos personalmente (condición 1) que cuando deben emitir un juicio más impersonal (condición 2). Para ser más exactos, la actitud favorable al general De Gaulle resulta aún más favorable tras la interacción social. De forma similar, la actitud desfavorable respecto a los norteamericanos antes de la interacción se hace aún más hostil tras ella.

Y eso no es todo. Como podemos imaginarnos, la divergencia de las actitudes que se produce entre los individuos varía de un grupo a otro: en ocasiones es mayor, en otras resulta menor. Por consiguiente, el grado de conflicto también varía, siendo más elevado entre los grupos cuyos miembros

divergen en mayor medida y menos elevado en los grupos cuyos miembros divergen poco. Si nuestra explicación es correcta, habría que esperar un consenso sobre actitudes más extremas en los primeros grupos que en los segundos. Y eso es lo que se observa. Contrariamente a la teoría clásica según la cual un conflicto se resuelve mediante un compromiso moderador, vemos que el conflicto conduce a una considerable extremización. En otra experiencia, Doise (1969) confirmó la robustez de estos resultados y los generalizó. Los sujetos eran alumnos de una escuela privada de arquitectura de París que participaban en la experiencia en grupos de cuatro. Su tarea consistía en responder a un cuestionario de actitudes de tipo Likert sobre su escuela y la escuela de arquitectura de Bellas Artes que goza de un mayor prestigio y por la que sienten una cierta rivalidad. En una primera experiencia, respondían, según el procedimiento indicado con anterioridad (preconsenso, consenso y post-consenso), a un cuestionario de tipo Likert sobre las opiniones acerca de su propia escuela. En una segunda condición, se invitaba a otros sujetos a que respondieran a este mismo cuestionario, pero se les pedía algo más: que indicaran cada vez lo que pensaban que sería la respuesta de los alumnos de Bellas Artes a las mismas preguntas. Así, en una condición se expresa la imagen de su propio grupo y en la otra se expresa esta misma imagen en comparación con la que tendría un grupo diferente, es decir, un grupo rival y socialmente «superior». Pues bien, en las dos condiciones se observa una extremización de la representación social. Los alumnos de la escuela privada de arquitectura ya tenían una representación más bien negativa antes de la interacción en grupo, representación que se hace aún más negativa después de la interacción. Y esta actitud desfavorable tiende a reforzarse cuando los individuos piensan cuál podría ser la opinión o la actitud del grupo al que se ven obligados a compararse. Podemos suponer que, en tal caso, se sienten más implicados y que su decisión es más importante para ellos.

Estas primeras experiencias han puesto de manifiesto que el fenómeno de polarización es un fenómeno general. Primero, podemos observarlo en aquellos casos en que las decisiones son en temas muy variados. Además depende del grado de implicación de los individuos y de la importancia que reviste la decisión para ellos. Por último, el conflicto lo favorece en lugar de restringirlo. En pocas palabras, cuando el conflicto es posible, también lo es el cambio. Desde entonces toda una serie de investigaciones ha venido a confirmar esta generalidad (Fraser, 1971) y a detallar las condiciones en que aparece este fenómeno (Myers y Lamm, 1976). Más recientemente, Vandekerke (1979) ha esbozado un análisis epistemológico de su descubrimiento.

### C. Decisiones, discusiones y cambios

Ahora intentemos presentar ciertas condiciones que facilitan el fenómeno de polarización. En una serie de experiencias clásicas (Lewin, 1943; 1965) ya puso de manifiesto la influencia que ejerce la discusión sobre las decisiones tomadas en grupo. Esta influencia parece tener una doble función: por una parte, combatir la propensión hacia la uniformidad dentro del grupo y, por la otra, hacer que cada individuo tome conciencia de que la solución elegida es producto del grupo. De esta forma revivifica y pone una vez más en duda el carácter inamovible de los juicios y las opiniones. Les arranca la máscara de «cosa» establecida para volverlas a introducir en el canal de los intercambios sociales. De manera que, tras sólo haber visto una única solución, es posible ver varias. Esperábamos encontrar unanimidad y nos hallamos con el desacuerdo y la diversidad. Todos conocemos muy bien este sentimiento de temor que se apodera de nosotros cuando tenemos que hablar ante un grupo. Pero sobre todo tememos estar en desacuerdo, ser mal juzgados, «decir tonterías» y sufrir un desaire. Pero tras un momento, viendo que nadie pasa por eso, cogemos valor y comenzamos a expresarnos. Por tanto, la discusión resulta importante. Y debe haber un lazo entre ella y la polarización colectiva de las decisiones. Myers (1982) sugiere que la dirección de los argumentos y su novedad intervienen de forma decisiva. En efecto, parece probable que, en las discusiones en grupo, a menudo encontremos nuevos argumentos en los que nadie había pensado con anterioridad. Por otra parte, los argumentos expuestos pueden ir en contra de los puntos de vista defendidos inicialmente por los individuos. Sin embargo, hay que suponer que estos nuevos argumentos determinan la dirección del fenómeno de polarización. En pocas palabras, los grupos innovan.

A este respecto presentamos dos experiencias que merecen ser recordadas. En una primera experiencia, Myers y Bach (1974) invitan a los sujetos a que imaginen que participan en una reunión de expertos que deben formular un consejo destinado al presidente de Estados Unidos. Este consejo versa sobre decisiones en materia de política exterior. Concretamente está relacionada con eventuales intervenciones del ejército norteamericano en terceros países. Sin embargo, antes de participar en estas «reuniones», los sujetos expresan sus opiniones personales. Una vez hecho esto, se les separa en dos categorías: los más pacifistas (las palomas) y los más belicosos (los halcones). Luego se les combina una vez más formando grupos homogéneos de palomas y halcones. La discusión se desenvuelve entre grupos de cuatro o cinco personas que se ponen de acuerdo para elaborar el consejo para el presidente de Estados Unidos. Realizada su tarea, los grupos son disueltos y formados una vez más, asociando en los nuevos grupos de



palomas y de halcones respectivamente, personas que aún no han tomado una decisión conjunta. Estos nuevos grupos formulan por segunda vez su consejo. Por último, se invita a que cada cual formule individualmente su consejo definitivo para el presidente.

Vayamos a los resultados. Uno de ellos confirma lo que ya sabemos: los miembros de los grupos de palomas adoptaron una posición aun más pacifista que la que tenían antes de la discusión. Pero también nos enteramos de algunos nuevos aspectos. En efecto, los halcones formulan consejos más pacifistas tras haber discutido en dos ocasiones consecutivas entre halcones. ¿Qué significa esto? Simplemente que las normas y los valores de la sociedad (Brown, 1965) adquieren un mayor peso durante la discusión y la decisión colectivas. Puesto que la opinión, en Estados Unidos, tiende a ser más pacifista, los propios halcones son conducidos a aceptarla. Una segunda experiencia ha confirmado estos resultados. Al analizar de forma bastante detallada los argumentos utilizados durante estas discusiones, se observa que los halcones avanzan una mayor cantidad de argumentos pacifistas que militaristas. Por consiguiente, entre una población determinada, existe una tendencia muy clara a privilegiar una categoría de argumentos y a menospreciar u ocultar otros. Los primeros son valorizados socialmente, mientras que los segundos son más bien desvalorizados.

Paicheler (1977-1978) observa tendencias análogas en Francia. En sus experiencias, los sujetos deben ponerse de acuerdo sobre un cierto número de opiniones acerca del feminismo, en grupos cuyos miembros son más bien «feministas». Pero el experimentador introduce un cómplice en cada uno de estos grupos. Estos cómplices tienen por misión defender un juicio u opinión extrema. En una primera serie de grupos, el cómplice es muy feminista, siempre se expresa de manera consistente y su punto de vista no varía. En una segunda serie de grupos, expresa con la misma firmeza una opinión o un juicio antifeminista. Por una parte, el cómplice se muestra más papista que el Papa, más feminista que el grupo, y por ello habla en favor de la norma. Por la otra, resulta mucho menos feminista y ataca la norma. Por consiguiente podemos calificarlo de «progresista» o de «reaccionario».

Los resultados siguen la dirección esperada. El cómplice «progresista» aumenta de forma considerable la polarización de las decisiones y, en general, los grupos suscriben su punto de vista. Exactamente lo contrario pasa con los grupos provistos de un cómplice «reaccionario». Prácticamente nunca se establece un acuerdo con él. Se observa una brecha. Los sujetos que se mostraban más bien feministas al principio se polarizan en sentido feminista. Por el contrario, los sujetos más bien «moderados» son influenciados por el cómplice, adoptando, aunque ligeramente, posiciones antifeministas. Paicheler también confirma que la presencia de un cómplice aumenta el número de argumentos en contra del punto de vista extremo defendido

por éste. De forma paralela, esta presencia disminuye el número de argumentos avanzados por los grupos en condiciones normales en favor de este punto de vista. De esta forma, esta presencia les hace tomar en consideración una gama más amplia de opiniones y actitudes posibles, descubrir argumentos nuevos. Hay que señalar que estos últimos aumentan sobre todo durante la discusión con un cómplice «antifeminista» al que se resiste la mayoría de los individuos.

La relación entre la polarización y la discusión en grupo parece un hecho firmemente establecido. Podríamos preguntarnos si esta relación tan sólo tiene un efecto porque los individuos dan a conocer sus posiciones a los demás: «Yo estoy muy en contra», «Yo estoy más bien a favor», etc. Y que después las comparen para elegir una de ellas. O si esto se debe a que existe algo más: un verdadero intercambio de argumentos e ideas. Parece que esta última razón es la mejor. Recordaremos brevemente la experiencia de Burnstein y Vinokur (1975) que lo demuestra. Esta experiencia trata sobre los fenómenos de toma de riesgos. En una primera condición, los sujetos deben comunicarse las posiciones que han tomado por sí mismos, y luego pensar en cierto número de argumentos acerca de ellas, sin comunicarlos. En la segunda condición, los sujetos se comunican sus posiciones, pero sin buscar argumentos individuales, como era el caso en la condición precedente. En la tercera condición, se pide a los sujetos que busquen dichos argumentos, sin comunicarles la posición de los otros individuos. Los resultados son sumamente claros: en las condiciones donde el individuo busca por sí solo los argumentos o bien conoce únicamente las posiciones de los demás, no existe una tendencia a tomar posiciones más arriesgadas. Pero la combinación de ambos factores, comunicación de las posiciones y búsqueda individual de argumentos, conduce a una polarización muy fuerte.

Basándonos en estos razonamientos, ¿podemos estar seguros de que la importancia del problema sobre el que trata la decisión tiene una influencia sobre ésta? Apoyándose en nuestras hipótesis, Rabbie y Visser (1972) imaginaron una experiencia que simula las relaciones entre trabajadores de una empresa y la dirección de ésta. Forman equipos de tres personas pertenecientes a los sindicatos. A éstas se les hace creer que van a negociar tres cuestiones: la escala salarial, la escala de la paga de vacaciones y la indemnización por transporte en automóvil particular. La primera cuestión es la más importante, la tercera la que menor importancia tiene. Cuando sólo se toman en consideración las diferencias globales entre las exigencias individuales y las exigencias del grupo, se observa un cambio hacia el polo más extremo. En la cuestión de mayor importancia, la de los salarios, se detecta un significativo efecto de polarización. En la segunda, de menor importancia, la paga de vacaciones, encontramos un ligero efecto de polarización. En la menos importante de las tres, no se produce ningún efecto global de polarización. Los equipos acordaron una solución «media». En todos los

casos, ya se trate de opiniones generales o de problemas concretos, la decisión parece orientarse hacia una única dirección, es decir, hacia el polo relativamente extremo. Sin embargo, recordemos que esta tendencia es aún más marcada en la medida en que el objeto, el contenido discutido por el grupo, afecta de muy cerca a cada uno. En tales casos se discute en mayor medida, los puntos de vista individuales son defendidos con mayor firmeza y cada individuo está menos dispuesto a contentarse con un compromiso.

A lo largo de este capítulo hemos visto cómo se precisaba el sentido de la palabra polarización, que nos resulta familiar aunque bárbaro. Y ahora lo podemos definir: *la polarización es la acentuación de una tendencia inicialmente dominante en un conjunto de grupos*. Y de ahí se plantea la siguiente pregunta: ¿tiene ésta lugar en dirección a la posición mayoritaria dentro del grupo particular o hacia la norma, el *Zeitgeist* (espíritu de la época) de la cultura o de la sociedad en la que viven los miembros del grupo?

Ahora bien, parece (Vandekeere, 1979) que la polarización sólo puede tener lugar en dirección a la norma exterior. En pocas palabras, no es posible polarizar cualquier cosa en cualquier dirección (Cvetkovich y Baumgardner, 1973). Por consiguiente, resulta sumamente instructivo darse cuenta de hasta qué punto los argumentos descubiertos durante los debates en grupo determinan este desplazamiento de las decisiones comunes hacia la extremidad. Pero tampoco resulta menos instructivo constatar que la dirección que toman dichos argumentos es la de la norma de la cultura y del entorno social en el que se encuentra sumergido el grupo.

#### D. ¿Qué facilita y qué impide el conflicto en un grupo?

##### a. Relaciones formales y relaciones informales

Se trata de una pregunta muy amplia y aquí no pretendemos responderla. Pero podemos indicar en qué dirección hay que buscar la respuesta. Todo lo que disminuye la intensidad y la frecuencia de las interacciones sociales disminuye el conflicto y favorece el compromiso entre los individuos. Por el contrario, todo lo que permite poner de relieve puntos de vista diferentes y su confrontación, conduce a la polarización y, por consiguiente, al cambio y a la interacción. Pero evidentemente hay que invertir la cadena de las causas para tener una visión exacta de las cosas. A decir verdad ya hemos expuesto ciertos resultados que van en ese sentido. Ahora presentaremos algunas experiencias que intentan verificar de forma directa estas hipótesis. Estas experiencias muestran que, al disminuir la interacción social y, por ende, la ocasión de discusión y conflicto, también disminuye el grado de

polarización colectiva. Y uno de los medios mediante los cuales la sociedad llega a reducir los intercambios entre sus miembros consiste en preconizar relaciones formales dentro de un grupo. En suma, el formalismo en la discusión conduce al compromiso o a la «media» en la decisión.

Comencemos por dos investigaciones que los autores efectuaron en colaboración con Renaud Dulong (1972). Una vez al año no hace daño, así que utilizamos cuestionarios de toma de riesgos. Los sujetos debían recomendar, bien una solución prudente o bien una solución audaz, como en todas las investigaciones de este género. Primero indican cuál sería el consejo que cada uno de ellos daría a un tal Sr. X... Luego los reunimos en grupos para discutir cada punto del cuestionario a fin de llegar a un consenso. Se trata del método normal con el que esperamos que el lector ya se encuentre familiarizado: cada individuo da su opinión, luego varios individuos se reúnen alrededor de una mesa para intercambiar sus opiniones y ponerse de acuerdo sobre una posición común. Por último, el grupo es disuelto y se pide a cada uno de sus miembros que dé su opinión una vez más sobre cada uno de los puntos del cuestionario. El método es muy sencillo y da resultados interesantes. Pues bien, en nuestra investigación introducimos una variante. En una primera condición, la atención de los grupos se concentraba en el «procedimiento» que utilizarían para llegar a su consenso. Al igual que en numerosas reuniones oficiales, los miembros de estos grupos debían examinar las «reglas» que han seguido en cada caso para tomar la decisión común. Pero la experiencia va aún más lejos. Tras cada una de estas discusiones sobre el procedimiento, se encarga a un miembro diferente del grupo que elabore un «comunicado de procedimiento». En este caso, la interacción de los individuos debería tratar menos sobre el contenido de los problemas. Y de ello se desprendería que los grupos en que las relaciones están formalizadas se polarizan menos que aquellos en que las relaciones continúan siendo informales. Y eso es en definitiva lo que se produce.

En una segunda condición, muy parecida a la primera, introducimos otro elemento formal. Se informa a los sujetos que para tomar cada una de sus decisiones sólo disponen de siete minutos. Se podría creer que al decirles eso les limitamos el tiempo disponible. En realidad, esos siete minutos rebasan ampliamente el tiempo promedio que los grupos utilizan normalmente para llegar a un consenso. Dicho de otra manera, el tiempo disponible para la discusión aumenta, pero se ha convertido en un tiempo formal y regulado. Como esperábamos, los grupos experimentales que debían obedecer una regla —tomar su decisión en siete minutos— toman menos riesgos. En pocas palabras, presentan una mayor tendencia hacia el compromiso que hacia la polarización.

Otra investigación llega a un resultado análogo. Moscovici y Lécuyer (1972) no intervienen en absoluto en los grupos. Estos toman sus decisiones

de manera espontánea, al igual que en todas las experiencias anteriores. Los experimentadores se conforman con hacer una sola cosa: organizar el espacio. Este siempre es organizado como en un aula escolar o en un seminario, en un tribunal o en una asamblea política. El objetivo buscado por los autores consiste en hacer que el espacio institucional ejerza una influencia sobre las decisiones que se tomen en él. Distinguen un espacio «caliente», más bien informal, que favorece la interacción, de un espacio «frío», más bien formal y que desalienta la interacción entre los individuos. Imaginemos ahora a los individuos sentados cara a cara, alrededor de una mesa cuadrangular: se ven, están obligados a hablar entre sí; sus opiniones se cruzan, como en todo grupo pequeño. Por el contrario, imaginémoslos sentados lado a lado, alineados como en un banco de escuela, donde todos los alumnos miran al profesor. No pueden verse con facilidad, se sienten un poco incómodos y para discutir deben realizar el esfuerzo de girarse hacia los demás. Sin duda podemos prever los resultados que Moscovici y Léculier obtuvieron en su investigación. Los grupos sentados alrededor de la mesa cuadrangular cambiarán en mayor medida y tomarán decisiones más extremas que los otros grupos. Y es esto efectivamente lo que sucedió. Los resultados confirman plenamente las previsiones. Más tarde, estos resultados se repitieron en experiencias llevadas a cabo por otros investigadores que precisaron mejor las condiciones (Forgas, 1975; Zaleska, 1982).

### b. La jerarquía

Por último tenemos que tomar en consideración otro factor que actúa en la misma dirección y, en ocasiones, con notable fuerza: la jerarquía y el liderazgo. Algunos investigadores ingleses (Wehman *et. al.*, 1977) forman grupos de forma parecida a la empleada por nosotros. Pero en cada uno de ellos nombran un líder que es, en realidad, un cómplice. Y este líder tiene por consigna adoptar un estilo diferente según los grupos. Para resumir digamos que existen tres estilos de liderazgo: autoritario, democrático y dejar hacer. El primero interfiere en mayor medida en el grupo que el segundo, y éste más que el tercero. De este modo, la influencia de la jerarquía va en disminución. Finalmente, se constituye una cuarta categoría de grupos en los que no se designa líder alguno. Según nuestra teoría, el conflicto y las interacciones disminuyen a medida que aumenta la autoridad. Por consiguiente, los grupos provistos de un líder «dejar hacer» deberían cambiar en mayor medida y tomar decisiones más extremas que aquellos provistos de un líder «autoritario» o «democrático». Evidentemente se espera que los grupos sin líder se polaricen, en todo caso, más que los grupos con líder. En general, los resultados confirman nuestras hipótesis y las previsiones que es posible hacer.

A fin de precisar mejor lo que acabamos de exponer sobre el fenómeno de polarización, volvamos a tomar las conclusiones de las investigaciones de las que nos hemos servido a manera de ejemplos. Estas nos han mostrado que, si se utilizan procedimientos de decisión, si se organiza el espacio ocupado por un grupo o si se hace intervenir la autoridad, los individuos cambian menos sus actitudes, tendiendo incluso hacia el compromiso, la «media», en una palabra, hacia el *statu quo*. Solamente cuando se menosprecia el procedimiento, se «calienta» el espacio y se disminuye la influencia de la autoridad, los grupos se alejan del compromiso, de la media y tienden hacia posiciones más extremas. En estos últimos casos, los grupos discutieron de forma más intensa, confrontaron sus puntos de vista y permitieron a todos, incluyendo a los desviados, que expresaran su opinión. Otras investigaciones han mostrado que estas condiciones también tienen una influencia benéfica sobre la creatividad. Doise y Mugny (1981) han estudiado el papel desempeñado por este conflicto «sociocognitivo» en otro contexto, el del desarrollo intelectual de los niños. Su constatación es muy clara. También entre los niños, el conflicto entre varios puntos de vista cognitivos sobre un problema determinado constituye un factor causal de su progresión.

### E. Conclusión

Las decisiones colectivas dependen de muchos otros factores, además de los que hemos expuesto aquí (Doise, 1979; Skinner y Stephenson, 1981). Pero no tenemos intención de agotar la materia, una materia que cuenta con tantas investigaciones. Simplemente hemos querido precisar, primero, en qué consiste la diferencia entre decisiones individuales y decisiones colectivas. Segundo, distinguir dentro de estas últimas dos fenómenos igualmente «naturales»: los fenómenos de «normalización» y los fenómenos de «polarización». Se pretende que el primero es más inherente a los grupos y más racional. En nuestra opinión, el segundo lo es en igual medida. Todo depende del objetivo que se persiga: conservar el *statu quo* o cambiar. Tercero, hemos mostrado que algunos factores bien conocidos —las relaciones formales, la jerarquía, etc.— reducen los conflictos y los intercambios y, por ende, la amplitud del cambio. Al mencionar los estudios de Janis sobre el pensamiento grupal y las consecuencias, en ocasiones nefastas, que éste tiene para las decisiones importantes, esperamos haber comprendido mejor sus razones. Por consiguiente, podemos proponer algunas líneas maestras si queremos mejorar estas decisiones:

1/ Las diferencias de opinión son naturales y previsibles. Hay que tomarlas en serio. Debemos buscarlas, provocarlas si es preciso, haciendo que cada individuo participe en el trabajo de discusión y decisión. Los desacuerdos pueden ayudar al grupo para que tome su decisión, ya que al

hacer intervenir una mayor gama de juicios y opiniones, aumentan las probabilidades de encontrar argumentos nuevos y soluciones válidas en las que no se pensaba en un principio.

2/ Deben abolirse las técnicas que reducen el conflicto, como los promedios, los votos mayoritarios, las reglas de procedimiento, los tiempos impuestos, etcétera.

3/ Hay que hacer todo lo posible para dar a cada individuo la posibilidad de defender su punto de vista con firmeza. Hay que evitar hacer concesiones únicamente para evitar el conflicto y lograr el acuerdo y la armonía. Cuando se llegue a un acuerdo con demasiada rapidez o facilidad, hay que estar alerta. Sólo debemos ceder ante posiciones que hayan sido objeto de una discusión y un examen críticos.

4/ No debemos recurrir a los estereotipos, a las soluciones prefabricadas y no debemos utilizar argumentos de autoridad. Debemos escuchar y observar las reacciones de los otros miembros del grupo, considerándolas atentamente antes de formular nuestra opinión de forma personal.

Estas directivas resultan más fáciles de escribir que de aplicar. Lo cierto es que todo depende de las circunstancias, de los intereses y de la implicación de los participantes. Pero también es cierto que estas líneas maestras nos dan una idea del tipo de procedimientos que habría que imaginar. Al menos en los grupos en los que se toman decisiones y que se han fijado otros objetivos que entenderse entre sí. O la aprobación de la autoridad.

## Procesos de grupo y jurados: Estados Unidos y Francia

POR CHARLAN J. NEMETH

Al estudiar las deliberaciones de los jurados se toca sin duda el lazo más evidente entre la psicología social y el derecho, puesto que el jurado es, antes que nada, un grupo. Está formado por cierto número de individuos que deliberan hasta llegar al consenso buscado. Por consiguiente, los principios de los procesos de grupo, conocidos gracias a la psicología social, pueden aplicársele de forma directa. Sabemos, por ejemplo, que los grupos muy homogéneos y coherentes tienden a ponerse de acuerdo de forma prematura, sin haber procedido a examinar las informaciones de las que disponen. Sabemos que el contacto con puntos de vista minoritarios, aunque aumentan los conflictos, tiende a estimular la reflexión sobre la situación y, por consiguiente, las personas encuentran soluciones nuevas, correctas, que, de otra manera, habrían pasado desapercibidas. Igualmente sabemos que la manera con que el grupo toma una decisión varía dependiendo de que estén formados por 6 o 12 miembros y de que se exija o no unanimidad, al desenlace de las deliberaciones.

En este capítulo veremos que los Estados Unidos y Francia, en particular, han conocido este tipo de modificaciones en el funcionamiento de los jurados. En estos países se llegaron a tomar decisiones que iban en contra de los conocimientos adquiridos en materia de procesos de grupo. Por ejemplo, veremos que existe una tendencia hacia la constitución de grupos homogéneos dentro de los jurados. Ya se trate del nivel de instrucción, de la clase social o de posiciones políticas, en general, los extremos se hallan mal representados en relación con su sitio en el seno del conjunto de la población. También veremos que las modificaciones de las modalidades de funcionamiento (reducción de la dimensión de los jurados; posibilidad de que no haya unanimidad) han desembocado en una creciente variabilidad de los veredictos y han reducido la expresión de los desacuerdos. Veremos que,

cuando existe un punto de vista disidente, ya sea de la izquierda o de la derecha del espectro político, su presencia garantiza mejores decisiones. Incluso si la posición disidente raramente vence, su expresión impide el acuerdo prematuro que, en su ausencia, podría producirse. Además, la existencia de un desacuerdo provoca un examen más profundo de la situación, examen que permite llegar a soluciones mejores, más adecuadas. Así pues, la exigencia de una buena representación no refleja solamente un ideal político; el jurado representativo es un instrumento indispensable si deseamos alcanzar decisiones más justas. En este contexto conviene estudiar los ideales democráticos en que se ha fundado el recurso al jurado y evaluar plenamente el papel desempeñado por la elección de los miembros del jurado, así como por las modalidades de la toma de decisión, en el ejercicio de una justicia eficaz. A todo lo largo de este capítulo nos esforzaremos por resaltar aquello que constituye la «buena» toma de decisión: los elementos del proceso de grupo que influyen sobre la calidad de la decisión tomada finalmente por el jurado. Al hacerlo, centraremos nuestra atención en los Estados Unidos y Francia para ilustrar los componentes que intervienen en la toma de decisión por parte de los jurados y las cuestiones planteadas, a nivel de la justicia, por este proceso. Primero situaremos en su contexto histórico la práctica del recurso al jurado. Luego compararemos las legislaciones observadas en los diferentes países. Por último, describiremos de forma sistemática los datos relacionados con cada legislación e intentaremos proponer un modelo de proceso de toma de decisión que se aproxime al tipo ideal.

### A. Contexto histórico

Resulta difícil determinar los orígenes del recurso al jurado, pero según ciertos indicios, esta forma judicial habría sido una práctica corriente desde el año 1200 a.C. En las legislaciones griega y romana encontramos formas de juicio mediante jurado; las antiguas tribus germánicas practicaban cierta democracia judicial; los reyes carolingios llevaron aún más lejos este uso; en el siglo X, los daneses procedían a acusar colectivamente a los criminales. El jurado fue introducido en Inglaterra tras la invasión normanda, mediante un procedimiento de instrucción tomado de los francos. Enrique II generalizó su práctica, aplicándola a los conflictos entre particulares. Pero su alcance se amplió con la firma de la *Magna Carta*, el 12 de junio de 1215: desde esa fecha, el propio rey estaba sometido a la ley, y el juicio mediante jurado constituía una garantía de las libertades individuales. La cláusula 39 resulta especialmente importante, pues estipula que «ningún hombre será arrestado, aprisionado, desposeído, puesto fuera de la ley, exiliado, ni mandaremos nada contra él si no es mediante el juicio legal de sus iguales y siguiendo la ley del país» (Howe, 1939; Pope, 1961).

Este derecho que representa para los individuos una garantía fundamental fue trasplantado a los Estados Unidos, donde adquirió un significado especial. A pesar de la oposición de la Corona británica, el juicio mediante jurado se convirtió en el mecanismo utilizado por los norteamericanos para resistirse a las leyes impopulares y a los caprichos de los jueces ingleses. El poder de la Corona no podía ejercerse a menos que hubiera una condena dictada por un jurado norteamericano. Y los jurados formados por norteamericanos a menudo se negaban a condenar por «escritos sediciosos» o por «reuniones ilegales» a sus compatriotas revolucionarios. Durante la época de la Independencia (1776), esta práctica se hallaba firmemente establecida y constituía un modo tan evidente de protección contra la represión que fue integrada en la Constitución de los Estados Unidos y tres enmiendas le fueron consagradas (véase Pope, 1961). De esta forma, como ya lo he expresado en otro lugar (Nemeth, 1981), «un país que desconfiaba profundamente de la tiranía política y temía el ejercicio ilimitado del poder se dotó de un sistema de controles y contrapesos, poniendo desde entonces su confianza en la protección asegurada, en el terreno judicial, por la representación popular».

En Francia, el recurso al jurado también fue parte integral de una revolución. Fue la Revolución Francesa la que instauró, el 16 de septiembre de 1791, esta práctica basada en la tradición anglo-sajona. Al igual que en los Estados Unidos, el jurado debía establecer los hechos (es decir, determinar la culpabilidad), pero no debía interpretar la ley (es decir, determinar el castigo). Puesto que la mayor importancia recaía en la separación de poderes dentro de la Audiencia de lo criminal, los miembros del jurado no tenían obligación de tener en cuenta la pena al establecer los hechos (Wenberger y Cousin, 1978, pág. 33). No obstante, pronto se vio (como en los Estados Unidos) que las conclusiones a las que llegaban los miembros del jurado determinaban de hecho la pena. Los dos países no adoptaron la misma actitud ante esta disminución del poder de los magistrados.

En Francia se autorizó al presidente del Tribunal a intervenir en las deliberaciones del jurado, en compañía del representante del ministerio público, del abogado de la defensa y del escribano forense, a fin de precisar a los miembros del jurado la correlación entre los hechos en cuestión y las penas previstas por la ley. Estas disposiciones fueron recogidas por la ley del 10 de diciembre de 1808. En 1824, los jueces fueron autorizados a definir las «circunstancias atenuantes», lo que les permitía modificar la pena que resultase del veredicto de los miembros del jurado. En 1832, esta competencia fue otorgada a los miembros del jurado, pero los poderes discrecionales del juez en su participación en las deliberaciones del jurado fueron aumentados. Se le autorizó a hacer valer todos los elementos que, en su opinión, pudieran desempeñar un papel en la búsqueda de la verdad. La interacción de los jueces y de los jurados quedó, desde entonces, firmemente establecida.

En los Estados Unidos, antes de 1670, los jueces podían sancionar a los

miembros del jurado por «error». Esta costumbre se hizo caduca tras el célebre caso Bushell, en el que se hallaba implicado William Penn y mediante el cual se llegó a la disposición de que el jurado no podía ser controlado por el juez. Entonces, los jueces intentaron limitar el doble *poder* del jurado: establecer los hechos e interpretar la ley, sosteniendo que el jurado no tenía el *derecho* de interpretar esta última. Este conflicto aún continúa en la actualidad. En ciertos estados de la Unión, se explica a los miembros del jurado que únicamente deben establecer los hechos; deben seguir la ley tal y como el juez se la expone (en California, por ejemplo). En otros estados, los miembros del jurado deben establecer los hechos e interpretar la ley. Se considera que las recomendaciones del juez deben orientar a los miembros del jurado y no coaccionarlos (por ejemplo, en Maryland). Por último, el jurado tiene el poder de cumplir ambas funciones: pronuncia un veredicto global, sin que intervenga el juez (Cornish, 1968; Howe, 1939; Van Dyke, 1970).

## B. Partidarios y adversarios del sistema de jurado

Conviene subrayar la importancia del recurso institucionalizado al jurado, aunque tan sólo sea en tanto que dispositivo que permite al pueblo participar en el ejercicio de la justicia. Según Thomas Jefferson, por ejemplo: «Si se me pidiera que decidiese si es mejor separar al pueblo del poder legislativo o del poder judicial, diría que es preferible retirarlo del poder legislativo. Resulta más importante ejecutar las leyes que elaborarlas» (Jefferson, 1789, citado por Howe, 1939, pág. 582). Pero aquellos que apoyan el sistema de jurado también consideran que la presencia de un jurado asegura una mejor toma de decisión. Subrayan la independencia del jurado en el dominio político, su contacto con la opinión pública y su comprensión de las realidades humanas (Merle y Vitu, 1967, pág. 1035). Insisten en las ventajas de la «ingenuidad», en la ausencia de ideas preconcebidas y la actitud concienzuda que caracterizan a los jurados; según ellos, los miembros del jurado hacen entrar en vigor las normas de equidad y justicia extendidas entre el pueblo (Stefani *et al.*, 1980; Cornish, 1968).

Por lo que se refiere a quienes critican este sistema, parecen haber destacado, en todos los países que han echado mano del recurso al jurado, incluidos los Estados Unidos y Francia, las carencias que comporta la incompetencia y el ejercicio de influencias abusivas. Según los adversarios de esta forma judicial, los miembros del jurado no pueden llevar a cabo un juicio sobre las cuestiones psicológicas, sociológicas y médicas delicadas que con frecuencia hay que tomar en cuenta. Además, los miembros del jurado son influenciados por su posición social, por sus costumbres e incluso por los discursos

persuasivos de los abogados. Son marionetas de la pasión y los prejuicios (Frank, 1949; Merle y Vitu, 1967; Stefani *et al.*, 1980).

A menudo, estas opiniones conflictivas se han reflejado en una aspiración contradictoria: por una parte, sería deseable que el conjunto de la población esté representado, pero por la otra, surge la pregunta sobre si todos los ciudadanos están capacitados para asumir la pesada carga de una participación en un jurado. En Francia, algunos han pretendido resolver este problema integrando a los jueces en el proceso de deliberación. Según los partidarios de tal método, los magistrados «estabilizan» a los miembros del jurado, es decir, que probablemente aumenta la tasa de condenas (Merle y Vitu, 1967, pág. 1035). Existen otras formas de resolver la contradicción entre representación y competencia: en particular, la discriminación contra ciertas categorías de la población. Por lo general se encubre tras el modo de definición de los criterios de reclutamiento o formulando cláusulas de excepción o inaptitud a la función de miembro del jurado... Según Pope (1967), todos los sistemas de elección del jurado conllevan limitaciones. «A lo largo de la historia, todas las fórmulas que constituyan esbozos del jurado moderno suponían que los miembros del jurado cumplían cierto número de exigencias... (y desde) el principio, los miembros del jurado debían ser hombres libres, poseer bienes y ser originarios de la región donde se había desarrollado el caso del proceso.»

Al inicio de la historia de los Estados Unidos, las mujeres, los sirvientes bajo contrato y los negros estaban excluidos por la ley. Actualmente, esto ya no es así. A escala federal, las únicas exigencias son las siguientes: los miembros del jurado deben ser ciudadanos de los Estados Unidos, tener 18 años y residir desde al menos un año en la circunscripción judicial. Deben saber leer, escribir, hablar y comprender la lengua inglesa; deben ser capaces, tanto física como mentalmente, de cumplir de forma satisfactoria su cargo de miembros del jurado, no ser objeto de inculpación alguna, nunca haber sido reconocidos culpables de una infracción castigada con más de un año de prisión (Normas de selección de los miembros del jurado; Código federal, 1968).

En los primeros tiempos del Imperio (1808), en Francia sólo se permitía que los jurados estuviesen compuestos por privilegiados: médicos, banqueros, altos funcionarios, personas con un alto nivel de instrucción o un salario elevado (Wenberger y Cousin, 1978). En 1957, fecha en que se instituye el Código de procesamiento penal, se pedía que los jurados fueran ciudadanos franceses, tuvieran al menos 30 años, supieran leer, escribir y hablar la lengua francesa, nunca haber sido objeto de condena alguna, gozar de sus derechos cívicos y políticos, y que vivieran en la jurisdicción. Estas normas aún están vigentes, excepto por lo que se refiere a la edad mínima que ha sido rebajada a 23 años. Las personas de más de 70 años pueden ser dispen-

sadas y se excluye a aquellas que han actuado como miembros de un jurado durante los cinco años anteriores.

A pesar de la relativa democratización de las normas aplicadas en los diversos países, ciertas categorías de personas aún están sub-representadas en los jurados. Esto se debe en gran parte a los procedimientos empleados para constituir las listas. En Francia, la comisión encargada de confeccionar tales listas incluía a un juez, el alcalde y otros «consejeros» que, probablemente, eran notables. Antes de la Revolución, las clases privilegiadas eran las únicas representadas. Más tarde se continuó manteniendo al margen al proletariado. En 1976 aún se podía constatar que los obreros y otras clases populares eran objeto de una sub-representación sistemática (Wenberger y Cousin, 1978). Según una encuesta realizada en el departamento del Aín entre 1970 y 1974, la sub-representación femenina es flagrante. En este caso, las mujeres constituían el 50,1 % de la población y solamente el 7 % de las listas preparatorias. Por lo que respecta a las listas definitivas de sesión, éstas incluían 95,9 % de hombres y tan sólo 4,1 % de mujeres (Académie de Lyon, 1975, pág. 10).

En ciertos estados de EE UU existen sistemas que utilizan «personalidades» para reunir los nombres de las listas de jurados. Las desproporciones no han sido tan grandes como en Francia. Sin embargo, la sub-representación femenina, de los negros, de los jóvenes y de las personas menos instruidas sigue siendo significativa desde un punto de vista estadístico (Mills, 1969; Alker y Barnard, 1978). Según Prael (1973), los jurados norteamericanos reúnen hombres blancos de la clase media (*middle-class*) que viven en los suburbios residenciales o en el campo. No hay que pensar que estas formas de discriminación son exclusivas de estos países, pues en Inglaterra el aspecto «medio» de los jurados resulta igualmente evidente. Tomando los términos de Lord Devlin, los miembros del jurado inglés son «hombres de edad media, mentalidad media y clase media» (Pope, 1961, núm. 10).

Con la esperanza de remediar esta débil representación de ciertas capas sociales, la ley federal de selección de jurados promulgada en los Estados Unidos en 1968 prescribía de forma expresa la utilización de las listas electorales. También especificaba que nadie debía ser excluido de un jurado debido a su raza, el color de su piel, su sexo, su origen nacional o su status económico. En Francia, una ley votada en 1978 y que debía entrar en vigor en enero de 1980 estipula que los miembros del jurado serán elegidos en base a las listas electorales. Estos cambios nos hacen abrigar la esperanza de una mejor representatividad de los jurados. Sin embargo, podemos suponer, en función de los elementos de que disponemos, que si todavía existe un motivo para que ciertas clases se hallen sobre-representadas, la discriminación contra ciertas categorías y su sub-representación probablemente persistirán (véase Nemeth, 1981).

### C. Cómo toman sus decisiones los jurados

Cuando se intenta comprender el proceso de toma de decisión, puede resultar importante conocer la composición de los jurados. Como hemos podido ver con anterioridad, la mayoría de los países estudiados tienden a eliminar de la función de miembro del jurado a ciertas categorías de la población. En particular, las categorías minoritarias tienden a estar sub-representadas, al igual que los extremos, ya sean de edad, instrucción o posición social. Por su composición, los jurados tienen un carácter sumamente homogéneo. Debido a ello resulta importante comprender en qué medida la presencia de puntos de vista minoritarios actúa sobre los procesos de deliberación y sobre la calidad de la decisión tomada al final de dichas deliberaciones. También resulta importante estudiar otro aspecto de la composición de los jurados: ¿participan los jueces en las deliberaciones de los miembros del jurado o no lo hacen?

Ahí reside una de las diferencias de procedimiento más destacadas e importantes entre los Estados Unidos y Francia. En este punto, las prácticas varían considerablemente entre un país y otro. En los Estados Unidos, Gran Bretaña y Noruega, los jurados compuestos por personas no profesionales deciden sobre la culpabilidad y los jueces deciden sobre la sanción. En Austria, el jurado, formado asimismo por profanos, decide sobre la culpabilidad, mientras que la sanción es determinada por el juez y el jurado. En Francia, la República Federal de Alemania, Bélgica e Italia, los jueces y los miembros del jurado deciden conjuntamente tanto sobre la culpabilidad como sobre la pena (Wenberger y Cousin, 1978, pág. 36).

Si deseamos evaluar el alcance de estas diferencias de procedimiento, primero tenemos que examinar una difícil cuestión: ¿qué es una «buena» toma de decisión? Luego estudiaremos los elementos de que disponemos sobre el problema de la homogeneidad, así como las legislaciones vigentes en diversos países acerca de la dimensión del jurado y la exigencia de unanimidad.

#### a. Los elementos de una buena toma de decisión

Resultaría ingenuo pedir que las personas sean extraordinariamente inteligentes, sabias, justas, tolerantes, etc. Pero en la interacción entre los individuos existen ciertos elementos que favorecen una toma correcta de decisión o, al contrario, una toma defectuosa de decisión. Veremos que, cuando una interacción tiene lugar entre personas, una de las tendencias más nocivas es «la aspiración de uniformidad», el esfuerzo por llegar a un acuerdo con demasiada rapidez, de forma prematura, sin examinar todas las informaciones disponibles, ni las diversas formas de utilizar dichas informa-



ciones. Otro problema: a menudo encontramos una tendencia consistente en adoptar las opiniones de personas de posición superior, independientemente de que esas opiniones sean juiciosas o bien reflexionadas. Según la mayoría de los investigadores que han trabajado sobre la toma de decisiones, es de gran importancia que las personas en cuestión formulen sus juicios con toda libertad hasta el final. Este es el único medio de reconocer y evaluar los recursos de varias personas reunidas. Cuando están reunidas cuatro personas, esto representa una suma de conocimientos más importante que cuando sólo hay dos; pero si dos de ellas guardan silencio, el grupo se reduce de hecho a dos personas. Además, los investigadores (por ejemplo, Janis, 1972; Janis y Mann, 1977) han definido procesos de toma de decisiones de «alta calidad»; según sus indicaciones, las mejores condiciones se reúnen cuando los individuos y el grupo se lanzan a la búsqueda de nuevas informaciones, examinan un amplio espectro de posibilidades, toman en consideración datos y juicios formulados por los expertos incluso si éstos van en contra de su opinión inicial, consideran los aspectos positivos y negativos de todas las eventualidades y aceptan volver a tomar en consideración ciertas posibilidades, incluso si éstas habían sido rechazadas inicialmente.

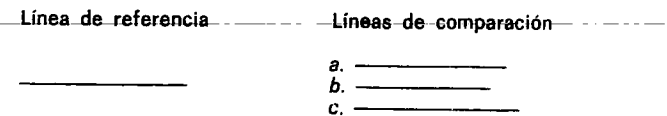
Según el trabajo de Janis (1972), si no se reúnen los elementos favorables para la toma de decisión, la razón fundamental de ello es la voluntad de llegar a un acuerdo. Además resulta que los elementos que impiden una buena toma de decisión se ven reforzados cuando existe una fuerte cohesión, una similitud de opiniones y valores entre los miembros del grupo y cuando un líder desempeña un papel de dirección dentro del grupo. Janis llama *group think* («pensamiento de grupo») a este tipo de toma de decisión y afirma que dicho proceso explica en parte las decisiones erróneas de política extranjera tomadas sobre cuestiones importantes por grupos de consejeros presidenciales del más alto nivel. El análisis realizado por Janis de estos «fascos históricos» (por ejemplo, la decisión de apaciguar a Hitler tomada por los asesores de Chamberlain en 1937-1938 o la invasión tristemente célebre de la bahía de Cochinos de Cuba, decidida por los consejeros de Kennedy) le permite deducir las condiciones previas del pensamiento de grupo, así como los síntomas de una mala toma de decisión, que ya hemos definido en este capítulo. Los grupos caracterizados por la similitud de sus miembros y una fuerte cohesión, sometidos a una urgencia o a la presión de las circunstancias, y regidos por un liderazgo fuerte y directivo eran los que más tendían a realizar un acuerdo prematuro, a ejercer presiones sobre los disidentes, a estar convencidos de su moralidad inherente, a hacerse una idea estereotipada de los grupos exteriores, etc. Por el contrario, este tipo de grupo era el que menos tendencia presentaba a buscar informaciones nuevas, a estudiar a fondo las posibilidades de recambio, a tratar la información sin ideas preconcebidas, etc. Otras investigaciones confirman estas proposiciones de orden general. Así, sabemos que los grupos de cohesión elevada (donde los individuos son similares

entre ellos o se aprecian mutuamente) presentan una mayor tendencia a conformarse, a llegar a un acuerdo rápido y fácil (Allen, 1965).

Los elementos de que disponemos confirman que la constitución de grupos sumamente homogéneos (compuestos, por ejemplo, por individuos de clase media, de un nivel medio de instrucción) puede poner trabas a la búsqueda de información, al tratamiento objetivo de esta información, al examen de todas las posibilidades existentes, etc. El acuerdo precipitado y prematuro que se corre el riesgo de llevar a cabo puede que no vaya en el sentido de la justicia. De esta forma, tenemos el derecho de cuestionar seriamente la calidad de las deliberaciones de los jurados cuya composición no es representativa del conjunto de la población. Al parecer, la presencia de concepciones diferentes, de puntos de vista minoritarios podría contrarrestar esta tendencia consistente en cerrar el debate de forma prematura. De hecho, ciertos datos indican que la expresión de una opinión minoritaria persistente, si bien impide un acuerdo precipitado, también favorece el tratamiento de las informaciones y mejora la calidad de la toma de decisión. En ausencia de esta voz «desviada», las personas corren el riesgo de cometer errores graves de juicio.

#### b. Los peligros de la conformidad

Existen innumerables estudios que muestran que, ante una mayoría cuyo acuerdo se basa en una respuesta incorrecta, un individuo tiene grandes probabilidades de ponerse de acuerdo con esta opinión mayoritaria errónea, incluso si ésta va en contra de la percepción de sus propios sentidos. Por ejemplo, en el estudio clásico realizado por Asch (1955), se pedía a los sujetos que compararan tres líneas, diciendo cuál de ellas era idéntica a una línea de referencia. Los estímulos propuestos se presentaban de la siguiente manera:

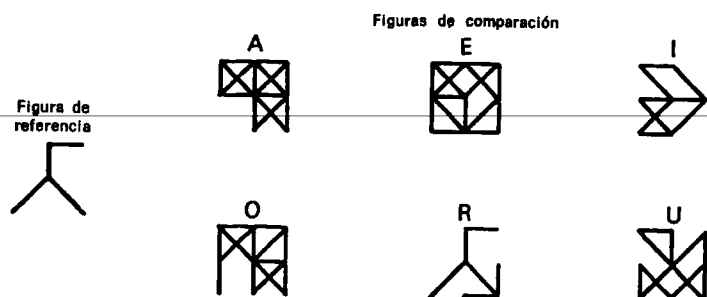


Cuando los sujetos realizan solos este tipo de juicios, más de 99 % de ellos estiman correctamente que la línea (a) es igual a la línea de referencia. Pero si tres personas o más se ponen de acuerdo para decir que la respuesta correcta es (b), casi una tercera parte de los sujetos también responden (b).

La presencia de una voz disidente, de un punto de vista minoritario, tiende a quebrantar el poder ejercido por esta mayoría. Si tres personas o más (e incluso hasta 9 o 10) se entienden entre ellas para afirmar erróneamente que la respuesta correcta es (b), su impacto será sumamente reducido con tal que otra persona se pronuncie por (a)... aunque sea la única que lo haga. En esta situación, el número de sujetos que dan la respuesta incorrecta (b) se reduce aproximadamente al 8%. De forma aún más notable, la persona que defiende un punto de vista minoritario no tiene necesidad forzosamente de tener razón para mermar el poder de la mayoría equivocada. Si una mayoría de tres personas afirma erróneamente que (b) es la respuesta correcta y si sólo otra persona dice que (c) es la respuesta correcta, el sujeto ingenuo tiene, no obstante, mayores probabilidades de escapar a la presión ejercida por la opinión mayoritaria. La respuesta incorrecta (b) será pronunciada, en esa situación, tan sólo en 9% de los casos y la respuesta correcta (a) en aproximadamente 91% de los casos (Asch, 1955).

### c. La aportación de los puntos de vista minoritarios

Según otros elementos recientes, la expresión de puntos de vista minoritarios, incluso si son falsos, mejora la búsqueda de informaciones y la toma de decisión. La presencia de puntos de vista minoritarios no sólo limita el poder de una mayoría que defiende un punto de vista erróneo, sino que también favorece la elaboración de mejores soluciones que las que podría elaborar un individuo aislado. En una experiencia conducida por Nemeth y Wachtler (1982) se pedía a los sujetos que señalaran entre varias figuras aquellas que contuvieran una figura de referencia. Estas figuras aparecen en la siguiente ilustración:



Sin duda, el lector notará que resulta fácil distinguir la figura de referencia en la configuración R. Más difícil resulta descubrirla en las configuraciones A y E. Y no está contenida en las configuraciones I, O y U.

Cuando los sujetos examinan solos este tipo de figura, tienden a elegir únicamente las figuras más fáciles entre las diferentes formas que deben comparar con la figura de referencia, en el caso propuesto, la figura R. Pero durante este estudio se recrearon cuatro situaciones experimentales. En el primer caso, una mayoría de cuatro personas (en realidad, cómplices del experimentador) decían a dos sujetos ingenuos que la figura de referencia se encontraba en la figura «fácil», R, y también en una figura que efectivamente la contenía, A. En un segundo caso, esta misma mayoría de cuatro personas afirmaba ante los dos sujetos ingenuos que la figura de referencia estaba incluida en R (figura fácil) así como en otra figura incorrecta, E. En un tercer caso, una minoría de dos cómplices decía a cuatro sujetos ingenuos que la figura de referencia estaba contenida en la figura «fácil», R, así como en otra figura «correcta», A. En el cuarto caso, la minoría de dos personas decía a cuatro sujetos ingenuos que la figura se hallaba en R, pero también en una figura incorrecta, E. En resumen, en un grupo de seis personas, una mayoría o una minoría formulaban un juicio que los sujetos habrían emitido por sí mismos (la figura de referencia se encuentra en R), pero añadían que también estaba en otra figura. En este punto, dependiendo de la situación, tenían razón o bien estaban equivocados.

Los resultados pusieron de manifiesto que el hecho de que los cómplices tuvieran o no razón no suponía una gran diferencia. Las cosas cambiaban mucho más si este punto de vista «diferente» provenía de una mayoría o de una minoría. Cuando los cómplices formaban una mayoría, los sujetos ingenuos bien adoptaban su posición (es decir, repetían exactamente lo que los cómplices decían) o bien tenían la misma posición que si hubiesen estado solos (designando únicamente la figura R). Cuando los cómplices formaban una minoría, los sujetos ingenuos manifestaban una menor tendencia a imitarlos; se pronunciaban con mucha menos frecuencia en favor de las figuras propuestas por esta minoría. En cambio a menudo encontraban soluciones correctas que no habían sido sugeridas por los cómplices. En otros términos, si la minoría mencionaba R y A, los sujetos ingenuos presentaban una mayor tendencia a señalar R y O: respuesta correcta que no había sido sugerida por los cómplices. Incluso cuando la minoría estaba equivocada (al designar R y U, por ejemplo), los sujetos ingenuos tendían no obstante a dar respuestas correctas más difíciles, señalando R y A, por ejemplo. Por lo que hace a la mayoría, sus respuestas en el mejor de los casos eran reproducidas con exactitud. Si la mayoría tenía razón (señalando R y A), los sujetos ingenuos decían a su vez R y A con frecuencia. Si la mayoría estaba equivocada (al indicar R y U), los sujetos ingenuos la imitaban frecuentemente, indicando R y U.

Podemos extraer una lección de esta experiencia: la mayoría es muy influyente. Si tiene razón se le sigue con frecuencia. Pero muy a menudo también es imitada cuando está en el error. Si éste es el caso, la opinión mayo-

ritaria puede ir en contra de una buena toma de decisión. Si los puntos de vista minoritarios son importantes es porque estimulan al individuo a examinar una vez más la situación. En general, las personas no adoptan a menudo la posición de la minoría. Pero la nueva reflexión provocada por los puntos de vista minoritarios les permite encontrar soluciones inéditas y apropiadas, en las que no habrían pensado sin la influencia ejercida por la minoría. Los conflictos engendrados por los puntos de vista minoritarios pueden hacer más creativo el proceso de toma de decisión y permitirle desembocar en soluciones más correctas.

#### d. El problema de las diferencias de status

De las diferencias de status se derivan problemas análogos a los que provoca la presión ejercida por la mayoría en dirección a la uniformidad. En ocasiones, estas diferencias implican una desigualdad de participación y una tendencia a aceptar el punto de vista de aquellos que se benefician de un status elevado, independientemente de que sus posiciones sean fundadas o no. Por ejemplo, las personas que desempeñan un papel dirigente a menudo ejercen una considerable influencia. Al estudiar jurados reales, Strodtbeck *et al.* (1957) constataron que la persona que ha sido elegida presidente del jurado es la que más participa en las deliberaciones y la que ejerce la mayor influencia. Este fenómeno no se debe únicamente al papel dirigente del presidente. Los presidentes de los jurados son más a menudo de raza blanca que de raza negra; existen mayores probabilidades de que sea un hombre y no una mujer, y que sea un propietario y no un obrero. También existen probabilidades de que manifieste un estilo particular de comportamiento. Por ejemplo, a menudo preferirá sentarse a la cabecera de la mesa, intervendrá en primer lugar, etc. (Strodtbeck *et al.*, 1957; Strodtbeck y Hook, 1961; Nemeth *et al.*, 1977). Sabemos que, tomado independientemente, este tipo de comportamiento (sentarse a la cabecera de la mesa) aumenta las posibilidades de que se produzca una influencia (Nemeth y Wachtler, 1974).

Por ejemplo, Nemeth y Wachtler (1974) realizaron un estudio experimental durante el cual un cómplice adoptaba una opinión minoritaria, proponiendo una indemnización muy baja (3.000 dólares) en un litigio por lesiones, mientras que en su conjunto los sujetos ingenuos se inclinaban por una suma mucho más elevada (entre 15.000 y 20.000 dólares). En todas las condiciones, el cómplice exponía de memoria exactamente los mismos argumentos. Entre una condición y otra no había más que una variable: el cómplice se sentaba a la cabecera de una mesa rectangular o bien a uno de los costados; a veces se le asignaba este lugar, y otras él lo elegía. En uno de los casos era el experimentador quien le asignaba el lugar situado a la cabecera de la mesa; en el segundo, el experimentador hacía que tomara asiento a uno de

los lados; en el tercero y cuarto casos, se decía simplemente a los participantes que «tomaran asiento». En la tercera condición, el cómplice se las arreglaba para sentarse a la cabecera de la mesa, y en la cuarta, elegía sentarse en uno de los lados. Todos los otros aspectos de la interacción eran comparables. Los resultados muestran que este cómplice, que defendía un punto de vista minoritario en favor de una baja indemnización, lograba convencer a los otros participantes de reducir la indemnización propuesta cuando elegía sentarse a la cabecera de la mesa. Y no lo lograba cuando se sentaba de motu proprio a uno de los lados o cuando se le asignaba un lugar en uno de los lados o a la cabecera de la mesa. Por último, el cómplice daba una impresión más segura y consecuente cuando se instalaba deliberadamente en la cabecera de la mesa.

Lo que esta experiencia nos enseña es que los estilos de comportamiento que se traducen en seguridad y consecuencia en un individuo cualquiera bastan para otorgarle una mayor influencia. Pero también resulta que ciertas personas —sobre todo las provenientes de categorías privilegiadas en el aspecto de la instrucción, la clase social, el sexo, la edad o la raza— tienen mayores probabilidades de comportarse de esta manera. También es entre estas categorías donde generalmente se elige a los que ocuparán una posición dirigente. Por ello, su influencia es considerablemente superior a la de los otros individuos.

Constatamos que estas diferencias de status son tan importantes que se imponen a la exactitud de las posiciones del individuo en cuestión. Este hecho es ilustrado por la experiencia llevada a cabo por Torrance (1955) con equipos de bombarderos de la Fuerza Aérea de los Estados Unidos durante su entrenamiento en la guerra de Corea. Cada equipo —formado por un piloto, un navegante y un artillero— recibía un problema que incluía una respuesta correcta. El piloto, nombrado comandante del equipo, tenía el status más elevado. El navegante era el oficial responsable de ciertas decisiones. Por lo que se refiere al artillero, cuyo rango era el de soldado raso, era quien tenía el status menos elevado. El problema era el siguiente:

Problema de comercio con caballos: «Un hombre compra un caballo por \$ 60 y lo vende por \$ 70. Luego lo vuelve a comprar por \$ 80 y lo vuelve a vender por \$ 90. ¿Cuánto dinero gana con el comercio de caballos?»

Individualmente, 31 % de los pilotos, 50 % de los navegantes y 29 % de los artilleros encontraron la solución correcta (\$ 20). Se trataba de saber si el grupo de tres personas adoptaría esta solución correcta a partir del momento que uno de sus miembros la conociera. Los resultados indicaron que todo dependía de la persona que conocía la respuesta correcta. Cuando el piloto proponía la solución, 94 % de los grupos la adoptaban; cuando era

el navegante, 80 % de los grupos; y cuando la solución correcta era dada por el artillero, solamente 63 % de los grupos la aceptaban. La aceptación de la respuesta correcta guardaba una relación directa con el status de la persona que enunciaba dicha respuesta.

¿Qué podemos pensar, ante esta experiencia, de la situación en Francia, donde los debates del jurado son dirigidos por el presidente del Tribunal, un magistrado por definición? Al lado de sus dos asesores, el presidente participa de forma íntegra en las deliberaciones de nueve profanos. No sólo se beneficia de las ventajas de su posición dirigente dentro del grupo, sino también del status superior que le confiere su función de juez. Existen innumerables estudios que demuestran que la misma opinión, los mismos argumentos, los mismos esfuerzos por influenciar a los demás dan mejores resultados cuando provienen de una persona provista de un status superior (por ejemplo, un hombre blanco, instruido, de cierta edad, que ejerce una profesión liberal), que en el caso en que provienen de una persona de status inferior (por ejemplo, una mujer, no blanca, poco escolarizada, joven y obrera) (véase McGuire, 1969). Además, el juez está acostumbrado a que se le testimonie deferencia, y es particularmente proclive a practicar un estilo de comportamiento caracterizado por la seguridad y la persistencia en sus opiniones. Y por consiguiente, tiene muchas probabilidades de hacer que prevalezcan los puntos que él sostiene.

El presidente del Tribunal, ya dotado de una cierta fuerza de persuasión debido a su status y a su estilo de comportamiento, se beneficia de otros privilegios que le permiten no estar al mismo nivel que los demás, dominar e influenciar los debates en mayor medida que cualquier otra persona. Puesto que preside las deliberaciones, puede influir sobre el orden de las intervenciones y el momento en que se expresen las opiniones discordantes... si es que al menos las deja expresar. También puede insinuar que una opinión no ha lugar. En Janis (1972) constatamos que un líder que da a conocer sus posiciones de antemano a menudo se opone a la expresión de puntos de vista opuestos al suyo. En las deliberaciones de este tipo, a menudo la decisión final no resulta satisfactoria. En los grupos estudiados por Janis, las decisiones tomadas en materia de política exterior terminaron en fracasos. En el contexto que estudiamos, se corre el riesgo de que no se haga justicia.

#### e. ¿Jueces o miembros del jurado?

Entre los partidarios del procedimiento que permite que tanto jueces como profanos deliberen tanto sobre la culpabilidad como sobre la pena, son numerosos los que sostienen que el jurado por sí sólo es en ocasiones demasiado indulgente y en otras demasiado severo, produciendo veredictos «repudiados por la opinión pública» (Stefani, 1980, pág. 346). Se ha repro-

chado a los jurados ser demasiado indulgentes ante ciertas formas de criminalidad (por ejemplo, el infanticidio o los crímenes pasionales) y ser, en cambio, demasiado severos con los atentados contra la propiedad (Merle y Vitu, 1967). Así, la reforma de 1941, que instauraba las deliberaciones comunes entre jueces y jurados, fue concebida para corregir dichos excesos. El reciente código de procesamiento penal (Stefani *et al.*, 1980) aún considera que esta colaboración tiene la ventaja de conservar el sistema del jurado, si bien compensa cierto grado de incompetencia y armoniza las relaciones entre el Tribunal y el jurado (pág. 347).

Apoyándose en una lógica difícil de comprender, los defensores de esta forma de colaboración afirman que los magistrados han estabilizado a los jurados al aumentar el número de condenas y dan los siguientes resultados: 31 % de absoluciones en 1901, 34 % en 1910 y 1920, 38 % en 1929. Tras la ley de 1932, que instauraba la participación de los jueces en las deliberaciones sobre las penas, la tasa de absoluciones bajó, pasando a 25 % en 1933, 24 % en 1934, 26 % en 1937 y 25 % en 1938. Esta disminución fue aún más acusada tras la ley de 1941 que instauraba una deliberación colectiva tanto sobre la culpabilidad como sobre las penas: 8 % en 1942, 9 % en 1945, 13 % en 1948 y 9 % en 1951.

La tendencia de los jurados consistente en mostrarse más indulgentes que los jueces es corroborada por algunos estudios realizados en los Estados Unidos. En un estudio de cierta amplitud, Kalven y Zeisel (1966) pidieron a varios jueces que redactaran los veredictos que habrían pronunciado, tras lo cual compararon estos veredictos con los que habían sido pronunciados en realidad por los jurados en los casos en cuestión. El estudio trataba sobre más de 3.500 casos. En 78 % de ellos, las opiniones de los jueces y de los jurados concordaban. En el 22 % restante, los jurados se mostraban más indulgentes en 19 % de los casos y los jueces en 3 % de los casos.

Según este estudio, la diferencia entre jueces y jurados sería menos marcada en los Estados Unidos de lo que indican las estadísticas sobre Francia; no obstante, la tendencia de los jurados a mostrarse más clementes parece bastante bien establecida. Sin embargo, estas estadísticas no toman en cuenta la cuestión de la *justicia*. Quizás el jurado tenga razón de ser indulgente. No disponemos de ningún criterio que permita evaluar la exactitud del veredicto. Si se supiera sin lugar a dudas que el reo es culpable de un crimen determinado, no sería necesario el proceso de deliberación. La función de las deliberaciones consiste en garantizar que la decisión tomada sea la mejor posible, la que tenga mayores probabilidades de ser correcta. Las condiciones de una buena toma de decisión parecen aseguradas si se reúne a un grupo de individuos para estudiar el conjunto de los hechos, recoger las informaciones, formular sus puntos de vista, debatirlos y llegar, finalmente, a un acuerdo. La presencia de individuos que dominan las deliberaciones, ex-

cluyen a ciertos participantes o les imponen su opinión no parece favorecer este proceso.

Como ya hemos indicado con anterioridad, la relación entre la estabilidad y el aumento de las condenas no resulta evidente. Pero existe otra presuposición según la cual los jueces desempeñarían un papel «estabilizador» al reducir la variabilidad. Los elementos de que disponemos no apoyan esta afirmación. Al igual que el resto de la humanidad, los jueces no siempre están de acuerdo entre ellos: de hecho, tan sólo lo están en aproximadamente 80 % de los casos. En un estudio realizado por Diamond y Zeisel (1975) se compararon los veredictos formulados por diferentes jueces sobre los mismos casos y se constató que tan sólo estaban de acuerdo en 80 % sobre la necesidad de encarcelar o no al inculpado. Esta tasa de acuerdo es muy similar a las que se obtienen comparando las apreciaciones formuladas tras las entrevistas en orden a una contratación de empleo (Uhrbrock, 1948) o al resultado de comparaciones entre los diagnósticos formulados por diferentes psiquiatras acerca del mismo caso (Beck *et al.*, 1962) o por diferentes médicos (Elstein *et al.*, 1978). También está muy próximo a la tasa de 78 % constatada por Kalven y Zeisel (1966) en su estudio que comparaba los veredictos de los jueces con los de los jurados.

Ante problemas complejos, los jueces se muestran tan a menudo de acuerdo entre ellos como cualquier otro colectivo, ya sea profesional o no. Resulta difícil demostrar la mayor estabilidad que se les atribuye. Por otra parte, no se hallan libres de la influencia de su origen social, de su educación, de su nivel de instrucción o de las ideologías que adoptan, mientras que reprochan a los miembros del jurado estar sometidos a este tipo de influencias, motivando así la crítica de incompetencia que se les hace. Estos factores actúan sobre los jueces, los miembros del jurado y sobre toda la humanidad. Por ejemplo, los elementos aportados por Hogarth (1977) muestran que si los jueces están en desacuerdo sobre la sentencia que hay que aplicar, este desacuerdo se debe, en parte, a su concepción del objetivo que debe lograr la sanción: castigo o rehabilitación. Se ha podido establecer que múltiples datos predeterminaban los veredictos emitidos por los jueces: afiliación a un partido político, ingresos, confesión religiosa, pasado profesional. Se ha constatado que un magistrado conservador, protestante o que previamente había sido procurador o fiscal general (*prosecuting attorney*) manifestaba una mayor tendencia a alinearse con la acusación, es decir, a votar «culpable» (Nagel, 1962).

En resumen, resultaría muy difícil demostrar que los jueces escapan en mayor medida que los miembros del jurado a la influencia de su entorno social y sus ideas. Parece estar demostrado que los jueces presentan una mayor tendencia a condenar y una menor tendencia a absolver a un acusado que los miembros del jurado. Pero tal vez resulte más importante saber que su participación en las deliberaciones tiende a concederles un peso excesivo

en la determinación del veredicto final. Si fueran más sabios o más justos que el resto de los humanos, esta desproporcionada influencia se ejercería en el interés de la justicia. Pero como ha destacado Lempert (1981), las investigaciones demuestran que el jurado constituye una «solución mediana» («minimax»), «ni tan eficaz ni tan racional como un juicio llevado a cabo por los mejores jueces, pero que nunca alcanza el grado de ineficacia, irracionalidad y parcialidad que empaña a los peores elementos de la magistratura» (pág. 95). En compañía de otros seres humanos que intentan tomar una decisión compleja, los jueces no adoptan una posición más justa debido a tal compañía. Pero, en cambio, su presencia puede reducir la participación de los miembros del jurado y bloquear la expresión de puntos de vista disidentes.

#### f. La forma del jurado

Hasta ahora hemos constatado una tendencia consistente en limitar la participación, realmente democrática, de la población en el ejercicio de la justicia. En todos los países se tiende a favorecer la representación de ciertas clases de la sociedad; en general, las clases «medias» y las más privilegiadas. También hemos constatado que los procedimientos que institúan una decisión conjunta de jueces y jurados implicaban el riesgo de ahogar la expresión de opiniones quizá divergentes por parte de los miembros del jurado, auténticos representantes de la población. Ahora abordaremos los cambios que han tenido lugar recientemente en varios países y que hacen aún más difícil que las voces minoritarias se hagan escuchar o sean realmente tomadas en consideración. Estos cambios se refieren al número de miembros y a la reglamentación de la toma de decisión.

Históricamente, los miembros del jurado han sido, en general, doce, y debían lograr la unanimidad al final de sus deliberaciones. Este era el caso tanto de los Estados Unidos como de Francia. Históricamente, sólo los miembros del jurado deliberaban; los jueces no estaban presentes. Esto era cierto tanto en Francia como en los Estados Unidos. Pero algunos cambios ocurridos en estos dos países durante las últimas décadas han modificado de forma sustancial el proceso de toma de decisión. Por lo que se refiere a Francia, la ley de 1932 autorizó a los magistrados a deliberar sobre la sanción con los miembros del jurado. En 1941, el número de miembros del jurado necesario para pronunciar un veredicto era tan sólo de seis; estos seis miembros del jurado deliberaban sobre la sanción con tres magistrados. Para que se adoptara legalmente una decisión era necesaria una mayoría de cinco. En 1945, siete miembros del jurado deliberaban con tres magistrados sobre la culpabilidad y la sanción. La igualdad de votos (5-5) jugaba en favor del acusado. Para que hubiese condena era necesaria una

mayoría de dos, es decir, seis votos contra cuatro. En 1958, el jurado contaba con nueve miembros y los magistrados seguían siendo tres. Para que hubiese condena era necesaria una mayoría de ocho votos contra cuatro, debiendo emanar al menos cinco de los ocho votos del jurado, es decir, una mayoría de los nueve miembros del jurado. Para las demás decisiones bastaba con la mayoría simple (Merle y Vitu, 1967; Stefani *et al.*, 1980).

En los Estados Unidos, el jurado está formado generalmente por doce personas y habitualmente se les pide que lleguen a la unanimidad tras sus deliberaciones. Por otra parte, los miembros del jurado deliberan solos y en secreto, fuera de la presencia de los jueces. Si hemos de definir como «habitual» el número de doce miembros del jurado y la cláusula de unanimidad, esto se debe a decisiones sumamente recientes del Tribunal Supremo, según las cuales son constitucionales los jurados de seis miembros que apliquen un sistema de decisión por mayoría de votos. El histórico y ampliamente criticado decreto tomado por el Tribunal Supremo tras el desenlace del caso Williams contra el Estado de Florida (1970)<sup>1</sup> estipula que los jurados de seis personas son constitucionales en los procesos criminales. En el caso Colgrove contra Battin (1973),<sup>2</sup> esta reglamentación fue extendida al terreno civil. Pero esta tendencia consistente en reducir los jurados fue interrumpida con el caso Ballew contra el Estado de Georgia (1978),<sup>3</sup> caso en que el Tribunal Supremo definió como no constitucional los jurados de cinco personas.

Por lo que respecta a la regla de unanimidad, el Tribunal ha considerado que un modo mayoritario de decisión no va en contra de la Constitución (Apodaca *et al.* contra el Estado de Oregón, 1972; Johnson contra el Estado de Louisiana, 1972),<sup>4</sup> lo que ha permitido a los estados de la Unión modificar su propio procedimiento en este punto. En la práctica, no obstante, todos los tribunales federales exigen que los jurados estén formados por doce personas y que las deliberaciones lleguen a la unanimidad. En la mayoría de los estados de la Unión, la unanimidad constituye la regla; únicamente un pequeño número de estados (por ejemplo, Louisiana y Oregón) admiten una forma de decisión por mayoría de votos. Tras las históricas decisiones del Tribunal Supremo, la tendencia consistente en reducir la dimensión de los jurados de doce a seis miembros se ha generalizado con claridad. Como ya veremos más tarde, estos cambios afectan al número de miembros y a las modalidades de decisión e influyen sobre el proceso de toma de decisión en el seno de los jurados.

1. Williams contra el Estado de Florida, 399 US 78, 1970.

2. Colgrove contra Battin, 413 US 149, 1973.

3. Ballew contra el Estado de Georgia, 435 US 223, 1978.

4. Apodaca, Cooper y Madden contra el Estado de Oregón, 92 US 1928, 1972; Johnson contra el Estado de Louisiana, 92 US 1935, 1972.

### g. La cuestión del número de miembros del jurado

Ya hemos planteado el problema de la consistencia. Según la teoría de los muestreos podríamos suponer que los jurados de doce personas serían más consistentes que los jurados de seis. En otros términos, los veredictos serían más similares entre diferentes grupos de doce que entre grupos diferentes de seis. Sobre esta cuestión era necesario llevar a cabo estudios experimentales en la medida en que, como sabemos, los veredictos finales no eran simplemente el resultado de una combinación estadística de elecciones individuales. Por ejemplo, si se constatará que en el interior de grupos de doce personas la participación de ciertos miembros del jurado estuviese inhibida, el número efectivo de personas que tomarían la decisión sería sensiblemente inferior, lo que modificaría las previsiones que se desprenden de la teoría de los muestreos. Las experiencias realizadas sobre esta cuestión han confirmado la presuposición de una participación más equitativa en el seno de los jurados de seis personas en comparación con los jurados de doce, pero también han confirmado la mayor estabilidad (la menor variabilidad) de los jurados de doce personas, comparados con los jurados de seis (Hackman y Vidmar, 1970; Thomas y Fink, 1963).

También disponemos de datos según los cuales un grupo más numeroso generalmente recuerda mejor los hechos (Kelley y Thibaut, 1969), gracias a sus mayores recursos (a condición que los utilice), y tiende a realizar una mejor corrección de las actitudes parciales o los errores (Shaw, 1932). Además, en un grupo más grande existen mayores probabilidades de que se represente un punto de vista minoritario, y si sucede esto, existen mayores probabilidades de que se manifieste y sea defendido (véase, *passim*, Zeisel, 1971, 1974; Thomas y Fink, 1963; Lempert, 1975). Si afirmamos que los puntos de vista minoritarios tienen mayores probabilidades de manifestarse y ser defendidos en el seno de grupos más amplios, es porque mientras más grande sea un grupo, mayores probabilidades habrá de que el punto de vista minoritario sea compartido por varias personas. Como recordábamos con anterioridad, numerosos estudios sobre la conformidad muestran que un individuo aislado tiende con mayor facilidad a conformarse al punto de vista mayoritario, incluso si éste no está fundamentado. En presencia de un aliado único, este individuo presenta mayores probabilidades de no capitular y de mantenerse firme en su concepción personal (Asch, 1955).

Además, ha quedado ampliamente establecido que los grupos de doce personas se «bloquean» a menudo en sus deliberaciones (es decir que no pueden llegar a una decisión unánime), lo que se produce con menor frecuencia en los grupos de seis personas (Padawer-Singer *et al.*, 1977). Esto viene a añadirse a los resultados de las experiencias que demuestran que, en los grupos de

doce personas, los puntos de vista minoritarios llegan con mayor facilidad a expresarse y mantenerse.

En resumen, constatamos que los grupos de doce personas o, en general, los grupos de mayor importancia, favorecen una mejor rememoración de los hechos, una mejor corrección de los errores, una mejor representación de la población, la presencia de puntos de vista minoritarios y la persistencia de las opiniones disidentes. De este modo, al autorizar la reducción del número de miembros de los jurados se estimula la aparición de un consenso demasiado precipitado y se tiende a reducir la representación de la colectividad y la expresión de los puntos de vista disidentes.

#### h. El papel de la unanimidad

La oposición entre la exigencia de unanimidad y el ejercicio de una forma de decisión mayoritaria quizá tenga más peso aún que la cuestión del número de miembros del jurado; al parecer se corre un mayor riesgo de desalentar la expresión de divergencias y de provocar deliberaciones menos conflictivas que acaben en decisiones demasiado rápidas. Como ya hemos indicado, el procedimiento francés actualmente admite un voto mayoritario (siete sobre doce) en los casos de decisiones favorables al acusado. En los casos donde la decisión es desfavorable para el acusado se exige una mayoría de ocho sobre doce. En el sistema norteamericano se admite la ausencia de unanimidad y algunos estados de la Unión, cuyo número es muy reducido, la practican. La norma es la exigencia de unanimidad.

En los Estados Unidos, las decisiones del Tribunal Supremo que admiten la práctica del voto mayoritario han desencadenado protestas tan violentas como las suscitadas por la posibilidad de reducir el número de los miembros de un jurado. Para numerosos críticos, estas decisiones entorpecían el «justo desarrollo del proceso», por lo que, en su opinión, salvaguardaba valores como «el examen íntegro y equitativo de todos los puntos de vista», «el debate vigoroso», preferible a «una charla cortés y convencional», la representación de los puntos de vista minoritarios y la «confianza de la colectividad» (Apodaca *et al.* contra el Estado de Oregón, 1972; Johnson contra el Estado de Louisiana, 1972). Estos casos resultan especialmente interesantes, ya que la confrontación entre la manera cómo los jueces del Tribunal Supremo tomaron sus decisiones y las teorías de la influencia social sobre las que se apoyaban constituye una verdadera paradoja. En estos procesos, la decisión según la cual el voto mayoritario no era inconstitucional fue votada por una mayoría de cinco jueces contra una minoría de cuatro. Los cinco jueces mayoritarios exponían en los siguientes términos la teoría que oponían a la exigencia de unanimidad:

No tenemos ninguna razón para creer que los miembros de los jurados mayoritarios, conscientes de su responsabilidad y del poder que ejercen sobre la libertad del defensor, se negarían en redondo a escuchar los argumentos que se les presentan en favor de la absolución, interrumpirían prematuramente la discusión y dictarían un veredicto. Al contrario, es mucho más probable que un miembro del jurado que presente argumentos razonados en favor de la absolución vería que sus argumentos reciben una respuesta o bien convencería a un número suficiente de miembros del jurado para impedir la condena. Una mayoría no dará por concluida la discusión y no votará contra la minoría a menos que la discusión argumentada haya perdido todo efecto persuasivo y ya no tenga función alguna: en caso de que la minoría continúe insistiendo en la necesidad de una absolución sin dar argumentos convincentes en apoyo de su posición (Apodaca *et al.* contra el Estado de Oregón, pág. 1624).

Los cuatro jueces opuestos a esta opinión dieron los argumentos contrarios:

Los jurados no unánimes no tienen que debatir y deliberar de forma tan profunda como la mayoría de los jurados unánimes. Una vez obtenida la mayoría requerida, ni Oregón ni Louisiana exigen un examen más severo, mientras que los miembros disidentes del jurado llegarían quizás a convencer a la mayoría si se les diera la oportunidad... El esfuerzo colectivo para reconstruir el mosaico fracturado de la verdad histórica... se rompe claramente en Oregón y Louisiana, una vez obtenida la mayoría requerida... Se afirma que nada demuestra que los miembros mayoritarios del jurado se negarán a escuchar a los disidentes, cuyos sufragios no son necesarios para que se produzca una condena. Pero la experiencia humana nos enseña que una charla cortés y convencional no podría replazar el debate intenso y vigoroso que se impone cuando es necesario llegar a la unanimidad (págs. 1647, 1648).

Lo notable de esta discusión es que: 1 / venció la mayoría de cinco, tras un voto contra una minoría de cuatro opiniones contrarias que, no obstante, parecía esgrimir «argumentos convincentes en apoyo de su posición»; 2 / el valor del «debate vigoroso» y la importancia de un examen serio de los puntos de vista minoritarios fueron minimizados.

Tras estas decisiones se han llevado a cabo cierto número de estudios sobre esta cuestión, cuyos resultados son bastante homogéneos y convincentes. En su conjunto, de ellos se desprende que no existe una diferencia estadística entre los veredictos que sea determinada por la aplicación o no aplicación de la exigencia de unanimidad (Davis *et al.*, 1975; Nemeth, 1977). Esta falta de diferencias se explica en gran parte por el hecho de que la mayor parte de los veredictos (más de 90 %) van en el sentido de la opinión mayoritaria desde «la primera vuelta», es decir, inmediatamente después de expresarse una opinión (Kalven y Zeisel, 1966). Sin embargo, numerosos ele-



mentos parecen indicar que la exigencia de unanimidad tiende a «bloquear» los debates, de forma que los jurados no llegan a tomar una decisión (Saks y Ostrom, 1975; Davis *et al.*, 1975; Nemeth, 1976; Padawer-Singer *et al.*, 1977).

Desde la perspectiva del proceso de deliberación (es decir la manera como el jurado llega a una decisión) resulta más importante señalar que, según la mayoría de los estudios, la exigencia de unanimidad implica el acuerdo de todos los miembros del jurado. La exigencia de una mayoría no significa necesariamente que las deliberaciones se detengan desde el momento en que se alcance el número requerido. No obstante, en este caso las deliberaciones generalmente se detienen antes de que se llegue al consenso (Saks y Hastie, 1978; Nemeth, 1977). De ello resulta que, en los grupos que funcionan de modo mayoritario, los miembros de la minoría son quienes se muestran menos satisfechos (Kerr *et al.*, 1976).

Sin duda es aún más importante señalar que, según los datos disponibles, los grupos que aplican modos de decisión mayoritarios no llevan a cabo los «debates vigorosos» que caracterizan a los grupos a los que se exige unanimidad. Un estudio llevado a cabo por Nemeth (1977) ilustra este punto: se pedía a grupos de miembros de jurados que deliberaran sobre un proceso en el que el inculpaado era acusado de asesinato. La mitad de los grupos debía prolongar las deliberaciones hasta lograr la unanimidad; la otra mitad debía llegar a un acuerdo de mayoría de dos terceras partes. Todas las opiniones emitidas durante las deliberaciones eran repertoriadas: se precisaba quién se había expresado, a quién se dirigía cada persona que intervenía y la naturaleza de cada intervención siguiendo el procedimiento de codificación de Bales.

Varios resultados han permitido situar a los grupos en la escala del «debate vigoroso», según se les pidiera que llegaran a la unanimidad o a una mayoría de dos terceras partes. Primero, los miembros de los grupos que debían llegar a la unanimidad formulaban un mayor número de observaciones que entraban en las categorías «conflictivas». Daban un mayor número de informaciones y expresaban un mayor número de opiniones. Segundo, en los grupos que debían llegar a la unanimidad, los miembros del jurado decían haber sentido una mayor impresión de conflicto. Los resultados más destacados de esta experiencia son sin duda los provenientes de la aplicación de una técnica de cuenta denominada «valencia». Se trata simplemente de enumerar todas las opiniones a medida que son emitidas, independientemente de que sean favorables a la acusación o a la defensa. Según investigaciones anteriores (Hoffman y Maier, 1964, 1967), a partir del momento en que el número de opiniones favorables a una de las dos posiciones es superior aproximadamente en 10 puntos al número de opiniones favorables a la otra posición, es sumamente probable que se imponga la posición en favor de la cual han sido expresadas. En el caso de nuestro estudio (Nemeth, 1977), se podía

prever un 97 % de veredictos a partir del momento en que el número de opiniones favorables a una de las posiciones en cuestión sobrepasaba por siete el número de opiniones contrarias. En ocasiones, se llegaba a este punto crítico *muy pronto* durante el desarrollo de las deliberaciones. En otras se llegaba mucho más tarde.

Puesto que esta técnica de medición permite prever el desenlace del debate con gran exactitud, la hemos empleado para medir el «plazo funcional de deliberación», es decir, el tiempo realmente necesario para llegar a un acuerdo, incluso si los participantes consideran conveniente prolongar el debate posteriormente. Hemos supuesto que en los casos en que se podía prever muy rápidamente el desenlace de una deliberación, el elemento de «debate vigoroso» estaría ausente en dicha deliberación. Hemos considerado que en el momento en que el resultado fuera previsible, el «debate vigoroso» se transformaría en «charla cortés y convencional». Ahora bien, en los grupos a los que se había asignado un objetivo de unanimidad, el «plazo funcional de deliberación» resultó mucho más prolongado que en los grupos a los que se pedía que llegaran a una mayoría de dos tercios. Por último, algunos participantes consideraban que se había hecho mejor justicia cuando habían participado en grupos que debían deliberar hasta llegar a la unanimidad. En resumen, independientemente de que exista exigencia de unanimidad o que se ejerza una mayoría de dos tercios, esto no parece influir en la naturaleza del veredicto pronunciado. Sin embargo, parece que cuando se exige la unanimidad, las deliberaciones corren un mayor riesgo de «bloquearse». Y sobre todo, las modalidades de decisión (mediante unanimidad o mayoría de dos tercios) parecen tener un efecto sustancial sobre el proceso de deliberación. En relación con la exigencia de unanimidad, la exigencia de una mayoría de dos tercios reduce la cantidad de informaciones dada por los miembros del jurado y el número de opiniones formuladas. Esta fórmula también atenúa el carácter de «debate vigoroso» de las deliberaciones. Entonces es posible prever el veredicto en un momento mucho menos avanzado de las deliberaciones. Quizá sea aún de mayor importancia señalar que cuando basta con la mayoría de dos tercios, se percibe que se ha hecho menos justicia.

Este último punto es muy difícil de corroborar, debido a la falta de encuestas apropiadas. Un estudio realizado recientemente en el departamento del Aín (Académie de Lyon, 1975) muestra que la mayoría de las personas son favorables al sistema de «mayoría diferenciada», utilizado actualmente en Francia. Pero las razones por las que no se pronuncian en favor de la unanimidad no se basan tanto en los posibles defectos imputados a esta fórmula, como a las dudas sobre la posibilidad de llevarla a cabo. En favor de la unanimidad, las personas interrogadas subrayan su mayor justicia y consideran que, en este caso, el jurado delibera con mayor reflexión. Cuando se le percibe de forma negativa, se le atribuye una complicación excesiva y un carácter

utópico: la unanimidad sería irrealizable. Ahora bien, las estadísticas establecidas en los Estados Unidos muestran que el porcentaje de jurados «bloqueados», es decir, llegados a un punto muerto e incapaces de lograr un acuerdo unánime, apenas se eleva a 5,3 %. Por su parte, los jurados a los que sólo se pedía que llegaran a una tasa limitada de acuerdo, se «bloquean» en 3,1 % de los casos (Kalven y Zeisel, 1966). De esta forma, la unanimidad parece tener únicamente un efecto mínimo sobre el porcentaje de casos en los que resulta imposible llegar a una decisión. Y parece mucho más realizable de lo que la gente a menudo se imagina.

Otros elementos nos permiten pensar que, en los casos en que se realiza la unanimidad, la gente tiene un sentimiento más fuerte de que la decisión tomada es correcta, equitativa. Los innumerables estudios sobre el fenómeno de conformidad muestran que se tiende a suponer que los demás tienen razón cuando están unánimemente de acuerdo. Si existe un disidente, aunque sólo sea uno, nos mostramos menos inclinados a hacer esta suposición (Allen, 1965).

#### D. El instrumento de una justicia democrática

Cuando se estudian los diversos puntos de procedimiento que caracterizan al juicio por jurado, país por país y comparando éstos entre sí, resulta de suma importancia tomar en consideración los valores históricos que se concretan a través de esta institución consagrada. Antes que nada, tanto en Francia como en los Estados Unidos, la instauración del jurado fue fruto de la Revolución. Esta forma de enjuiciamiento simbolizaba la protección contra la tiranía política y quizá desempeñase realmente esa función; a través de este medio, entonces como ahora, el pueblo podía participar en la administración de la justicia. Para que se cumpla esta función, es necesario que cierto número de valores sean respetados en el proceso de deliberación: 1 / que el jurado sea representativo de la colectividad, a fin de que el acusado sea juzgado por sus «pares»; 2 / que todos los puntos de vista sean examinados de forma equitativa y completa; 3 / que se produzca una franca confrontación de opiniones antes de que se llegue a un acuerdo; 4 / que el veredicto pronunciado sea considerado justo por la colectividad.

Estos valores tienen su importancia política, pero además están dotados de un significado práctico. Son precisamente estos elementos los que caracterizan una «buena» toma de decisión, llevada a cabo en las mejores condiciones. El recurso al carácter heterogéneo, la búsqueda de nuevas informaciones, el examen de puntos de vista que no hubieran sido considerados anteriormente, una reflexión renovada sobre las opciones tomadas inicialmente, el rechazo de un acuerdo demasiado precoz o un final prematuro de las deliberaciones, todos estos elementos contribuyen a mejorar la calidad de la

decisión tomada. Se ha constatado que su ausencia conducía a decisiones defectuosas, incluso cuando las personas en cuestión tenían experiencia y un elevado nivel de instrucción.

En este contexto, la presencia de puntos de vista minoritarios adquiere una importancia particular. Primero, si existe una verdadera representación de la colectividad, esto implica que los puntos de vista minoritarios estén representados. Segundo, ésta es la condición para que exista la heterogeneidad deseable de los puntos de vista. Tercero, *en la medida en que* estos puntos de vista minoritarios son expresados y defendidos hasta el final, su presencia impide un cierre prematuro de los debates. Cuarto punto, y quizás el más importante, disponemos de elementos que indican que la presencia de un punto de vista minoritario persistente contribuye a que se realice un examen más profundo del problema y permite descubrir soluciones nuevas y adecuadas que habrían pasado desapercibidas sin la influencia de la minoría. Las estadísticas disponibles muestran con gran claridad que la posición minoritaria rara vez llega a imponerse. La obra clásica de Kalven y Zeisel (1966) muestra que la posición minoritaria en la primera deliberación casi nunca coincide con el veredicto final. Esto se produce únicamente en 5 % de los casos. La gran mayoría de los veredictos va en el sentido de la mayoría inicial. A pesar de ello, la presencia de posiciones minoritarias sin duda refuerza el elemento de conflicto en las deliberaciones y podemos suponer que incita a examinar la cuestión desde una nueva óptica, dispuesta a tomar en consideración de forma completa y equitativa otras posibilidades.

Sin embargo, la mayoría de los países no han evaluado hasta qué punto el conflicto podía desempeñar un papel positivo; de hecho, estos países tienden a eliminar la heterogeneidad de los puntos de vista. Históricamente ha habido un conflicto entre una aspiración a la representación de la colectividad y una falta de confianza en la competencia de los profanos, y de ahí proviene la tendencia consistente en impedir la representación de ciertos elementos de la población, o en reducir su influencia durante el proceso de deliberación. Ya hemos visto que los criterios y el proceso de selección han favorecido, en su conjunto, a las capas intermedias y superiores a nivel económico, social y de instrucción. De ello resulta una tendencia a la subrepresentación de los «pares» de numerosos acusados desfavorecidos económica, social y educativamente.

Aparte del problema de la representación, la influencia de las posiciones minoritarias corre riesgo de verse reducida debido a los cambios de reglamentación que permiten disminuir el número de miembros del jurado y tomar una decisión que no sea unánime. En tales condiciones, la minoría corre peligro de limitarse a ser una voz aislada, situación que, como sabemos, conduce a la conformidad y a la incapacidad de expresar su punto de vista personal. Además, desde el momento en que se admite la no-unanimidad, ya no son necesarios los votos minoritarios para pronunciar un veredicto. No

cabe duda que la minoría casi nunca se habría impuesto, de cualquier manera, pero la supresión de la regla de unanimidad reduce sus posibilidades de expresarse y mantener sus posiciones. Esta modificación atenúa el «debate vigoroso», disminuye la cantidad de informaciones y opiniones formuladas, resulta nociva para el examen exhaustivo de todos los puntos de vista y los juicios pronunciados no se consideran tan justos.

A pesar de la importancia de estos cambios de reglamentación, resultan despreciables comparados con la posibilidad otorgada a los jueces para que participen en las deliberaciones del jurado. No es posible subestimar el impacto de la presencia de los jueces. Si todos ellos fuesen sabios, conscientes y justos, la influencia que les confiere su status y posición podría avalarse. En tales condiciones no habría necesidad de jurados. Pero probablemente resulte conveniente apoyarse en la sabiduría colectiva del grupo. Si nos basamos en las investigaciones ya realizadas, la presencia de los jueces no desempeña el papel de «guía», de «orientación» que se le atribuye; más bien corre peligro de eliminar los puntos de vista contradictorios. Se supone que los jueces son expertos. Además, gozan en general de un status superior por lo que se refiere a sexo, raza, instrucción y clase social; generalmente, sus estilos de comportamiento revelan su seguridad y confianza en sí mismos; incluso llevan prendas especiales, distintivo de un status superior (togas rojas o negras). Todos estos factores hacen que sus posiciones tengan grandes probabilidades de imponerse. De hecho, en estas condiciones, la gente puede dudar a la hora de expresar un punto de vista opuesto al suyo.

Como si todo esto no tuviese suficiente peso, el procedimiento francés confía al presidente del Tribunal la presidencia de las deliberaciones. Esta función le permite controlar quién, cuándo y durante cuánto tiempo habla, evaluar la «pertinencia» de las observaciones, autorizar o impedir las interrupciones, etc. Todos estos elementos conceden al presidente un enorme poder y son susceptibles de favorecer decisiones que correspondan a su punto de vista, independientemente de que sea justificado o no.

La mayor parte de las reglamentaciones mencionadas en este capítulo —participación de los jueces en las deliberaciones del jurado, reducción del número de miembros del jurado, posibilidad de no llegar a la unanimidad— contribuyen a debilitar la representación de los puntos de vista minoritarios o la expresión de dichos puntos de vista, en caso de estar representados. Además, estas reglamentaciones encierran el riesgo de estimular un acuerdo demasiado rápido, la eliminación de las divergencias, una disminución de la franca confrontación de las opiniones, un examen incompleto y poco exhaustivo de los diferentes puntos de vista posibles. Más que servir a los intereses de la justicia, estos elementos pueden resultar perjudiciales para el funcionamiento de la eficaz institución que debería ser el jurado.

Quizás ha llegado el momento de reflexionar sobre los ideales democráticos que dieron lugar a este sistema y a su sentido original: servir a los in-

tereses de la justicia. Quizá deberíamos plantearnos una pregunta: ¿por qué no se confía suficientemente en la sabiduría del ciudadano ordinario? Tal vez deberíamos reflexionar sobre esta presuposición demasiado poco cuestionada, según la cual son las personas de la «media» quienes defienden mejor los intereses de la justicia, y también sobre la idea de que incluso ellos tienen necesidad de ser guiados por técnicos, por expertos.

Quizá deberíamos preguntarnos por qué se subestima el papel de la experiencia humana, la comprensión humana. Cuando se pide a un jurado que tome una decisión —sobre todo en los procesos criminales— a menudo se trata de saber a quién se cree, de juzgar la verosimilitud de los acontecimientos, de reflexionar sobre las motivaciones. Estas preguntas no requieren competencias técnicas, sino que van dirigidas más bien a formas de comprensión simplemente humanas. Por consiguiente, no cabe duda de que su solución depende más del pasado de cada individuo, de su experiencia personal y no tanto de la lógica científica. Muchas personas afirmarían que es precisamente cuando se plantean estos problemas cuando es necesario echar mano de personas de origen diverso. Esta diversidad permite contrarrestar los prejuicios de un grupo cualquiera, independientemente de que dicho grupo esté compuesto por banqueros, ejecutivos, profesores o incluso jueces.

Nos hemos concentrado sobre lo que realmente hace que se haga justicia, sobre los componentes de una «buena» toma de decisión; pero también es de suma importancia recordar que el pueblo debe tener el sentimiento de que se respeta la justicia. Esto reviste una significación muy especial si queremos estar orgullosos de nuestro país, de nuestra civilización. Este punto también reviste una importancia práctica, ya que dicha confianza en la justicia puede incitar a la gente a obedecer las leyes y a someter sus conflictos a los tribunales. Hay que recordar que este fenómeno de confianza sufre las reacciones de las reglamentaciones vigentes, según impidan o faciliten la representación de la colectividad, estimulen el examen de todos los puntos de vista y exijan un consenso unánime. Sea como fuere, el jurado sigue siendo, en último análisis, la instancia ideal de la justicia democrática.

#### *Agradecimientos*

Deseo agradecer particularmente a Jacques Verin, jefe del Servicio de Coordinación de la Investigación y a Marie-Odile Main, agregada de Administración del Ministerio de Justicia, por la ayuda que me prestaron en la investigación de los documentos sobre el sistema francés de jurados.

### A. Introducción

Un individuo siempre comparte sus pertenencias a categorías sociales con ciertos individuos y se distingue de otros por esas mismas pertenencias. Este capítulo tiene por finalidad describir los procesos psicosociológicos que tienen lugar cuando uno o varios individuos pertenecientes a una categoría social interactúan con uno o varios individuos en una situación que pone de relieve estas diferencias de pertenencia.

Existen múltiples divisiones en categorías entre los seres humanos. Estas divisiones tienen diversos orígenes: naturales, históricos y sociales, y a menudo resulta difícil trazar una distinción entre estos orígenes. Así, Moscovici (1968) elabora el concepto de división natural para designar las divisiones históricas entre categorías de trabajadores (agricultores, artesanos, ingenieros, científicos) que han modificado una y otra vez de manera profunda tanto las relaciones entre los hombres como las relaciones entre los seres humanos y la naturaleza. No existe prácticamente ningún sistema sociológico que no proponga clasificaciones de diferentes categorías de individuos según sus inserciones específicas en el conjunto de las relaciones sociales que constituyen una sociedad.

En este capítulo no estudiaremos el origen de estas divisiones en categorías, sino las condiciones que ponen de relieve las diferencias de pertenencia entre individuos y de ese modo influyen en comportamientos, evaluaciones y representaciones. Para estudiar estas condiciones, los experimentadores no han vacilado en crear sus propias categorías sociales que, por lo general, solamente duran el tiempo de una experimentación, pero cuyo carácter efímero y precario no impide que se manifiesten los procesos que se desarrollan habitualmente en situaciones mucho menos pasajeras. Por otra

parte, al final de este capítulo mostraremos que los resultados experimentales mencionados tienen un alcance que trasciende la situación experimental, ya que permiten corroborar los modelos de análisis utilizados por historiadores, antropólogos, sociólogos o politólogos.

Este capítulo comenzará con una descripción del proceso de categorización que en un principio se utilizaba para dar cuenta de fenómenos perceptivos. Luego mostraremos cómo este mismo proceso puede resultar útil para describir diferentes dinámicas que pueden intervenir en los encuentros intergrupales: estereotipos, comportamientos discriminatorios, afirmaciones de identidades sociales, conflictos y negociaciones. Sin embargo, recordemos que en el terreno de las relaciones entre grupos, al igual que en otros campos de la psicología social, no existe ningún modelo que defina de forma exhaustiva sus condiciones de aplicación (a este respecto véase Doise, 1982) y que, por consiguiente, es necesario recurrir a articulaciones de varios principios de explicación para dar cuenta de un fenómeno social concreto. De esta forma, si en este capítulo describimos principalmente un solo modelo explicativo, esto no significa que dicho modelo baste para hacer inteligible el conjunto de las dinámicas que pueden desarrollarse durante los encuentros intergrupales. Pero en todas estas dinámicas, el proceso de categorización interviene de una manera más o menos pronunciada, es modulado, incluso contrarrestado, de varias maneras y son precisamente esas múltiples variaciones las que intentaremos explicar, invocando igualmente principios explicativos que no son descritos necesariamente por el mismo modelo, pero que pueden relacionarse con él.

## B. La acentuación de los contrastes en la percepción

La acentuación de los contrastes ha sido objeto de amplios estudios por parte de los especialistas de la percepción. Imaginemos un fondo de color cuya intensidad varía de izquierda a derecha y dos dibujos, claramente delimitados, que aparecen sobre dicho fondo, por ejemplo, dos circunferencias. La percepción nos mostrará la superficie luminosa del interior de cada círculo como si fuera más homogénea de lo que en realidad es y los contrastes entre las dos superficies rodeadas por las circunferencias nos parecerán mayores que las diferencias reales. De esta forma, en nuestra percepción de los estímulos físicos se manifiestan múltiples acentuaciones de parecidos y contrastes. Holzkamp (1973) nos da una perspectiva general del conjunto de estos fenómenos cuyo origen habría que buscar en la historia de las especies, ya que constituyen un mecanismo de adaptación de gran importancia al entorno físico. Precisamente a través de la acentuación de las semejanzas y las diferencias, el organismo vivo puede organizar con mayor eficacia su acti-

vidad en el entorno. En el ser humano, estas acentuaciones también serían importantes para orientarse en su universo social.

H. Tajfel, quien recientemente ha publicado una recopilación de sus más importantes investigaciones (Tajfel, 1981), resume las características de las condiciones que dan lugar a estos fenómenos de contraste en los juicios perceptivos. Las diferencias en las dimensiones físicas son exageradas cuando estas dimensiones sostienen una relación sistemática con el valor de los objetos. Las diferencias entre los diámetros de monedas son sobrevaluados cuando existe una relación sistemática entre su diámetro y su valor. Para nuestros fines resulta aún más importante que dichas diferenciaciones también puedan manifestarse entre clases de objetos, incluso si los objetos pertenecientes a una misma clase no son todos idénticos. Basta con que exista una diferencia sistemática entre los objetos pertenecientes a una clase y los objetos pertenecientes a otra, aunque haya una gran variación entre objetos de una misma clase.

Describamos brevemente una experiencia realizada por Tajfel y Wilkes (1979). Los estímulos presentados varias veces en la primera parte de la experiencia son ocho líneas de diferente longitud, la más corta y la más larga tienen 162 y 229 mm de longitud, respectivamente. En una segunda fase, los sujetos deben calcular la longitud de estas líneas. Para los sujetos de una primera condición experimental, las cuatro líneas más cortas siempre van acompañadas por una letra A, las cuatro líneas más largas por una letra B. Así pues, existe una correspondencia sistemática entre la pertenencia a las dos clases y la longitud de las líneas. En otras dos condiciones ya no está presente esta correspondencia, las letras A y B son atribuidas al azar a las diferentes líneas o bien no hay ninguna letra. Como se preveía, en la primera condición los sujetos sobrestiman las diferencias entre las cuatro líneas más cortas y las cuatro más largas. Esto no sucede así con los sujetos que participan en las otras dos condiciones, donde no existe relación entre las pertenencias categoriales y las características que hay que juzgar. Sin embargo, precisemos que para esta experiencia Tajfel y Wilkes habían formulado una segunda hipótesis sobre la acentuación de las semejanzas entre líneas pertenecientes a una misma clase. Esta hipótesis sobre la homogeneización en el interior de una clase no fue verificada de forma tan clara como la hipótesis sobre la diferenciación entre clases, probablemente porque los estímulos extremos fueron identificados por los sujetos, constituyendo así dos categorías suplementarias.

## C. El estudio experimental de los estereotipos sociales

El objetivo perseguido por Tajfel al estudiar los contrastes en los juicios perceptivos era proponer un modelo que describiese ciertas dinámicas de

los estereotipos sociales. Digamos, por definición, que un estereotipo social existe cuando varios miembros de un grupo acentúan las diferencias que existen entre los miembros de su grupo y los miembros de otro grupo, acentuando asimismo las semejanzas entre los miembros de este otro grupo. La evaluación de un estereotipo es difícil de llevar a cabo, ya que sería necesario disponer de medidas objetivas que indicasen las variaciones de una característica en el interior de grupos y entre grupos de individuos para comparar estas variaciones con las percibidas por un grupo de individuos. Campbell (1956) describe algunas tentativas para acotar así los estereotipos. Menciona, por ejemplo, cómo en los Estados Unidos los alumnos blancos sobrevalúan las diferencias entre alumnos blancos y negros en lo referente a sus resultados escolares. Pero con mucha frecuencia, los investigadores no disponen de una medida objetiva de la difusión exacta de una característica psicológica en una población determinada.

Por esta razón entre otras, los psicólogos sociales a menudo abordan el problema del estudio de los estereotipos sociales desde otro ángulo, estudiando en qué condiciones se produce una acentuación de las semejanzas y de las diferencias entre grupos. La comprensión de este fenómeno también procede de la comprensión de sus modificaciones. Mencionemos así, pues, algunas de las experiencias que estudian de forma especial la acentuación de las semejanzas entre miembros de un mismo grupo.

Tajfel, Sheikh y Gardner (1979) en una primera parte de su experiencia pidieron a varios estudiantes canadienses que escucharan cuatro entrevistas que se desarrollaban ante ellos. Después de cada entrevista, los sujetos describían al personaje entrevistado mediante 25 escalas de siete puntos. De esa manera se entrevistaba y describía a cuatro personas: una canadiense y un indio que hablaba de su película preferida, otro canadiense y otro indio que eran interrogados sobre sus libros preferidos. En la segunda parte de la experiencia, otros sujetos debían indicar, utilizando los adjetivos empleados en las escalas de la primera parte, cuáles de ellos caracterizaban, según ellos, a la mayoría de los indios y cuáles a la mayoría de los canadienses. A partir de las respuestas de este segundo grupo de sujetos se determinaba qué rasgos eran relacionados con las dos pertenencias nacionales, por ejemplo, espiritualista, religioso para los indios y conservador, sociable para los canadienses. También podían aislarse los rasgos que carecían de correspondencia con la pertenencia a la categoría india, como sociable, adulador o con la pertenencia a la categoría canadiense, como sutil y espiritualista. Esto era lo que precisaba Tajfel para verificar, al menos parcialmente, la intervención del proceso de categorización.

¿De qué informaciones disponen realmente las autores de esta experiencia? Conocen las pertenencias categoriales de los personajes estímulo, también saben qué rasgos, entre los 25 utilizados para describir a estas personas, son generalmente relacionados con cada pertenencia. Estas informaciones bastan

para verificar al menos el aspecto de acentuación de las semejanzas dentro de una misma categoría del proceso de categorización. Esta acentuación debe existir en los rasgos que presenten una relación con la pertenencia a una categoría y no debería existir en los rasgos sin relación con esta pertenencia. Esta diferencia entre rasgos pertinentes y rasgos no pertinentes ha sido satisfactoriamente verificada. Si comparamos las diferencias medias de los resultados obtenidos por los dos indios acerca de los rasgos típicos de su grupo, con las diferencias medias sobre los rasgos no típicos, las primeras diferencias resultan significativamente más reducidas. Entre los canadienses se verifica el mismo fenómeno. Así pues, cada vez hemos observado una menor diferencia o, dicho de otra forma, mayores semejanzas en las características relacionadas con el estereotipo que en las características que no tienen relación con él. La formalización de Tajfel, a pesar de que trate sobre la acentuación de las semejanzas dentro de una misma categoría, explica adecuadamente los datos de la experiencia descrita. ¿Por qué? ¿Porque la dinámica propia del proceso de categorización se refleja en los juicios de los sujetos, desviándolos en el sentido previsto, o bien porque los estereotipos desprendidos por los sujetos de la segunda fase son objetivamente verdaderos y que los personajes-estímulo de la primera fase encarnan dichos estereotipos? La experiencia de Tajfel, Sheikh y Gardner no permite responder a esta pregunta.

A fin de estudiar de una manera aún más directa los efectos de la categorización como aspecto importante de la dinámica de los estereotipos sociales manipulamos en dos experiencias (Doise, 1979) el relieve de las pertenencias categoriales, aunque procurando mantener idénticos los individuos o grupos que había que describir. En una de estas experiencias, realizada en colaboración con J.-Cl. Deschamps y G. Meyer, se trataba de describir en una primera condición (sin anticipación) a los miembros de un grupo sin informar a los sujetos que también tendrían que describir a los miembros de otro grupo; en una segunda condición (con anticipación), los sujetos, al describir a los miembros del primer grupo, ya habían sido advertidos de que también tendrían que describir a los miembros del otro grupo. Las predicciones experimentales eran, por supuesto, que las semejanzas dentro de una categoría y las diferencias entre categorías serían más pronunciadas en la condición con anticipación que en la condición sin anticipación.

Los sujetos eran 72 chicas y 72 chicos de aproximadamente 10 años de edad. El material experimental estaba constituido por tres fotos de chicas y tres fotos de chicos. Los sujetos debían indicar al ver cada foto cuál de los 24 adjetivos de una lista era el más adecuado para describir al niño o niña de la foto. No obstante, si bien todos los sujetos describían de este modo seis fotos con seis listas, únicamente tres fotos pertenecientes a una misma categoría sexual eran presentadas desde el principio a la mitad de los sujetos (condición sin anticipación), mientras que todas las fotos eran presenta-

das desde el principio a la otra mitad de los sujetos (condición con anticipación). El orden de descripción de las seis fotos era controlado de manera que la mitad de los chicos y las chicas comenzara describiendo, siempre en el mismo orden, las tres fotos de su pertenencia sexual, mientras que la otra mitad comenzaba describiendo las tres fotos de la otra pertenencia. Los sujetos participaban en la experiencia siempre en grupos de seis personas del mismo sexo.

Los resultados aparecen en las tablas I y II. El índice de diferenciación que suma las diferencias en valores absolutos entre el número de veces que un rasgo ha sido atribuido a las tres fotos de chicas y a las tres fotos de chicos por cada sujeto, confirma los resultados que ya habían sido obtenidos con los aprendices y los alumnos de enseñanza media: la diferenciación es mayor cuando se evoca al otro grupo desde el principio de la experiencia y los chicos, miembros del grupo socialmente dominante, diferencian más que las chicas, sobre todo cuando se puede anticipar la confrontación con el otro grupo.

TABLA I. — Resultados medios de las diferencias intercategoriales en las descripciones de seis fotos

Sujetos	Condición sin anticipación	Condición con anticipación
Chicas	18,66	22,16
Chicos	21,41	27,02

Resultados significativos de análisis de varianza: Chicos/Chicas: Chicas 11,31; d.l. 1,140  $p < 0,001$ . Anticipación: Chicas 16,21; d.l. 1,140,  $p < 0,0001$ .

TABLA II. — Resultados medios de las semejanzas intracategoriales en las descripciones de seis fotos

Sujetos	Descripción de las fotos de chicas		Descripción de las fotos de chicos	
	Sin anticipación	Con anticipación	Sin anticipación	Con anticipación
Chicas	9,61	11,83	9,08	11,33
Chicos	6,66	12,02	8,55	11,27

Resultados significativos de análisis de varianza: Anticipación: Chicas 29,70; d.l. 1,140,  $p < 0,0001$ .

La acentuación de las semejanzas intracategoriales va acompañada de la diferenciación intercategorial. En efecto, el número de veces que un sujeto atribuye el mismo rasgo a las tres fotos de una misma categoría es significativamente mayor cuando, desde el principio, los sujetos anticipan la descripción de los miembros de otra categoría. De esta manera, la acentuación de las semejanzas intracategoriales parece por lo tanto acompañar a la diferenciación categorial.

Sabemos que Suiza está compuesta principalmente por tres grupos lingüísticos: los germanoparlantes, los francoparlantes y los italo parlantes. Los dos últimos grupos no se distinguen del primero solamente por ser minoritarios y «latinos», sino que también se considera que son menos activos en el campo económico. En Suiza, la categoría de «latinos» se diferencia así de la de «germánicos» a varios niveles. Sin embargo, las diferencias entre francoparlantes e italo parlantes, por una parte, y germanoparlantes, por la otra, debería variar según el proceso de categorización. Estas diferencias deberían debilitarse cuando estos dos grupos de suizos son confrontados con un grupo de no suizos. Y es eso lo que verificamos con la colaboración de 179 alumnos suizos de Ginebra, cuya edad era aproximadamente de 14 años y quienes respondieron a un cuestionario en el que se les pedía que describieran tres grupos sociales mediante 16 escalas de ocho puntos. Según las condiciones de esta experiencia, estos grupos eran los suizos germanoparlantes, los suizos francoparlantes y los suizos italo parlantes (condición de control) o dos de estos grupos solamente a quienes se añadían los alemanes de Alemania, los franceses de Francia o los italianos de Italia, reemplazando respectivamente a los germanoparlantes, a los francoparlantes y a los italo parlantes (condiciones experimentales). Los cuatro cuestionarios elaborados de esta forma eran mezclados entre sí y distribuidos entre los alumnos durante una clase. La entrega era anónima, pero la última página, que trataba sobre las características sociológicas, permitía separar los cuestionarios rellenos por alumnos de origen extranjero.

El experimento era delicado en semejante campo, en Ginebra, apenas pasadas algunas semanas después del referéndum sobre los extranjeros de finales de 1974. Por ello se puso un cuidado muy especial en la elaboración del cuestionario experimental (tabla III): las escalas nunca emplean polos opuestos desde el punto de vista evaluativo. En cada escala, los polos de una misma evaluación hacen contrastar una connotación descriptiva más o menos «tensa» en el sentido que Peabody (1968) otorga a este término. En los ocho rasgos de la escala, los sujetos debían colocar las tres letras que simbolizaban a los grupos que habían de describir. La consigna les explicaba que podían poner dos o tres letras, una sobre las otras, si no había diferencias entre algunos o todos los grupos descritos.

El número de casillas que los sujetos dejaron entre dos grupos suizos constituía la variable dependiente. Estos números fueron sumados en cada



TABLA III. — Escalas utilizadas para la descripción de diferentes grupos suizos y no suizos

1. Ahorrativos	—	—	—	—	—	—	—	—	generosos
2. Serios	—	—	—	—	—	—	—	—	alegres
3. Escépticos	—	—	—	—	—	—	—	—	crédulos
4. Severos	—	—	—	—	—	—	—	—	negligentes
5. Inhibidos	—	—	—	—	—	—	—	—	impulsivos
6. Activos	—	—	—	—	—	—	—	—	tranquilos
7. Tenaces	—	—	—	—	—	—	—	—	débiles
8. Avaros	—	—	—	—	—	—	—	—	derrochadores
9. Obstinados	—	—	—	—	—	—	—	—	inestables
10. Enérgicos	—	—	—	—	—	—	—	—	apacibles
11. Con mucho tacto	—	—	—	—	—	—	—	—	directos
12. Agresivos	—	—	—	—	—	—	—	—	sumisos
13. Tímidos	—	—	—	—	—	—	—	—	temerarios
14. Prudentes	—	—	—	—	—	—	—	—	valerosos
15. Inseguros	—	—	—	—	—	—	—	—	pretenciosos
16. Agitados	—	—	—	—	—	—	—	—	inactivos

una de las 16 escalas. Los promedios que figuran en la tabla IV demuestran que las diferencias entre francoparlantes y germanoparlantes o entre italo-parlantes y germanoparlantes son, en efecto, menos importantes cuando estos

TABLA IV. — Medias de las diferencias percibidas entre grupos regionales suizos

Diferencias entre	Condición sin grupo extranjero N : 42	Condición con grupo extranjero N : 45, 45, 47	t bip. unil.
Germanoparlantes e italo-parlantes	48,90	41,07	2,30 $p < 0,02$
Germanoparlantes y francoparlantes	45,86	39,00	1,97 $p < 0,03$
Francoparlantes e italo-parlantes	42,07	42,28	0,06

dos grupos son descritos con un grupo no suizo. Dicha disminución no se observa en las diferencias entre italo-parlantes y francoparlantes: entre los

grupos suizos son considerados como más parecidos entre sí, en tanto que «latinos» por oposición o «germánicos».

#### D. El cruce de las pertenencias categoriales

No siempre que haya varias categorías en un campo social habrá forzosamente acentuación de los contrastes. Como acabamos de ver es posible que la pertenencia común a una categoría supra-ordinada debilite el juego del proceso de categorización. Por otra parte, múltiples pertenencias categoriales pueden cruzarse entre sí de forma que los mismos individuos pertenezcan a categorías diferentes según un primer criterio y a una misma categoría según un segundo criterio.

Imaginemos un caso simple de cruce de pertenencias categoriales. Los sujetos experimentales pertenecen a dos categorías según un criterio: son chicos y chicas. Según otro criterio pertenecen igualmente a dos categorías: a un grupo experimental «rojo» y a uno «azul». Hagamos que estas dos pertenencias se crucen de manera que cada grupo de chicos o de chicas esté compuesto por una mitad de «azules» y una mitad de «rojos» y que cada grupo de «azules» o «rojos» esté formado por una mitad de chicos y de chicas. Para cada uno de los sujetos, una parte de los miembros de una categoría de pertenencia pertenece a una categoría diferente a la suya, según otro criterio.

¿Cómo funcionará en dicha situación el proceso de diferenciación categorial, si ambas pertenencias categoriales son consideradas pertinentes por los sujetos? Debería haber acentuación de las diferencias entre las dos categorías sexuales, pero también entre las dos categorías experimentales. Al mismo tiempo debería existir acentuación de las diferencias en el interior de una misma categoría, ya que en cada ocasión está formada por dos categorías diferentes según otro criterio. Por las mismas razones, debería haber acentuación de las semejanzas en el interior de una misma categoría y con una parte de los miembros de la otra categoría. De esta forma habrá conflicto entre la acentuación de las diferencias y las semejanzas en el interior de una misma categoría y entre categorías opuestas. En dicho caso, podemos esperar que los efectos opuestos debiliten la diferenciación categorial. Y eso fue lo que intentamos demostrar experimentalmente (Deschamps y Doise, 1979).

La situación experimental comprendía dos fases: la primera estaba destinada a examinar el funcionamiento de la diferenciación categorial cuando se cruzan varias pertenencias; en dicha situación debería disminuir la diferenciación. La segunda fase debía introducir una vez más una categorización simple y preexistente, con el fin de mostrar que su efecto diferenciador no sería modificado por la experiencia. En esta experiencia participaron alumnos de nueve a diez años de cinco clases de una escuela primaria de las afueras de

Ginebra. Pudieron formarse diez grupos experimentales, cada uno de ellos constituido por doce sujetos (seis chicos y seis chicas de la misma clase). Cinco de estos grupos participaron en la experiencia en una condición de categorización simple. En cada grupo se pedía a los chicos que tomaran asiento a un lado de una diagonal trazada sobre una mesa y a las chicas que lo hicieran del otro lado. Para los otros cinco grupos se elaboró experimentalmente una condición de categorización cruzada. Al igual que en la otra condición, chicos y chicas estaban sentados a ambos lados de una diagonal trazada sobre una mesa. Además, tres chicos y tres chicas eran denominados los rojos y los otros, los azules. Se distribuían bolígrafos a estos alumnos, seis bolígrafos rojos y seis azules, observando que existía un grupo de rojos y un grupo de azules. La otra diagonal de la mesa separaba a estos dos grupos.

Una vez instalados los niños, se les pedía que realizaran de forma individual ciertas tareas simples de tipo «papel y lápiz», como los juegos que encontramos en la prensa infantil: laberintos, dominós, llenar los diálogos de un cómic, crucigramas. Previamente se había comprobado que estas tareas no eran consideradas masculinas o femeninas. Una primera serie de juegos servía como preparación y el experimentador los realizaba con los niños. Luego, cada niño realizaba por sí solo una segunda serie de juegos, antes de calcular cuántos juegos había logrado hacer cada uno de los doce miembros del grupo experimental (incluido él o ella). Se trataba de atribuir a cada uno de ellos una nota entre 0 y 4. Cada sujeto tenía los nombres de los doce miembros escritos en una hoja de respuesta. En el caso de la categorización simple se alternaban dos nombres de chicos y dos nombres de chicas; en la categorización cruzada se realizaba la misma alternancia, pero también se alternaba el nombre de un sujeto rojo (escrito con ese color) y el nombre de un sujeto azul (escrito con azul). Las respuestas a este cuestionario constituían las variables dependientes de la primera fase de la experiencia.

Una vez finalizada la primera fase, se entregó a los niños un segundo cuestionario, cuya finalidad era recoger las representaciones más generales sobre su propio grupo de pertenencia sexual y sobre el otro grupo. Luego se invitaba a los sujetos a que indicaran, en una lista de adjetivos, cuáles eran los atributos que caracterizaban o no a su sexo y, en una lista idéntica, los relacionados o no con el otro grupo. Esta lista de 33 adjetivos había sido elaborada previamente a partir de entrevistas con niños y había sido sometida a una población de chicos y chicas, a quienes se preguntaba si estaba bien o mal poseer cada una de esas características. Un consenso muy sólido nos permitió determinar la connotación evaluativa de cada adjetivo.

Regresemos a la primera fase: ¿tuvo el cruce de pertenencias el efecto previsto? Para comprobarlo comparemos la atribución de las notas por parte de los niños en las dos condiciones experimentales. En la condición de categorización simple existe una diferencia entre las atribuciones hechas a su propia categoría y las hechas a la otra categoría; esta diferencia desaparece

en la condición de categorización cruzada (tabla V). En esta última condición tampoco hay diferencia alguna en términos de categorías de color. De este modo queda demostrado que el cruce de las pertenencias categoriales puede anular el efecto diferenciador.

TABLA V.— *Medias de las estimaciones del rendimiento del otro*

	Categorización simple			Categorizaciones cruzadas		
	Chicos	Chicas	Total	Chicos	Chicas	Total
Chicos	3,19	2,66	2,93	3,20	3,18	3,19
Chicas	3,18	3,32	3,25	3,21	3,19	3,20

Chicas significativas del análisis de varianza:

- mismo sexo, otro sexo: 10,79; d.l. 1,116;  $p < 0,01$ ;
- mismo sexo, otro sexo  $\times$  condiciones experimentales: 10,72; d.l. 1,116;  $p < 0,01$ ;
- mismo sexo, otro sexo  $\times$  sexo de los sujetos: 4,61; d.l. 1,116;  $p < 0,05$ .

Resulta obvio observar que los dos sexos no gozan del mismo status en nuestras sociedades. Esta diferencia intervino en las atribuciones experimentales. Los chicos diferencian en mayor medida que las chicas las atribuciones que hacen a ambos grupos, pero este resultado es, una vez más, propio de la condición de categorización simple y no aparece en la otra condición. Esto confirma que la dinámica propia de una situación, incluso experimental, puede contrarrestar los determinismos provenientes del exterior.

Ahora veamos si las condiciones experimentales ejercieron un efecto sobre las representaciones más generales recogidas en las listas de adjetivos de la segunda fase. Todo hace pensar, como estaba previsto, que esto no fue así: los análisis trataban sobre el número de adjetivos positivos y negativos atribuidos a los dos sexos. Chicos y chicas atribuyen un número significativamente mayor de adjetivos positivos y un número considerablemente menor de adjetivos negativos a su propia categoría que a la otra categoría. Las condiciones experimentales no modifican de forma sensible estas atribuciones. Por el contrario, la asimetría «sociológica» tiende a manifestarse en ambas condiciones: las chicas atribuyen a los chicos un mayor número de adjetivos positivos y un menor número de adjetivos negativos de los que reciben de ellos. Así pues, el efecto del cruce está relacionado con la especificidad de una situación cuyos límites no trasciende.

También hemos estudiado de otra manera los efectos de un cruce de pertenencias. Se invitó a varias jóvenes a que describieran, mediante una lista de adjetivos, a las personas del sexo femenino, a las personas de sexo

masculino, a los jóvenes y a los adultos (categorizaciones simples) o bien, en otra condición, a jóvenes de sexo femenino, a jóvenes de sexo masculino, a los adultos de sexo femenino y a los adultos de sexo masculino (categorizaciones cruzadas). De esta forma, cada sujeto tenía que describir a cuatro grupos, rodeando con un círculo las palabras «sí» o «no» cada vez que pensaba que un adjetivo se aplicaba un poco o totalmente, no tanto o nada en absoluto, al grupo en cuestión. La variable dependiente sumaba el número de adjetivos en que, en cada ocasión, dos grupos habían recibido una respuesta diferente por parte del mismo sujeto. Las diferenciaciones hechas entre hombres y mujeres son siempre más fuertes que las hechas entre jóvenes, hombres o mujeres, o entre adultos, hombres y mujeres. Asimismo, las diferenciaciones son más fuertes entre jóvenes y adultos que entre hombre jóvenes y adultos, o entre mujeres jóvenes y adultas. Una vez más, un cruce de pertenencias ha debilitado el proceso de categorización.

Más recientemente, Park y Rothbart (1982, experiencia 2) pidieron a estudiantes de ambos sexos que describieran a mujeres graduadas en una disciplina considerada masculina (física, economía), a hombres graduados en una disciplina «femenina» (letras, danza) y a hombres o mujeres graduados en una disciplina «apropiada» para su sexo. En nuestra opinión, en los primeros casos se trata de categorizaciones cruzadas y en los últimos de categorizaciones simples por lo que respecta a las pertenencias sexuales y profesionales. En el caso de categorizaciones cruzadas se atribuye un menor número de rasgos característicos de los estereotipos sexuales y un mayor número de rasgos que van en contra de estos estereotipos.

Podemos considerar que cada individuo se encuentra en la intersección de múltiples cruces de pertenencias. Pero esta singularidad queda oculta de cierta manera cuando dicho individuo es asociado a otro individuo con quien comparte una pertenencia. De esta forma hemos comprobado en repetidas ocasiones (Doise, 1976) que los estereotipos intervienen de forma más pronunciada cuando dos miembros de una categoría se encuentran con dos miembros de otra categoría, en comparación con una situación en la que un solo miembro de una categoría se ve confrontado con un solo miembro de otra categoría. En los encuentros individuales, numerosas pertenencias se mezclan entre sí en los juicios, en un encuentro colectivo predominan las pertenencias comunes a una parte y diferentes de la otra parte.

### E. La categorización en actos

Los fenómenos hasta aquí mencionados estaban relacionados sobre todo con las percepciones y evaluaciones que los miembros de un grupo se forman de su grupo y del otro grupo. Pero el proceso de categorización interviene de forma igualmente pronunciada en las acciones de los grupos sociales;

explica cómo se refuerzan o debilitan las convergencias o las separaciones sociales; en otras palabras, cómo se estructura la realidad social. Durante mucho tiempo esta pertinencia del proceso de categorización social que explica la actividad de los individuos integrados en grupos ha sido pasada por alto, quizá debido al origen perceptivo de las investigaciones sobre la categorización. Por otra parte, es un hecho que el estudio experimental de la interacción de los grupos ha utilizado otros conceptos. M. y C. W. Sherif (1979) insisten en la necesidad de estudiar los proyectos de los grupos para comprender las modalidades de su interacción. Reseñemos dos de sus experiencias. En la primera, un grupo de niños, todos bien adaptados, se dedicaba a actividades agradables que requerían la participación de todos los miembros. Una cohesión intragrupal (evaluada mediante elecciones sociométricas) se desarrollaba de manera espontánea hasta que los experimentadores formaban dos grupos de manera que los mejores amigos quedasen separados. Los dos grupos así constituidos tenían entonces que interactuar en juegos agradables, pero competitivos, donde la victoria de un grupo sólo podía obtenerse a través de la derrota del otro. Esto bastaba para modificar la estructura de la red de elecciones personales. Las amistades nacidas durante la primera fase, pero que trascendían las fronteras de los nuevos grupos, tendían a desaparecer. Las elecciones sociométricas no sólo se mantenían dentro de cada grupo, sino que también se desarrollaba una hostilidad entre ambos grupos, que se exteriorizaba a través de insultos y riñas. La multiplicación de los encuentros no competitivos entre ambos grupos, que organizaban los experimentadores, no llegaba a reducir la tensión en sus relaciones.

En la segunda experiencia, Sherif y sus colaboradores formaron desde un principio dos grupos separados. Una vez que ambos grupos habían sido bien estructurados, se les informaba que existía otro grupo. En ese momento, la dirección del campamento, que había sido reestructurada por los experimentadores, organizaba un torneo entre ambos grupos. Como se esperaba, la competición entre los grupos dio rápidamente lugar a conductas de hostilidad manifiesta. Una vez más, varios encuentros y contactos no competitivos organizados por la dirección del campamento, como comidas o una sesión de cine, no condujeron a una disminución de la tensión. El apaciguamiento solamente sobrevinía cuando se colocaba a ambos grupos, en varias ocasiones, en situaciones que les imponían un esfuerzo común para resolver problemas de gran interés para todos. En varias ocasiones, los organizadores se las habían arreglado para colocar en esta fase de la experiencia a ambos grupos ante dificultades que no podía superar uno solo de los grupos. Así, por ejemplo, había que descubrir la causa de una falta de agua, pagar un elevado precio por una película y reparar el camión que debía ir a buscar las provisiones. Esta serie de objetivos de interés superior (*superordinate goals*, en inglés), que requería el esfuerzo común de ambos grupos, reducía de forma progresiva la hostilidad entre los dos grupos.

El principal interés de estas dos investigaciones de Sherif reside en que muestran de forma clara que las relaciones entre grupos son determinadas por los proyectos de los grupos en interacción. Cuando la realización de los proyectos de varios grupos resulta incompatible, aumentan las tensiones. Para que aparezca una tensión no es necesario que los proyectos sean de interés vital. Basta con que ocupen la totalidad del campo psicológico en una situación determinada, como sucede con los juegos en una colonia de vacaciones. Por otra parte, la introducción de un proyecto de interés superior que requiera la colaboración entre ambos grupos hará desaparecer la hostilidad provocada por un conflicto de interés menor. En otro estudio (Doise, 1976) mostramos cómo otros investigadores se han encontrado con los mismos resultados principales de estas experiencias en contextos sumamente diferentes.

Otra noción importante es la de la suerte o destino común, ilustrada por la experiencia de Rabbie y Horwitz (1979). En ésta experiencia, grupos de ocho personas que no se conocen entre sí acuden al laboratorio y son repartidas, alegando razones administrativas en un grupo azul y otro verde. Se les dice que la experiencia trata sobre la elaboración de primeras impresiones de otras personas. Repartidos en los dos grupos, los sujetos primero responden de forma individual a un test y a un cuestionario, antes de describir dos fotos. Luego, el experimentador les anuncia que la recompensa por participar en la experiencia tan sólo consiste, desgraciadamente, en cuatro radios de transistores que serán concedidos a los miembros de un solo grupo, ya sea al azar, según las condiciones experimentales, o bien por decisión del experimentador, o bien por un voto de todos los ocho participantes en la experiencia. Más tarde, uno de los grupos recibe en efecto las cuatro radios de transistores. En la condición de control, el experimentador no menciona la recompensa. Es entonces que los sujetos se presentan brevemente y dan sus «primeras» impresiones sobre todos los participantes, mediante las mismas escalas que ya habían sido empleadas para describir las fotos. Asimismo se les pide que describan las características generales de ambos grupos. Si no existen diferencias entre las descripciones de su propio grupo y las del otro grupo en la situación de control (ausencia de recompensa), las diferencias son significativas en los grupos experimentales. Las personas que habían recibido la recompensa, pero también aquellas cuyas esperanzas de recibirla habían quedado frustradas, en general describen a los miembros de su propio grupo y las características de dicho grupo de forma más favorable que a los miembros y la atmósfera del otro grupo. El sólo hecho de compartir un mismo destino, independientemente de cómo se inflija éste, basta así para provocar una discriminación evaluativa en favor de su grupo de pertenencia.

Pero, ¿por qué el hecho de compartir el mismo destino, un destino diferente del de otro grupo, provoca un sesgo en favor de su grupo de pertenencia? Rabbie lo explica en términos de anticipación de interacciones: sería

más agradable anticipar una interacción con individuos que hayan vivido una misma situación que con individuos cuyas vivencias hayan sido diferentes.

Sin duda alguna, las nociones de proyecto o de destino común son de gran importancia para comprender las relaciones entre grupos. Estas nociones explican toda una dinámica de representaciones (Doise, 1976) y atribuciones sociales (Hewstone y Jaspars, 1982) que justifican y anticipan los comportamientos de los miembros de un grupo respecto a los miembros de otro grupo, que a menudo arrastra a todos ellos hacia una espiral de desconfianza y hostilidad recíprocas. En nuestra opinión, estas nociones deben ser relacionadas con el modelo de categorización: el objetivo o el destino común instituyen la pertenencia común a una categoría social, al igual que dicha pertenencia puede facilitar la adhesión a un proyecto común o la experimentación de un destino específico. Debido a que producen efectos de categorización tanto a nivel de acción como a nivel de evaluación y percepción, los objetivos y destinos comunes refuerzan o debilitan las separaciones y las convergencias entre grupos.

#### F. Identidad e incomparabilidad sociales

Las pertenencias categoriales intervienen en gran parte en la definición que de sí mismo hace cada individuo. Los individuos comparan las ventajas y los inconvenientes de sus categorías de pertenencia con las de otras categorías e intentan mejorar el status respectivo de sus categorías de pertenencia. Esta idea constituye el fundamento de toda una serie de experiencias realizadas por Tajfel (1981) y sus colaboradores. Por regla general, estas experiencias utilizan un procedimiento experimental que sólo permite que los individuos se comparen y evalúen a través de sus categorías de pertenencia creadas de forma experimental. Por lo general, los sujetos son alumnos de una misma clase, de escuela secundaria, pero cada uno de ellos es informado de forma individual de su pertenencia a uno u otro grupo experimental, sin que sepa a cuál de los dos grupos pertenece cada uno de sus compañeros. La experiencia continúa con un estudio de las tomas de decisión: mediante varias matrices, los sujetos deciden qué recompensa han de recibir sus compañeros por participar en la experiencia. Cada matriz se refiere a las recompensas que han de darse a dos alumnos; estos últimos pueden pertenecer a la misma categoría o a dos categorías diferentes. Los sujetos nunca saben a quién irán a parar las recompensas: tan sólo conocen la pertenencia categorial y los números de código de quienes las reciben. Nunca se otorgan las recompensas a sí mismos. En la tabla VI puede verse un ejemplo de las matrices utilizadas.

De forma muy regular y en experiencias efectuadas en varios países se comprueba un mismo resultado: si los individuos pueden elegir entre dos

estrategias, ya sea dar mucho a un miembro de su grupo, dando aún más a un miembro del otro grupo, o bien dar menos en valores absolutos a un miembro de su grupo, dándole más que a un miembro del otro grupo, muy a menudo se impone la segunda estrategia. Dicho de otra manera, más que por las ganancias en valor absoluto, los sujetos se sienten atraídos por las ganancias en valores relativos; lo que importa es que su grupo gane más que el otro, incluso si esto implica una disminución en valores absolutos de las ganancias de su grupo. Al recurrir a esta estrategia, los sujetos se construyen una identidad positiva, ya que su grupo se impone al otro.

TABLA VI. — Ejemplo de matriz de remuneración utilizada por Tajfel (1981)

7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	3	5	7	9	11	13	15	17	19	21	23	25

Con cada matriz se informa a los sujetos a qué grupo pertenece el individuo que recibirá los valores de arriba y a cuál pertenece el individuo que recibirá los valores de abajo. Los sujetos eligen una sola columna por matriz para reenumerar a estos individuos. Si los valores de arriba son destinados a un miembro del grupo al que pertenecen también los sujetos y los de abajo a un miembro de otro grupo, la elección de una columna situada a la izquierda indica una estrategia que disminuye el valor absoluto de las ganancias atribuidas al grupo de pertenencia en beneficio de una diferenciación positiva entre este grupo y el otro grupo.

Otra estrategia empleada por los grupos se basa en su búsqueda de originalidad, e incluso de incomparabilidad social. Lemaine (1979) estudia así la invención de estrategias alternativas entre los grupos desfavorecidos en comparación con otros grupos. Al inventar nuevos criterios de comparación e imponiéndolos posteriormente, un grupo que sufre de entrada de una comparación desfavorable con otro grupo, puede invertir estas relaciones. De esta forma, cuando en una colonia de vacaciones se organiza una competición de construcción de chozas entre dos grupos y el azar atribuye a uno de éstos el uso de cordel y al otro no, el grupo desfavorecido tiene, lógicamente, mayores dificultades para vencer que el otro. Al principio rechaza la comparación, no deja que los demás inspeccionen su labor, pone en duda que la choza del otro grupo sea realmente una choza, diciendo que se parece

más a una casa, pues tiene varias habitaciones. Más tarde, el grupo desfavorecido decide construir un jardincillo alrededor de su choza y lucha por que la evaluación de los árbitros también tenga en cuenta este aspecto de su trabajo. Lemaine también ha provocado la búsqueda de incomparabilidad y originalidad en situaciones menos competitivas, por ejemplo, cuando se invita a dos estudiantes a que colorean hojas de papel para prepararse a participar en una encuesta sobre la importancia de los colores en el entorno. En dicha situación basta con que una estudiante diga que es «muy buena para los colores» para que la otra cuide más el dibujo y la composición que el trabajo en sí con los colores. Dichas estrategias de no-comparabilidad e invención de nuevos criterios a menudo constituyen el origen de dinámicas de innovación y creación en los campos del arte y la investigación científica.

En varias ocasiones, algunos investigadores han intentado oponer entre sí las hipótesis derivadas del modelo de la categorización y de la teoría de la identidad o de la comparación social. En nuestra opinión, estos diferentes enfoques se complementan, de manera que las teorías de la identidad o de comparación especifican las condiciones en que las pertenencias a grupos adquirirán un cierto relieve, activando así las dinámicas del proceso de categorización.

### G. Identidades individuales y colectivas

Las dos vertientes del proceso de categorización son la acentuación de las diferencias entre grupos y la acentuación de las semejanzas dentro de los grupos. Pero el proceso no se desarrolla de manera simétrica en todos los grupos afectados. Los grupos de status superior presentan una mayor tendencia a distanciarse de un grupo de status inferior que la manifestada por estos últimos respecto a los primeros. Pero se trata de una tendencia general que con mucha frecuencia se ha observado cuando varios grupos debían evaluarse recíprocamente, pudiendo invertirse esta tendencia en los comportamientos. En efecto, estos últimos pueden pretender el cambio de las relaciones establecidas. En varias ocasiones, las investigaciones realizadas con matrices de recompensa, que permiten evaluar las conductas de discriminación y diferenciación, muestran que son los grupos de status menos elevado o menos seguro quienes se comportan de una forma más discriminatoria ante el otro grupo (Deschamps y Personnaz, 1979). Todo parece indicar que estos grupos, al reconocer su status menos favorable, tienden a invertir de manera activa las relaciones dominantes.

A menudo, otra asimetría se manifiesta en el funcionamiento del proceso de categorización: la homogeneización entre miembros de un mismo grupo puede manifestarse con mayor facilidad cuando se trata de describir a otro grupo que cuando hay que describir al propio grupo de pertenencia. Así,

Park y Rothbart (1982) muestran cómo hombres y mujeres ven un menor número de rasgos estereotipados y un mayor número de rasgos antiestereotipos entre los miembros de su propia categoría sexual que entre los miembros de la otra categoría. Por otra parte, una investigación anterior (Deschamps y Doise, 1979) ya había puesto de relieve una fuente específica de percepción de variación dentro del grupo de pertenencia: el status particular que el individuo se atribuye a sí mismo. Al menos en los grupos de status relativamente alto, cada individuo tiende a atribuirse a sí mismo una evaluación más favorable que la que concede a los otros miembros del grupo. Una diferenciación entre grupos puede ir acompañada perfectamente de una diferenciación entre uno mismo y el resto del grupo de pertenencia. J.-Cl. Deschamps (1979) analiza estos fenómenos en términos de relaciones entre dominadores y dominados: los primeros aplican a los segundos una definición colectiva, reservándose para sí mismos y, en cierta medida, para los demás miembros de su grupo el derecho a una identidad individual. Esta tesis concuerda con los resultados de las investigaciones sobre la atribución que muestran que las personas de status más alto generalmente son consideradas más autónomas y menos determinadas por el contexto social que las personas de status relativamente menos elevado (Doise, Deschamps, Mugny, 1978, capítulo II).

Una tesis clásica en los estudios sobre las relaciones entre grupos afirma precisamente que la desindividualización de los miembros de un grupo facilita un comportamiento discriminatorio y hostil contra ellos. Tres investigaciones de Wilder (1978) están relacionadas con esta tesis, ya que ilustran la dinámica contraria: el debilitamiento de un aspecto de la categorización, la homogeneización de los miembros de un grupo, hace más difícil el otro aspecto de la categorización: la diferenciación entre grupos. Al hacer menos homogénea la percepción de un grupo, se hace más difícil la discriminación contra él. En una primera experiencia reseñada por Wilder, los sujetos pertenecientes a un mismo grupo experimental deben tomar decisiones acerca de las recompensas que hay que conceder a los miembros de su propio grupo y a los miembros de otro grupo. Existen dos condiciones experimentales. En la primera, se dice que los miembros del otro grupo han adoptado una decisión unánime al pronunciar un veredicto en un proceso ficticio. En la segunda se dice que existe división de opiniones respecto al mismo veredicto. Al ser confrontados con un grupo unánime, los sujetos manifiestan la discriminación habitual en favor de los miembros de su propio grupo. Por el contrario, confrontados con un grupo cuyas opiniones están divididas, los sujetos ya no manifiestan dicha discriminación, independientemente de que sus decisiones afecten a un miembro mayoritario o a un miembro disidente del otro grupo.

En una segunda experiencia se crea una cierta animosidad entre ambos grupos en competencia. Los grupos formados por sujetos experimentales son

objeto de observaciones descorteses por parte del otro grupo. Durante la siguiente fase de la experiencia se les hace que pidan informaciones a dicho grupo. Esta petición es concedida de diferentes formas según las condiciones experimentales. En una condición de *cooperación*, la información pedida es entregada en una hoja firmada por el «Grupo B»; en una condición *sin cooperación*, el otro grupo decide colectivamente no transmitir la información pedida, pretextando falta de tiempo; en una condición de *cooperación parcial de grupo*, una parte de la información es transmitida en nombre de todo el otro grupo, que declara, no obstante, no poder proporcionar toda la información, ya que solamente la mitad de sus miembros están dispuestos a ayudar al primer grupo; por último, en una condición de *cooperación parcial e individual*, se transmiten las mismas informaciones que en la condición anterior, pero en hojas individuales firmadas por ciertos miembros del otro grupo, las otras hojas individuales sólo contienen una negativa. Finalmente, en una última fase, los sujetos que piden la información tienen que decidir las recompensas que hay que repartir entre los miembros de su grupo y los del otro grupo. Para ello disponen de una suma de 30 dólares. En las condiciones *sin cooperación* y *cooperación parcial de grupo*, los sujetos conservan para su propio grupo un promedio de 24 dólares de los 30 que poseen para distribuir. La discriminación en favor del grupo de pertenencia resulta significativamente menos pronunciada en las condiciones de *cooperación* y de *cooperación parcial e individual*, donde los sujetos deciden conservar para su grupo un promedio de 17,50 dólares y 20,22 dólares, respectivamente. Una actitud colectiva de cooperación, así como las decisiones individuales que no siguen necesariamente en su totalidad el sentido de la cooperación, atenuan la discriminación; una negativa a cooperar y una decisión colectiva de ayuda parcial, la acentúan.

Una tercera experiencia de Wilder llega a los mismos resultados de la anterior en las condiciones de cooperación parcial y comprueba, además, que basta con que una decisión del grupo deje en libertad a sus miembros para que decidan por sí mismos para que incluso esta decisión colectiva provoque una mayor discriminación contra este grupo. De este modo, un individualismo proveniente de un consenso no bastaría para que un grupo ya no sea tratado como un grupo.

Si en ciertas condiciones la individualización de los miembros de un grupo suscita una mayor equidad respecto al grupo en su conjunto, Worchel y Andreoli (1978) estudian la individualización como una variable dependiente. Estos autores muestran cómo la anticipación de un comportamiento favorable hacia una persona implica una memorización más fácil de sus características individuales, mientras que la anticipación de un comportamiento desfavorable hacia otra persona facilita la memorización de informaciones más impersonales, como el lugar de nacimiento, de residencia, la edad, etc. Esto constituye otro indicio de que la agresión y la discriminación acompañan

a la desindividualización, al igual que la cooperación y el destino favorable acompañan a la individualización. No se trata de causalidades unidireccionales, ya que los efectos se ejercen en sentidos opuestos; las variables dependientes en una experiencia pueden convertirse en variables independientes en otra y viceversa.

## H. Conflictos y negociaciones intergrupales

A primera vista, la dialéctica entre relaciones individuales y relaciones intergrupales puede parecer un problema abstracto y teórico, ya que la realidad concreta de las relaciones sociales siempre combina dinámicas individuales y colectivas. Sin embargo, para un especialista de las negociaciones entre grupos (Stephenson, 1981) hay que proceder a explicar estos dos tipos de dinámicas si se quiere llegar a comprender los fenómenos tan complejos que se producen cuando representantes de un grupo se reúnen, generalmente en una situación conflictiva, con representantes de otro grupo para determinar las futuras modalidades de las relaciones entre ambos grupos. Cuando los negociadores entran así en contacto, estamos ante relaciones entre grupos, pero también ante individuos que interactúan con otros individuos. Es este último aspecto el que ha sido estudiado en el estudio experimental de la negociación (véase por ejemplo, Magenau y Pruitt, 1979). Pero si bien ya se conocen suficientemente bien las dinámicas que caracterizan una negociación individual, quedan por estudiar aún más las características propias de las negociaciones colectivas.

Casi siempre las negociaciones se desarrollan entre varios representantes de cada parte. Esta característica de las negociaciones entre grupos ya implica, de forma casi inevitable, una polarización de las tomas de posición. Si varios individuos tienen que definir conjuntamente una posición respecto a otro grupo, esta toma de posición resulta más clara y extrema que si un individuo debe pronunciarse por sí solo en una situación similar (Louche, 1974-1975; Rabbie, 1979; Stephenson y Brotherton, 1975). De esta forma, Louche compara las negociaciones que se desarrollan en una situación *individual* y en una situación *de grupo*. Se invita a los sujetos a que representen a la dirección o al personal de una empresa, ya sea individualmente o bien en grupos de dos o tres personas. Desde la apertura de las negociaciones, las posiciones de los negociadores se encuentran mucho más alejadas de las de sus oponentes en las situaciones *de grupo* que en las situaciones *individuales*. Las representaciones que se elaboran de la otra parte son igualmente más intensas en las negociaciones colectivas que en las negociaciones individuales. Durante una experiencia similar, Stephenson y Brotherton observan que los negociadores individuales llegan más a menudo a una solución de compromiso; en una negociación colectiva resulta más difícil la elaboración de com-

promisos y, con frecuencia, la discusión continúa hasta que se impone una parte o la otra. Según los mismos autores, la discusión puede resultar más dura si es colectiva, ya que se corre menos riesgo de ofender personalmente a miembros de la otra parte.

Asimismo, en varias ocasiones hemos comprobado la existencia de diferencias entre encuentros individuales y colectivos (Doise, 1976), explicándolas por el hecho de que, en un encuentro colectivo, el proceso de categorización se actualiza con mayor facilidad: la convergencia hacia uno o varios miembros del propio grupo y la divergencia respecto a los miembros menos individualizados del otro grupo se refuerzan recíprocamente. Señalemos que una negociación individual entre representantes dotados de un status subalterno dentro de su grupo de origen difícilmente llega a un compromiso, puesto que dichos representantes tan sólo cuentan con un estrecho margen de maniobra respecto a las posiciones decididas por sus grupos (Lamm, 1973). Por otra parte, los jefes de un grupo pueden endurecer las exigencias que hacen a otro grupo a fin de reforzar su status y aumentar la cohesión dentro de su grupo (Rabbie, 1979).

El acercamiento entre las posiciones de dos grupos también puede resultar más difícil debido a las modalidades técnicas de la situación de negociación. Las investigaciones de Morley y Stephenson (1977) ilustran con mucha claridad este tema. Estos autores comparan situaciones de negociación cara a cara con situaciones en que ellos mismos aumentan literalmente la distancia entre las dos partes negociadoras, haciéndolas invisibles una para otra y dejándoles por única posibilidad la comunicación telefónica. En estas situaciones con comunicaciones más restringidas, los compromisos se elaboran con mayor dificultad que en las negociaciones cara a cara y son generalmente las relaciones de fuerza que existen previamente las que salen reforzadas de la negociación. Stephenson (1981) insiste en la necesidad de articular de forma adecuada los aspectos interpersonales y los aspectos colectivos para que una negociación tenga éxito: resulta de gran importancia que las posiciones de grupo se expresen con mucha claridad, pero también que las tentativas más individuales de interpretación e integración de los puntos de vista opuestos puedan intervenir en el desarrollo de las negociaciones. Este mismo autor reseña los resultados de observaciones de negociaciones reales que parecen confirmar una alternancia entre dinámicas más colectivas y más individuales.

La intervención de una tercera parte también puede resultar muy importante para facilitar u obstaculizar el desarrollo de una negociación. Touzard (1977) ha consagrado una importante obra al status de la mediación en la solución de conflictos intergrupales. De cierta manera, en una situación de conflicto el mediador debe representar los valores de la sociedad que indiquen la orientación que debería tomar la negociación. Por consiguiente re-



sulta muy importante que el mediador tenga una concepción de su papel y una forma de intervenir que concuerde con la naturaleza del conflicto, ya que una mediación demasiado técnica puede pasar por alto los aspectos ideológicos y simbólicos de un conflicto o viceversa. Un estilo de mediación inadecuado puede acentuar el conflicto y hacer que su solución resulte aún más difícil.

El poder de sanción de que dispone una tercera parte que desempeñe un papel de mediación puede constituir un factor determinante. Las dificultades de las relaciones entre grupos y sobre todo la espiral de desconfianza que se desarrolla en su seno son conocidas por las propias personas que participan en dichas relaciones. Pero ¿qué garantías pueden tener de que esta espiral se romperá? Tras crear una situación en la que los miembros de dos grupos debían repartir recompensas entre los grupos, Ng (1981) observa la discriminación habitual en esta condición. Por el contrario, en otra situación, el experimentador hace creer a los sujetos que únicamente ellos decidirán las recompensas para su propio grupo y para el otro grupo. En esta condición, la discriminación en favor del grupo de pertenencia prácticamente no se manifestaba, ya que los sujetos no podían esperar un comportamiento discriminatorio por parte de los miembros del otro grupo. De este modo, un grupo adoptaría una posición injusta hacia el otro grupo, a fin de prevenir posibles discriminaciones de su parte. En nuestra opinión, éstas son representaciones justificadoras (Doise, 1976), y Ng (1982) comprueba en una experiencia más reciente que no siempre basta con atribuir un poder unilateral a un solo grupo para que éste adopte una posición equitativa. Algo que resulta obvio. De ahí el papel que con frecuencia se atribuye a un poder arbitral.

Las competiciones deportivas muestran cómo dicho poder arbitral, aceptado por las partes antagonistas, puede fijar límites a las dinámicas de categorización. Pero en las competiciones deportivas, las reglas y lo que está en juego son definidos con claridad y aceptados de común acuerdo. Pero éste no es ni con mucho el caso en otras modalidades de relaciones entre grupos que ocupan a menudo posiciones no intercambiables y que conducen a definiciones totalmente heterogéneas de una misma situación. A pesar de las dificultades que presenta su concepción y ejercicio, la intervención de un poder mediador ofrece una posibilidad de romper un círculo vicioso a los grupos antagonistas. Pero el éxito duradero de una mediación depende de la medida en que ésta logre integrar las relaciones entre grupos particulares dentro de un conjunto más amplio de relaciones sociales.

## 1. Proyección

Las pertenencias categoriales que intervinieron en las experiencias citadas en este capítulo fueron sumamente diversas: categorías de sexo,

nacionalidad, profesión, categorías que ya existían antes de la situación experimental y categorías cuya duración no rebasa la de la interacción experimental. Por supuesto, no damos un status idéntico a todas estas categorías, pero pensamos que puede manifestarse un mismo proceso que acentúe las diferencias entre categorías y las semejanzas dentro de una misma categoría, cuando las características de una situación ponen de relieve estas pertenencias categoriales durante un período más o menos prolongado. Estas situaciones pueden elaborarse de forma experimental, pero también se producen continuamente en la vida cotidiana y, lo que es más, es a través de estas situaciones que activan los procesos de categorización, que se producen y reproducen las características de una sociedad. Por ello no resulta sorprendente que los análisis de los hechos sociales, captados fuera de situaciones experimentales o descritos por especialistas de otras disciplinas, también recurran a nociones que pueden relacionarse con nuestra definición del proceso de categorización social. Para concluir este capítulo nos gustaría dar algunos ejemplos de estos análisis que concuerdan con las descripciones de las principales dinámicas esbozadas con anterioridad. Al evocar estos ejemplos no buscaremos ninguna exhaustividad, sino que nos limitaremos a aportar una o dos ilustraciones de cada una de las secciones del capítulo. Si no las incluimos en las propias secciones correspondientes no es porque quisiéramos dar una preeminencia exclusiva al análisis experimental de las dinámicas sociales, sino porque deseábamos respetar la originalidad de los diferentes enfoques teóricos y no forzar la inclusión de análisis elaborados desde otra óptica dentro del modelo de la categorización.

La descripción formal del proceso de categorización con sus dos proposiciones, una relativa a la acentuación de las diferencias y la otra a la acentuación de las semejanzas, es utilizada directamente en la práctica por los lingüistas. Así, Liberman y sus colaboradores (1957) demuestran que el reconocimiento de un fonema implica una cierta discontinuidad en la percepción de fenómenos acústicos, de manera que diferencias muy pequeñas entre dos categorías de sonido sean percibidas, mientras que diferencias de igual importancia en el interior de una misma categoría de sonido son confundidas. Actualmente, este principio constituye el fundamento de numerosas investigaciones sobre el desarrollo del reconocimiento de fonemas en los bebés. Pero sabemos que en otro campo totalmente diferente, Lévi-Strauss (1967, 88), inspirado por el estructuralismo lingüístico, ha llegado a postular la existencia general de un proceso de «organización dualista» que formaría parte de las «estructuras fundamentales del espíritu humano». Los mitos y las máscaras circulan entre los grupos, cambiando de significado cuando atraviesan las fronteras. La diferenciación se transforma en inversión de símbolos y la homogeneización se convierte en unificación idealizada a nivel de representaciones de conductas dispares, como sucede cuando los miembros de un grupo afirman que entre ellos los matrimonios son exóga-

mos y que en realidad muchos de ellos han celebrado matrimonios endógamos (Lévi-Strauss, 1958).

Cuando el sociólogo Windisch (1982) estudia la xenofobia en Suiza, vuelve a encontrar los fenómenos de homogeneización y de generalización estudiados por los experimentalistas. Además, muestra que aquellos que utilizan estos procedimientos para diferenciar su grupo nacional de los extranjeros, son también los que defienden más encarnizadamente una representación unificadora y normativa de su grupo, relegando a la categoría de desviación, por demás fruto de la «influencia» extranjera, aquellos comportamientos que contradicen esta visión unitarista. Otro sociólogo describió hace ya mucho tiempo cómo el cruce de las pertenencias puede debilitar las dinámicas de categorización: «Una sociedad, asolada por una docena de oposiciones cuyas líneas de separación corren en múltiples sentidos, puede conocer menor violencia y explotar con menor rapidez que una sociedad dividida por una sola línea de oposición. Cada nueva separación contribuye a reducir una fisura general, de manera que podemos decir que una sociedad es mantenida unida por sus conflictos» (Ross, 1920, pág. 165). Lorwin (1972) estudia en Bélgica un cruce de pertenencias lingüísticas y político-ideológicas que podrían ilustrar esta tesis de Ross. Los etnólogos describen también cruces de pertenencias. Una clase que, en términos de Jaulin, se denomina «gente de uno» y que está constituida por el conjunto de las personas con quienes el individuo no puede contraer matrimonio, puede cruzarse con la clase de «gente del otro», entre quienes el individuo elige a su esposa. Dicho cruce entre dos grupos puede realizarse por cohabitación en viviendas colectivas y constituiría un factor de equilibrio y armonía: «Si la unidad social fundamental es un grupo en el que la gente de uno y la gente del otro están relacionadas, «entrecruzadas», este otro no será considerado de forma negativa como el no-uno, sino de forma positiva y como complementario. En estrictos términos de matrimonio, no cabe duda de que este otro será el no-uno, pero desde el punto de vista del orden social y de la unidad funcional, ya se trate de una unidad de residencia o un núcleo de fuerzas cuya naturaleza variará con las civilizaciones, este otro vendrá dado de forma positiva con el uno» (Jaulin, 1973, pág. 306).

La evolución de los estereotipos que los norteamericanos formulan sobre alemanes, rusos y japoneses es descrita por Ehrlich (1973) y resulta compatible con los efectos descritos en la sección sobre la categorización en actos: en 1942, los rusos eran aliados y su imagen era mucho más favorable que más tarde, cuando japoneses y alemanes se convirtieron en aliados de los norteamericanos en la guerra fría adquiriendo a su vez una reputación más positiva. En cierto modo, estas alianzas constituyen proyectos de interés superior en el sentido de Sherif y relacionan entre ellas dinámicas de comportamientos, representaciones y evaluaciones.

Los trabajos de Bourdieu y especialmente su libro *La distinction* (1979)

constituyen verdaderos estudios de la diferenciación social en actos, pues describen cómo las identidades sociales se construyen a través del proceso de diferenciación en los campos más diversos de la vida social, desde la alimentación hasta la expresión de preferencias estéticas. Runciman (1972), como muchos otros, insiste en la necesidad de estudiar las comparaciones que las categorías y los grupos sociales hacen los unos respecto de los otros para comprender sus comportamientos políticos y sociales. Brown (1978) muestra cómo dichas comparaciones también revisten una gran importancia en la apreciación de una política de salarios, extendiendo así el alcance de las investigaciones de Tajfel al emplear precisamente matrices de remuneración.

Las asimetrías entre dinámicas de identidad individual y colectiva se encuentran hasta en los artículos de los periódicos franceses. Guillaumin (1972) descubre que los artículos de prensa sobre un adulto blanco, cristiano, de sexo masculino, espíritu sano y nacionalidad francesa no mencionan esas pertenencias categoriales. Por el contrario, cuando se trata, por ejemplo, de mujeres, niños, ancianos, negros, judíos, homosexuales o extranjeros, estas categorías de pertenencia son mencionadas de manera explícita. Todo ocurre como si a través de los periódicos, un grupo denominado categorizador, se erige en norma y marca explícitamente por su pertenencia a aquellos que pertenecen a otros grupos, los grupos categorizados. Un atleta puede romper un récord, pero una atleta romperá un récord femenino. Generalmente, los periodistas identifican, con mayor frecuencia, por su nombre, edad exacta u otras particularidades a los individuos pertenecientes al grupo categorizador, mientras que los miembros de los grupos categorizados son definidos, de entrada y con gran frecuencia, por sus pertenencias categoriales: «Niños, adolescentes (o jóvenes) y viejos son mencionados en tanto que tales, mientras que los adultos, por su parte, son particularizados mediante una edad definida en número de años, pero nunca se les designa como adultos» (Guillaumin, 1972, pág. 163). La banal frase: «El señor Arthur Hanne y su esposa hubieron de ser conducidos al hospital, al igual que un anciano de apellido Bourbon...» (*ibid.*) incluye al menos tres grados diferentes en la individualización y en la categorización.

Durante el año de la guerra de las Malvinas, del sitio de Beirut Oeste, el mundo entero ha podido seguir los avatares de negociaciones y mediaciones difíciles, pero que indican claramente que el principio mismo de una mediación es dilucidar los lazos entre un conflicto local y una relación de fuerzas más general. Entretanto, un país que se hallaba todo entero en estado de negociación permanece sometido al poder de su ejército, porque una de las partes de la negociación, el partido en el poder en Polonia, había perdido toda credibilidad. En un penetrante libro, Touraine y sus colaboradores (1982) nos informan sobre su trabajo con militantes de Solidaridad en seis ciudades polacas durante importantes fases del período de negocia-

ción. Este testimonio es precioso por razones históricas evidentes, pero también para el propósito, más limitado, de este capítulo de manual, ya que ofrece una ilustración más de un método de intervención sociológica elaborado por Touraine (1978) y que debe ser considerado como un verdadero método de negociación. Este método pretende conducir a una mejor comprensión de lo que está en juego, históricamente hablando, en un conflicto social. Para alcanzar esta definición, los defensores de una causa (por ejemplo, una estudiante, antinuclear, occitana, sindicalista) son confrontados con representantes de la parte contraria, a fin de que la definición de su identidad pueda construirse a través de las necesarias dinámicas de oposición. Luego, estos militantes trabajan más directamente con sociólogos para situar estos principios de identidad y de oposición en el contexto más amplio de una definición de los riesgos que encierra la lucha para el conjunto de la población. A primera vista, dichas intervenciones sociológicas se hallan muy alejadas de las situaciones estudiadas por los psicólogos sociales experimentalistas y especialistas de la negociación. Sin embargo, estas intervenciones requieren un dominio continuo de las dinámicas psicosociológicas intragrupalas e intergrupales que ellas mismas provocan y que resultan indispensables para generar una nueva realidad social.

Podríamos ampliar aún más esta proyección de los estudios experimentales del proceso de categorización social. No obstante, pensamos que ya hemos alcanzado nuestro objetivo: convencer al lector de que el estudio de este proceso explica dinámicas que se encuentran en el centro de múltiples problemáticas que constituyen los objetos principales de análisis de varias ramas de las ciencias humanas.

## Bibliografía

- Abelson, R. P., Aronson, E., McGuire, W. J., Newcomb, T. N., Rosenberg, M. J. y Tannenbaum, P. (eds.): *Theories of cognitive consistency. A sourcebook*, Chicago, Rand McNally, 1968.
- Abric, J. C.: «Experimental study of group creativity: task representation, group structure and performance», *European Journal of Social Psychology*, I, 3, 1971.
- Abric, J. C.: *Jeux, conflits et représentations sociales*, tesis de Estado, Aix-en-Provence, 1976.
- Ackermann, W. y Rialan, B.: «Transmission et assimilation des notions scientifiques: une étude de la représentation de quelques faits scientifiques chez des ouvriers de l'industrie chimique», *Bulletin du CERP*, 1963.
- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. J. y Sanford, R. N.: *La personalidad autoritaria*, Buenos Aires, Ed. Proyección, 1965.
- Aebischer, V., Hewstone, M. y Henderson, M.: *Social influence and musical preference: innovation by conversion, not coercion*, París, fotocopiado, 1983, Laboratoire européen de Psychologie sociale.
- Alker, H. R. Jr. y Barnard, J. J.: «Procedural and social biases in the jury selection process», *The Justice System Journal*, 1978; 3, 220.
- Allen, V. L.: «Situational factors in conformity», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 2), Nueva York, Academic Press, 1965.
- Allen, V. L.: «Social support for nonconformity», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 8), Nueva York, Academic Press, 1975.
- Allen, V. L. y Levine, J. M.: «Social support, dissent and conformity», *Sociometry*, 1968, 31, 138-149.
- Allen, V. L. y Levine, J. M.: «Social support and conformity: The role of independent assessment of reality», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1971, 7, 48-58.
- Allen, V. L. y Wilder, D. A.: «Social comparison, self-evaluation, and conformity

- to the group», en J. M. Suls y R. L. Miller (eds.), *Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives*, Washington, D. C., Hemisphere, 1977.
- Allen, V. L. y Wilder, D. A.: «Impact of group consensus and social support on stimulus meaning: Mediation of conformity by cognitive restructuring», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 39, 1116-1124.
- Allport, T. H.: *Social Psychology*, Boston, Houghton Mifflin, 1924.
- Allport, G. W.: «Attitudes», en C. M. Murchison (ed.), *Handbook of social psychology*, Worcester, (Mass., EE UU), Clark University Press, 1935, 798-884.
- Allyn, J. y Festinger, L.: «The effectiveness of unanticipated persuasive communications», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, 62, 35-40.
- Altman, I. y Taylor, D. A.: *Social penetration: the development of interpersonal relationships*, Nueva York, Holt, Rinehart & Winston, 1973.
- Apfelbaum, E. y Herzlich, C.: «La théorie de l'attribution en psychologie sociale», *Bulletin de Psychologie*, 1970, 24, 961-976.
- Aronson, E. y Golden, B. W.: «The effects of relevant and irrelevant aspects of communication credibility on opinion change», *Journal of Personality*, 1962, 30, 135-146.
- Aronson, D.: *El animal social*, Madrid, Alianza Editorial, 1981.
- Asch, S. E.: «Forming impressions of personality», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1946, 41, 258-290.
- Asch, S. E.: «Effects of group pressure on the modification and distortion of judgments», en H. Guetzkow (ed.), *Groups, leadership and men*, Pittsburgh, Carnegie, 1951.
- Asch, S. E.: *Social Psychology*, Nueva York, Prentice Hall, 1952.
- Asch, S. E.: «Opinions and social pressure», *Scientific American*, 1955, 193, 31-35.
- Asch, S. E.: «Studies of independence and conformity: A minority of one against an unanimous majority», *Psychological Monographs*, 1956, 70, 416.
- Asch, S. E.: «Issues in the study of social influence on judgment», en I. A. Berg y B. M. Bass (eds.), *Conformity and deviation*, Nueva York, Harper & Brothers, 1961, 143-158.
- Bachelard, G.: *La formation de l'esprit scientifique*, París, J. Vrin, 1970, 7.ª edición.
- Barjonet, P. E.: «L'influence sociale et les représentations des causes de l'accident de la route», *Le Travail humain*, 1980, 43.
- Barnett, R. y Nietzel, M. T.: «Relationship of instrumental and affectional behaviors and self-esteem to marital satisfaction in distressed and non-distressed couples», *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 1979, 47, 946-957.
- Baumrind, D.: «Some thoughts on ethics of research: After reading Milgram's "Behavioral study of obedience"», *American Psychologist*, 1964, 19, 421-423.
- Beaufils, B.: *La représentation sociale de la personnalité*, tesis de 3.º ciclo, Universidad de París VIII, 1983.
- Beck, A. T., Ward, C. H., Mendelson, M., Mock, J. E. y Erbaugh, J. K.: «Reliability of psychiatric diagnoses: A study of consistency of clinical judgments and ratings», *American Journal of Psychiatry*, 1962, 119, 351-357.

- Bem, D. J.: «Self-perception. An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena», *Psychological Review*, 1967, 74, 183-200.
- Bentham, J.: *El panóptico*, Barcelona, Edicions 62, 1985.
- Berger, P. L. y Luckmann, T.: *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Edit. Amorrortu, 1968.
- Bernard, J.: «Jealousy and marriage», en G. Clanton y L. G. Smith (eds.), *Jealousy*, Englewood Cliffs (Nueva Jersey, EE UU), Prentice Hall, 1977.
- Berry, J. W.: «Independence and conformity in subsistence-level societies», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1967, 7, 415-418.
- Berscheid, E., Graziano W., Monson, T. y Dermer, M.: «Outcome dependency: Attention, attribution, and attraction», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 978-989.
- Billig, M.: *Fascists*, Londres, Harcourt Brace Jovanovich, 1978.
- Birchler, G. R., Weiss, R. L. y Vincent J. P.: «Multimethod analysis of social reinforcement exchange between maritally distressed and nondistressed spouse and stranger dyads», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1975, 31, 349-360.
- Blakar, R. M.: «How the sex roles are represented, reflected and conserved in the Norwegian language», *Acta Sociologica*, 1975, 18, 162-173.
- Blakar, R. M.: «Language as a means of social power», en R. Rommetveit y R. M. Blakar (eds.), *Studies of language, thought and verbal communication*, Londres, Academic Press, 1979.
- Blood, R. O. y Wolfe, D. M.: *Husbands and wives: The dynamics of married living*, Nueva York, The Free Press, 1960.
- Blau, P. M.: *Intercambio y poder en la vida social*, Barcelona, Ed. Hora, 1982.
- Boltanski, L.: *Consummation médicale et rapport au corps*, París, CSE, 1971.
- Boltanski, L.: *Sociologie savante et sens social ordinaire*, conferencia pronunciada en el Coloquio Representaciones sociales y campo educativo, 1981.
- Bourdieu, P.: *Le sens pratique*, París, Ed. de Minuit, 1980.
- Boyanowsky, E. O. y Allen V. L.: «Ingroup norms and self-identity as determinants of discriminatory behavior», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, 25, 408-418.
- Bray, R. M., Johnson, D. y Chilstrom, J. T.: «Social influence by group members with minority opinions: a comparison of Hollander and Moscovici», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1982, 43, I, 78-88.
- Brehm, J. W. y Cohen, A. R.: *Explorations in cognitive dissonance*, Nueva York, Wiley, 1962.
- Brehm, J. W.: *A theory of psychological reactance*, Nueva York, Academic Press, 1966.
- Brehm, J. W. y Mann, M.: «Effect of importance of freedom and attraction to group members on influence produced by group pressure», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1975, 31, 816-824.
- Brock, T. C. y Becker, L. A.: «Ineffectiveness of "overheard" counterpropaganda», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 2, 654-660.
- Bronfenbrenner, U.: «Reaction to social pressure from adults versus peers among Soviet day school and boarding school pupils in the perspective of an American sample», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1970, 15, 179-189.

- Brown, R. W.: *Psicología social*, México, F.C.E., 1976.
- Brown, G. W. y Harris, T.: *Social origins of depression: A study of psychiatric disorders in women*, Nueva York, Free Press, 1978.
- Bruner, J. S. y Taguiri, R.: «Person perception», en G. Lindzey (ed.), *Handbook of social psychology* (vol. 2), Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1954.
- Bryson, J. B.: «Situational determinants of the expression of jealousy», en H. Sigall (Catedrático), *Sexual jealousy: a symposium*, reunión anual de la American Psychological Association, San Francisco, 1977.
- Burke, R. J., Weir, T. y Harrison, D.: «Disclosure of problems and tensions experienced by marital partners», *Psychological Reports*, 1976, 38, 531-542.
- Burnstein, E. y Vinokur, A.: «What a person thinks upon learning he has chosen differently from others: Nice evidence for the persuasive arguments explanation of choice shifts», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1975, 11, 412-426.
- Buss, A. R.: «Causes and reasons in attribution theory: a conceptual critique», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 1311-1321.
- Carlsmith, J. M., Collins, B. y Helmreich, R. L.: «Studies in forced compliance. I. The effect of pressure for compliance on attitude change produced by face-to-face role-playing and anonymous essay writing», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1966, 4, 1-33.
- Cattell: *Test 16 PF*, París, Ed. du Centre de Psychologie Appliquée, 1974.
- Chapman, L. J.: «Illusory correlation in observational report», *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 1967, 6, 151-155.
- Chombart de Lauwe, M. J.: *Un monde autre: l'enfance. De ses représentations à son mythe*, París, Payot, 1979, 2.ª edición.
- Cialdini, R. B., Levy, A., Herman, C. P., Kozlowski, L. T. y Petty, R. E.: «Elastic shifts of opinion. Determinants of direction and durability», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 663-672.
- Cialdini, R. B., Petty, R. E. y Cacioppo, J. T.: «Attitude and attitude change», *Annual Review of Psychology*, 1981, 32, 357-403.
- Clark, M. S. y Mills, J.: «Interpersonal attraction in exchange and communal relationships», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, 37, 12-24.
- Codol, J. P.: «Note terminologique sur l'emploi de quelques expressions concernant les activités et processus cognitifs en psychologie sociale», *Bulletin de Psychologie*, 1969, 23.
- Codol, J. P.: «Influence de la représentation d'autrui sur l'activité des membres d'un groupe expérimental», *L'Année psychologique*, 1970, 70.
- Codol, J. P.: «La représentation du groupe: son impact sur les comportements des membres d'un groupe et sur leur représentations de la tâche, d'autrui et de soi», *Bulletin de Psychologie*, 1970, 24.
- Codol, J. P.: «On the system of representations in a group situation», *European Journal of Social Psychology*, 1974, 4, 343-365.
- Codol, J. P.: «On the so-called "superior conformity of the self" behaviour: Twenty experimental investigations», *European Journal of Social Psychology*, 1976, 5, 457-501.
- Collaros, P. A. y Anderson, L. R.: «Effects of perceived expertness upon creativity of members of brainstorming groups», *Journal of Applied Psychology*, 1969, 53, 159-163.
- Cooper, H. M.: «Statistically combining independent studies: A meta-analysis of sex differences in conformity research», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, 37, 131-146.
- Cooper, J. y Jones, R. A.: «Self-esteem and consistency as determinants of anticipatory opinion change», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1970, 14, 312-320.
- Cornish, W. R.: *The jury*, Londres, Penguin Press, 1968.
- Cox, D. F. y Bauer, R. A.: «Self-confidence and persuasibility in women», *Public Opinion Quarterly*, 1964, 28, 453-466.
- Cozby, D. C.: «Self-disclosure: A literature review», *Psychological Bulletin*, 1973, 79, 73-91.
- Crutchfield, R. S.: «Conformity and character», *American Psychologist*, 1955, 10, 191-198.
- Culbertson, F. M.: «Modification of an emotionally held attitude through role-playing», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1957, 54, 230-233.
- Cunningham, J. D. y Collins, B. E.: «The role of biased scanning in counterattitudinal advocacy», *Social Behavior and Personality*, 1977, 5, 263-271.
- Curtis, R. C., Rietdorf, P. y Ronell, D.: «"Appeasing the Gods?" Suffering to reduce probable future suffering», *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1980, 6, 2, 234-241.
- Cvetkovich, G. y Baumgardner, S. R.: «Attitude polarization: the relative influence of discussion, group structure and reference group norms», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, 26, 159-165.
- Darwin, C.: *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre*, Madrid, Alianza Editorial, 1984.
- Davidson, A. R. y Jaccard, J. J.: «Variables that moderate the attitude-behavior relation. Results of a longitudinal survey», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, 37, 1364-1376.
- Deaux, E. y Emswiller, T.: «Explanations of successful performance on sexlinked tasks: What is skill for the male is luck for the female», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 29, 80-85.
- Deconchy, J.-P.: *L'orthodoxie religieuse. Essai de logique psychosociale*, París, Ed. Ouvrières, 1971.
- Deconchy, J.-P.: «Régulation y signification dans un cas de "compromis" idéologique (ecclésiastiques catholiques et propositions "marxistes")», *Bulletin de Psychologie*, 1976, 30, 10-13, 436-450.
- Deconchy, J.-P.: *Orthodoxie religieuse et sciences humaines* seguido de *(Religious) orthodoxy, rationality and scientific knowledge*, París, La Haya, Mouton, 1980.
- Deconchy, J.-P.: «Laboratory experimentation and social field experimentation: an ambiguous distinction», *European Journal of Social Psychology*, 1981, 11, 4, 323-347.
- Demborski, T. M., Lasater, T. M. y Ramírez, A.: «Communicator similarity, fear

- arousing communications and compliance with health care recommendations», *Journal of Applied Psychology*, 1978, 8, 254-269.
- Denis, M.: *Las imágenes mentales*, Barcelona, Siglo XXI, 1984.
- Derlega, V. J., Wilson, M. y Chaikin, A. L.: «Friendship and disclosure reciprocity», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 578-587.
- Deschamps, J. C.: «L'attribution, la catégorisation sociale et les représentations intergroupes», *Bulletin de Psychologie*, 1973, 27, 710-721.
- Deschamps, J. C. y Doise, W.: «Evolution des représentations intersexes entre 7 et 13 ans», *Revue suisse de Sociologie*, 1975, 1.
- Detienne, N. y Vernant, J. P.: *Les ruses de l'intelligence: la Métis chez les Grecs*, París, Flammarion, 1974.
- Deutsch, M. y Gerard, H. B.: «A study of normative and informational social influences upon individual judgment», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1955, 51, 629-636.
- Di Giacomo, J. P.: «Intergroup alliances and rejections within a protest movement (analysis of the social representations)», *European Journal of Social Psychology*, 1980, 10.
- Dittes, J. E. y Kelley, H. H.: «Effect of different conditions of acceptance upon conformity to group norms», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1965, 53, 100-107.
- Doise, W.: «Intergroup relations and polarization of individual and collective judgments», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1969, 12, 136-143.
- Doise, W., Deschamps, J. C. y Mugny, G.: *Psicología social experimental*, Barcelona, Ed. Hispano Europea, 1980.
- Doise, W.: *Expériences entre groupes*, París, Mouton, 1979.
- Doise, W. y Mugny, G.: *El desarrollo social de la inteligencia*, México, E. Trillas, 1984.
- Doise, W.: *L'explication en psychologie sociale*, París, PUF, 1982.
- Doms, M. y Van Avermaet, E.: «Majority influence, minority influence and conversion behavior: a replication», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1980, 16, 283-292.
- Doms, M. Van Avermaet, E.: «Social support and minority influence: the innovation effect reconsidered», en S. Moscovici, G. Mugny y E. Van Avermaet (eds.), *Perspectives on minority influence*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.
- Downing, D.: «Jealousy: A depth-psychological perspective», en G. Clanton y L. G. Smith (eds.), *Jealousy*, Englewood Cliffs (Nueva Jersey, EE UU), Prentice Hall, 1977.
- Durkheim, E.: *Las reglas del método sociológico*, Barcelona, Los Libros de Plon, 1983.
- Duval, S. y Wicklund, R. A.: *A theory of objective self-awareness*, Nueva York, Academic Press, 1972.
- Eagly, A. H.: «The comprehensibility of persuasive arguments as a determinant of opinion change», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 29, 758-773.
- Eagly, A. H.: «Sex differences in influenceability», *Psychological Bulletin*, 1978, 85, 86-116.
- Eagly, A. H., Wood, W. y Chaiken, S.: «Causal inferences about communicators and their effect on opinion change», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 424-435.
- Eagly, A. H. y Carli, L. L.: «Sex of researchers and sex-typed communications as determinants of sex differences in influenceability: A meta-analysis of social influence studies», *Psychological Bulletin*, 1981, 90, 1-20.
- Ehrlich, H. J.: *The social psychology prejudice*, Nueva York, John Wiley & Sons, 1973.
- Eiser, J. R.: *Cognitive social psychology*, Maidenhead, McGraw-Hill, 1980.
- Ellis, A.: «Rational and irrational jealousy», en G. Clanton y L. G. Smith (eds.), *Jealousy*, Englewood Cliffs (Nueva Jersey, EE UU), Prentice Hall, 1977.
- Elms, A. C. y Janis, I. L.: «Counternorm attitudes induced by consonant vs. dissonant conditions of role playing», *Journal of Experimental Research on Personality*, 1965, 1, 50-60.
- Elstein, A. S., Schulman, L. S. y Sprafka, S. A.: *Medical problem solving: An analysis of clinical reasoning*, Cambridge (Mass., EE UU), Harvard University Press, 1978.
- Endler, N. S., Wiesensthal, D. L., Coward, T., Edwards, J. y Geller, S. H.: «Generalization of relative competence mediating conformity across different tasks», *European Journal of Social Psychology*, 1975, 5, 281-287.
- Faison, E. W. J.: «Effectiveness of one-sided and two-sided mass communications in advertising», *Public Opinion Quarterly*, 1961, 25, 468-469.
- Farr, R. M.: «On the nature of attributional artifacts in qualitative research: Herzberg's two factor theory of work motivation», *Journal of Occupational Psychology*, 1977, 50, 3-14.
- Farr, R. M.: «On the nature of human nature and the science of behaviour», en P. Heelas y A. Lock (eds.), *Indigenous psychologies: the anthropology of the self*, Londres, Academic Press, 1981.
- Faucheux, C. y Moscovici, S.: «Etude sur la créativité de groupes: tâche, structure des communications et réussite», *Bulletin du CERP*, 1960, 9, 11-22.
- \* Faucheux, C. y Moscovici, S.: «Self-esteem and exploitative behaviour in a game against chance and nature», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 4, 1, 83-88.
- Fauconnet, P.: *La responsabilité*, París, Alcan, 1928.
- Fazio, R. H. y Zanna, M. P.: «Direct experience and attitude-behaviour consistency», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1981, 162-202.
- Festinger, L.: «Informal social communication», *Psychological Review*, 1950, 57, 271-282.
- Festinger, L.: «An analysis of compliant behaviour», en M. Sherif y M. O. Wilson (eds.), *Group relations at the cross-roads*, Nueva York, Harper, 1953.
- Festinger, L.: «A theory of social comparison processes», *Human Relations*, 1954, 7, 117-140.

- Festinger, L.: *A theory of cognitive dissonance*, Evanston (Ill., EE UU), Row, Peterson, 1957.
- Festinger, L. y Maccoby, E.: «On resistance to persuasive communications», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1964, 68, 203-210.
- Fishbein, M. y Ajzen, I.: «Attitudes towards objects as predictors of simple and multiple behavioral criteria», *Psychological Review*, 1974, 81, 59-74.
- Fishbein, M. y Ajzen, I.: *Belief, attitude, intention and behavior. An introduction to theory and research*, Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1975.
- Fishbein, M.: «A theory of reasoned action. Some applications and implications», *Nebraska Symposium on Motivation*, Lincoln, Nebraska University Press, 1980, 65-116.
- Flament, C.: *Réseaux de communication et structure de groupe*, París, Dunod, 1965.
- Flament, C.: «Image des relations amicales dans les groupes hiérarchisés», *Année Psychologique*, 1971, 71.
- Flament, C.: *Du biais de l'équilibre structural à la représentation du groupe*, informe en el Coloquio sobre las Representaciones sociales, París, MSH, 1979.
- Fodor, J. A.: *Representations*, Brighton, The Harvester Press, 1981.
- Frank, J.: *Courts on trial*, Princeton (Nueva Jersey, EE UU), Princeton University Press, 1949.
- Franks, J. J.: «Toward understanding understanding», en W. B. Weimer y D. S. Palermo (eds.), *Cognition and the symbolic processes*, Hillsdale, Erlbaum, 1974.
- Fraser, C.: «Group risk-taking and group polarization», *European Journal of Social Psychology*, 1971, 1, 493-510.
- French, J. R. P. Jr. y Raven, B.: «The basis of social power», en D. Cartwright (ed.), *Studies in social power*, Ann Arbor, University of Michigan Press, 1959, 150-167.
- Frieze, I. y Weiner, B.: «Cue utilitarian and attributional judgments for success and failure», *Journal of Personality*, 1971, 39, 591-605.
- Gerard, H. B. y Rotter, G. S.: «Time perspective, consistency of attitude, and social influence», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, 62, 565-572.
- Gerard, H. B., Wilhelmy, R. A. y Conolley, E. S.: «Conformity and group size», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 8, 79-82.
- Gérardin, L.: *La bionique*, París, Hachette, 1971.
- Gilly, M.: *Maitre-élève. Roles institutionnels et représentations*, París, PUF, 1980.
- Girard, R.: *Le bouc émissaire*, París, Grasset, 1982.
- Glover, J. A.: «Group structure and creative responding», *Small Group Behaviour*, 1979, 10, 1, 62-72.
- Goldberg, S. C.: «Three situational determinants of conformity to social norms», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1954, 49, 325-329.
- Goode, W. J.: *After divorce*, Glencoe (Ill., EE UU), The Free Press, 1956.
- Gordon, W. J. J.: *Stimulation des facultés créatrices dans les groupes de recherches par la méthode synectique*, París, Hommes et Techniques, 1965.

- Gorin, M.: *A l'école du groupe: beurs et malheurs d'une innovation éducative*, París, Dunod, 1980.
- Gottman, T. M., Notarius, C., Gonson, J. y Markman, H. J.: *A couple's guide to communication*, Champaign (Ill., EE UU), Research Press, 1976.
- Gottman, T. M., Markman, H. J. y Notarius, C.: «The topography of marital conflict. A sequential analysis of verbal and nonverbal behaviour», *Journal of Marriage and the Family*, 1977, 39, 461-477.
- Gottman, T. M.: *Marital interaction*, Nueva York, Academic Press, 1979.
- Gottman, T. M. y Porterfield, A. L.: «Communication dysfunction in the non-verbal behaviour of married couples», *Journal of Marriage and the Family*, 1981, 43, 817-824.
- Grize, J. B., «Recherches sur le discours et l'argumentation», *Revue des Sciences Sociales*, 1974, 12.
- Guilford, J. P.: «La créativité», en A. Beaudot (ed.), *La créativité*, París, Dunod, 1973, 9-28.
- Guillaumin, C., *L'idéologie raciste. Genèse et langage actuel*, París, Mouton, 1972.
- Guralnick, M. J., Paul-Brown, D.: «The nature of verbal interactions among handicapped and nonhandicapped preschool children», *Child Development*, 1977, 48, 254-260.
- Haaland, G. A. y Venkatesan, M.: «Resistance to persuasive communications. An examination of the distraction hypothesis», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 9, 167-170.
- Hackman, G. y Vidmar, N.: «Effects of size and task type on group performance and member reactions», *Sociometry*, 1970, 33, 37.
- Hall, J. y Watson, W. H.: «The effects of a normative intervention on group decision-making performance», *Human Relations*, 1970, 23, 299-317.
- Hall, J. A.: «Gender effects in decoding nonverbal cues», *Psychological Bulletin*, 1978, 85, 845-857.
- Hammond, K. R.: «New directions in research on conflict resolution», *Journal of Social Issues*, 1965, 21, 44-66.
- Harvey, J. H., Wells, G. L. y Alvarez, M. D.: «Attribution in the context of conflict and separation in close relationships», en J. H. Harvey, W. J. Ickes y R. F. Kidd (eds.), *New directions in attribution research* (vol. 2), Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU), Erlbaum, 1978.
- Harvey, O. J. y Consalvi, C.: «Status and conformity to pressure in informal groups», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1960, 60, 182-187.
- Hatfield, E., Utne, M. K. y Traupmann, J.: «Equity theory and intimate relationships», en R. L. Burgess y T. L. Huston (eds.), *Social exchange in developing relationships*, Nueva York, Academic Press, 1979.
- Heider, F. y Simmel, A.: «An experimental study of a apparent behaviour», *American Journal of Psychology*, 1944, 57, 243-249.
- Heider, F.: «Attitude and cognitive organization», *Journal of Psychology*, 1946, 21, 107-112.
- Heider, F.: *The psychology of interpersonal relations*, Nueva York, Wiley, 1958.



- Herzberg, F., Mausner, B. y Snyderman, B. B.: *The motivation to work*, Nueva York, Wiley, 1959, 2.ª edición.
- Herzlich, C.: *Santé et maladie. Analyse d'une représentation social*, París, Mouton, 1969.
- Herzlich, C.: «La representación social», en S. Moscovici (ed.), *Introducción a la psicología social*, Barcelona, Ed. Planeta, 1975.
- Heslin, R. y Amo, M. F.: «Detailed test of reinforcement-dissonance controversy in the counterattitudinal advocacy situations», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1972, 23, 234-242.
- Hewstone, M. y Jaspars, J.: «Intergroup relations and attribution processes», en H. Tajfel (ed.), *Social identity and intergroup behaviour*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.
- Hewstone, M., Jaspars, J. y Lalljee, M.: «Social representations, social attribution and social identity: the intergroup images of "public" and "comprehensive" schoolboys», *European Journal of Social Psychology*, 1982, 12, 241-269.
- Hewstone, M.: *Attribution theory: Social and functional extensions*, Oxford, Basil Blackwell, 1983.
- Hewstone, M., Bond, M. H. y Wan, K. C.: «Social facts in social attributions: The explanation of intergroup differences in Hong Kong», *Social Cognition*, en prensa.
- Hill, C. T., Rubin, Z. y Peplau, L. A.: «Breakups before marriage: The end of 103 affairs», *Journal of Social Issues*, 1976, 32, 147-168.
- Hobart, C. W.: «The incidence of romanticism during courtship», *Social Forces*, 1958, 36, 364-367.
- Hoffman, L. R. y Maier, N. R. F.: «Valence in the adoption of solutions by problem solving groups: Concept, method and results», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1964, 69, 264-268.
- Hoffman, L. R.: «Group problem solving», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1965, vol. 2.
- Hofling, C. K., Brotzman, E., Dalrymple, S., Graves, N. y Pierce, C. M.: «An experimental study in nurse-physician relationships», *Journal of Nervous and Mental Disease*, 1966, 143, 171-180.
- Hollander, E. P.: «Conformity, status and idiosyncrasy credit», *Psychological Review*, 1958, 65, 117-127.
- Hollander, E. P.: *Leaders, groups and influence*, Nueva York, Oxford University Press, 1964.
- Holzkamp, K.: *Sinnliche Erkenntnis. Historischer Ursprung und gesellschaftliche Funktion der Wahrnehmung*, Frankfurt (RFA), Fischer Taschenbuch, 1973.
- Horai, J., Naccari, N. y Fatoullah, E.: «The effects of expertise and physical attractiveness upon opinion agreement and liking», *Sociometry*, 1974, 37, 601-606.
- Hovland, C. I., Lumsdaine, A. A. y Sheffield, F. D.: *Experiments on mass communication*, Princeton, Princeton University Press, 1949.
- Hovland, C. I. y Weiss, W.: «The influence of source credibility on communication effectiveness», *Public Opinion Quarterly*, 1951, 15, 635-650.
- Hovland, C. I. y Mandell, W.: «An experimental comparison of conclusion-drawing by the communicator and by the audience», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1952, 47, 581-588.
- Hovland, C. I., Janis, I. L. y Kelley, H. H.: *Communication and persuasion*, New Haven (Conn., EE UU), Yale University Press, 1953.
- Hovland, C. I. y Pritzker, H. A.: «Extend of opinion change as a function of amount of change advocated», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1957, 34, 257-261.
- Hovland, C. I., Harvey, O. J. y Sherif, M.: «Assimilation and contrast effects in reactions to communication and attitude change», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1957, 55, 244-252.
- Hovland, C. I. y Janis, I. L. (eds.): *Personality and persuasibility*, New Haven (Conn., EE UU), Yale University Press, 1959.
- Howe, M. D.: «Juries as judges of criminal law», *Harvard Law Review*, 1939, 52, 582-616.
- Hoy, E. A. y McKnight, J. R.: «Communication style and effectiveness in homogeneous and heterogeneous dyads of retarded children», *American Journal of Mental Deficiency*, 1977, 81, 587-598.
- Huston, T. L. y Burgess, R. L.: «Social exchange in developing relationships: An overview», en R. L. Burgess y T. L. Huston (eds.), *Social exchange in developing relationships*, Nueva York, Academic Press, 1979.
- Ichheiser, G.: «Misinterpretations of personality in everyday life and psychologist's frame of reference», *Character and Personality*, 1943, 12, 145-160.
- Ichheiser, G.: «Misunderstandings in human relations: A study in false social perception», *American Journal of Sociology*, suplemento del número de septiembre de 1949, Chicago, The University of Chicago Press.
- Insko, C. A., Songer, E. y McGarvey, W.: «Balance positivity and agreement in the Jordon paradigm. A defense of balance theory», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1974, 10, 50-83.
- Jahoda, M.: *Freud and the dilemmas of psychology*, Londres, The Hogarth Press, 1977.
- Janis, I. L. y Feshbach, S.: «Effects of fear-arousing communications», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1953, 48, 78-92.
- Janis, I. L. y King, B. T.: «The influence of role-playing on opinion change», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1954, 49, 211-218.
- Janis, I. L. y Field, P. B.: «A behavioural assessment of persuasibility. Consistency of individual differences», *Sociometry*, 1956, 19, 241-259.
- Janis, I. L.: «Motivational factors in the resolution of decisional conflicts», *Nebraska Symposium on Motivation*, Lincoln, Nebraska University Press, 1959, 283-311.
- Janis, I. L.: «The psychological effects of warnings», en G. W. Baker y D. W. Chapman (eds.), *Man and society in disaster*, Nueva York, Basic Books, 1962, 55-92.
- Janis, I. L. y Gilmore, J. B.: «The influence of incentive conditions on the success of role-playing in modifying attitudes», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 17-27.

- Janis, I. L., Kaye, D. y Kirschner, P.: «Facilitating effects of "eating-while-reading" on responsiveness to persuasive communications», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 181-186.
- Janis, I. L. y Mann, L.: «Effectiveness of emotional role-playing in modifying smoking habits and attitudes», *Journal of Experimental Research in Personality*, 1965, 1, 84-90.
- Janis, I. L.: «Effects of fear arousal on attitude change. Recent developments in theory and experimental research», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1967, 166-224.
- Janis, I. L.: *Victims of groupthink*, Boston, Houghton-Mifflin, 1972.
- Janis, I. L. y Mann, L.: *Decision-making: A psychological analysis of conflict choice, and commitment*, Nueva York, Free Press, 1977.
- Jaoui, H.: *Clefs pour la créativité*, París, Seghers, 1975.
- Jaspars, J.: «De waarde van het psychologisch advies», *Nederlands Tijdschrift voor Psychologie*, 1968, 23, 295-331.
- Jaspars, J., Fincham, F. y Hewstone, M. (eds.): *Attribution theory and research: Conceptual, developmental and social dimensions*, Londres, Academic Press, 1983.
- Jaspars, J. y Hewstone, M.: «Cross-cultural interaction, social attribution and intergroup relations», en S. Bochner (ed.), *Cultures in contact: Studies in cross-cultural interaction*, Oxford, Pergamon Press, 1982, vol. I.
- Jaspars, J.: «Attitudes and social representations», en R. Farr y S. Moscovici (eds.), *Social representations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.
- Jaulin, R.: *Gens du soi, gens de l'autre*, París, Union générale d'Éditions, 1973.
- Jodelet, D.: *La représentation social du corps*, París, CORDES, 1976.
- Jodelet, D.: «Représentations, expériences, pratiques corporelles et modèles culturels», en *Conceptions, mesures et actions en santé publique*, París, Ed. INSERM, 1982.
- Jones, E. E., Davis, K. E. y Gergen, K. Y.: «Role-playing variations and their informational value for person perception», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, 63, 302-310.
- Jones, E. E.: «Conformity as a tactic of ingratiation», *Science*, 1965, 149, 144-150.
- Jones, E. E. y Davis, K. E.: «From acts to dispositions: The attribution process in person perception», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1965, vol. II.
- Jones, E. E. y Gerard, H. B.: *Fundamentos de psicología social*, México, Ed. Trillas.
- Jones, E. E. y Nisbett, R. E.: «The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behaviour», en E. E. Jones, D. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins y B. Weiner (eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behaviour*, Morristown: (Nueva Jersey, EE UU), General Learning Press, 1972.
- Jones, E. E. y Wortman, C.: *Ingratiation: retribitional approach*, Morristown (Nueva Jersey, EE UU), General Learning Press, 1973.
- Jones, E. E. y McGillis, D.: «Correspondent interferences and the attribution cube: A comparative reappraisal», en J. Harvey, W. Ickes y R. F. Kidd

- (eds.), *New directions in attribution research*, Hillsdale (Nueva Jersey, Estados Unidos), Erlbaum, 1976, vol. I.
- Jones, E. E.: «The rocky road from acts to dispositions», *American Psychologist*, 1979, 34, 107-117.
- Kaës, R.: *Images de la culture chez les ouvriers français*, París, Cujas, 1968.
- Kaës, R.: *L'appareil psychique groupal. Construction du groupe*, París, Dunod, 1976.
- Kahnemann, D., Slovic, P. y Tversky, A. (eds.): *Judgment under uncertainty: heuristics and biases*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.
- Kalven, H. Jr. y Zeisel, H.: *The American jury*, Boston, Little-Brown, 1966.
- Kanin, E. J., Davidson, K. D. y Scheck, S. R.: «A research note on male-female differentials in the experience of heterosexual love», *The Journal of Sex Research*, 1970, 6, 64-72.
- Kaufmann, A., Fustier, M. y Drevet, A.: *L'inventique*, París, Entreprise Moderne d'Édition, 1970.
- Kelley, H. H.: «The warm-cold variable in first impression of persons», *Journal of Personality*, 1950, 18, 431-439.
- Kelley, H. H. y Thibaut, J. W.: «Experimental studies of group problem solving and process», en G. Lindzey (ed.), *Handbook of social psychology*, Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1954.
- Kelley, H. H.: «Attribution theory in social psychology», en D. Levine (ed.), *Nebraska Symposium on Motivation*, Lincoln, University of Nebraska Press, 1967, vol. XV.
- Kelley, H. H. y Thibaut, J. W.: «Group problem solving», en G. Lindzey y G. Aronson (eds.), *Handbook of social psychology*, Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1969, vol. IV, 2.ª edición.
- Kelley, H. H.: «Causal schemata and the attribution process», en E. E. Jones et al. (eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behaviour*, Morristown (Nueva Jersey, EE UU), General Learning Press, 1972.
- Kelley, H. H.: «The processes of causal attribution», *American Psychologist*, 1973, 28, 107-128.
- Kelley, H. H.: *Personal relationships: their structures and processes*, Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU), Erlbaum, 1979.
- Kelley, H. H. y Michela, J. L.: «Attribution theory and research», *Annual Review of Psychology*, 1980, 31, 457-501.
- Kelman, H. C.: «Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change», *Journal of Conflict Resolution*, 1958, 2, 51-60.
- Kelman, H. C.: «Processes of opinion change», *Public Opinion Quarterly*, 1961, 25, 57-58.
- Kephart, W.: «Some correlates of romantic love», *Journal of Marriage and Family*, 1967, 29, 470-479.
- Kerr, N. L., Atkin, R. S., Stasser, G., Meek, D., Holt, R. W. y Davis, J. H.: «Guilt a reasonable doubt: effect of concept definition and assigned decision rule on the judgments of mock jurors», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 282-295.

- Kiesler, C. A. y Kiesler, S. B.: «Role of forewarning in persuasive communications», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1964, 68, 547-549.
- Kiesler, C. A.: «Group pressure and conformity», en J. Mills (ed.), *Experimental social psychology*, Nueva York, Macmillan, 1969.
- Kiesler, T. A. y Pallak, M. S.: «Minority influence: The effect of majority reactionaries and defectors, and minority and majority compromises, upon majority opinion and attraction», *European Journal of Social Psychology*, 1975, 5, 2, 237-256.
- Kilham, W. y Mann, L.: «Level of destructive obedience as a function of transmitter and executant roles in the Milgram obedience paradigm», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 29, 696-702.
- Kinder, D. R.: «Political person perception. The asymmetrical influence of sentiment and choice on perceptions of presidential candidates», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 859-871.
- King, B. T. y Janis, I. L.: «Comparison of the effectiveness of improvised versus nonimprovised role-playing in producing opinion changes», *Human Relations*, 1956, 9, 177-186.
- King, J.: «The patient's dilemma», *New Society*, 11 de marzo de 1982, 388-389.
- King, J.: «Attribution theory and the health belief model», en M. Hewstone (ed.), *Attribution theory: Social and functional extensions*, Oxford, Basil Blackwell, 1983.
- Kleinke, C. L.: «Effects of personal evaluation», en G. J. Chelune (ed.) *Self-disclosure*, San Francisco, Jossey-Bass, 1979.
- Krisner, H. P., Darley, S. A. y Darley, J. M.: «Fear-provoking recommendations, intentions to take preventive actions and actual preventive actions», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, 26, 301-308.
- Landis, D., Triandis, H. C. y Adamopoulos, J.: «Habit and behavioral intentions as predictors of social behavior», *Journal of Social Psychology*, 1978, 106, 227-237.
- Langer, E. J.: «Rethinking the role of thought in social interaction», en J. H. Harvey (ed.), *New directions in attribution research*, Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU), Erlbaum, 1978, vol. II.
- Latané, B. y Wolf, S.: «The social impact of majorities and minorities», *Psychological Review*, 1981, 88, 438-453.
- Leboutet, L.: «La créativité», *L'Année psychologique*, 1970, 2, 579-625.
- Lemaine, G.: «Différenciation sociale et originalité sociale», en W. Doise (ed.), *Expériences entre groupes*, París, Mouton, 1979.
- Lempert, R. O.: «Uncovering non-discernible differences: empirical research and the jury size cases», *Michigan Law Review*, 1975, 73, 644-707.
- Lempert, R. O.: «Civil juries and complex cases: Let's not rush to judgment», *Michigan Law Review*, 1981, 80, 68-132.
- Lenin, V. I.: «Sobre la alianza de la clase obrera y el campesinado», Moscú, Ed. de la Agencia de Prensa Novosti, 1971.
- Lerner, M. J.: «Evaluation of performance as a function of performer's reward and attractiveness», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 4, 355-360.
- Lerner, M. J.: *The belief in a just world. A fundamental delusion*, Nueva York, Plenum Press, 1980.
- Leventhal, H., Singer, R. P. y Jones, S.: «Effects of fear and specificity of recommendations upon attitudes and behavior», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 2, 20-29.
- Leventhal, H. y Singer: «Affect arousal and positioning of recommendations in persuasive communications», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1966, 4, 137-146.
- Leventhal, H.: «Findings and theory in the study of fear communications», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1970, 120-186.
- Levine, J. M.: «Reaction to opinion deviance in small groups», en P. Paulus (ed.), *Psychology of group influence*, Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU), Erlbaum, 1980.
- Levine, J. M. y Moreland, L. R.: «Innovation and socialization in small groups», en S. Moscovici, G. Mugny y E. Van Avermaet (eds.), *Perspectives on minority influence*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.
- Levinger, G.: «A social psychological perspective on marital dissolution», *Journal of Social Issues*, 1976, 32, 21-47.
- Lévi-Strauss, C., *Las estructuras elementales del parentesco*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1981.
- Lévi-Strauss, C.: *Antropología estructural*, Barcelona, Siglo XXI, 1981.
- Lewin, K.: «Behind food habits and methods of change», *Bulletin of the Research Council*, 1943, 108.
- Lewin, K.: «Décisions de groupe et changement social», en A. Lévy (ed.), *Psychologie sociale, textes fondamentaux*, París, Dunod, 1965, tomo II, 498-519.
- Lewis, S. A., Langan, C. J. y Hollander, E. P.: «Expectation of future interaction and the choice of less desirable alternatives in conformity», *Sociometry*, 1972, 35, 440-447.
- Leyens, J. P.: «Implications des théories implicites de la personnalité pour le diagnostic psychologique», en J. P. Codol y J. P. Leyens (eds.), *Cognitive analysis of social behavior*, La Haya, Boston, Londres, Martinus Nijhoff, 1982.
- Liberman, A. M., Harris, K. S., Hoffman, H. S. y Griffith, B. C.: «The discrimination of speech sound within and across phoneme boundaries», *Journal of Experimental Psychology*, 1957, 54, 358-368.
- Linder, T. E., Cooper, J. y Jones, E. E.: «Decision freedom as a determinant of the role of incentive magnitude in attitude change», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1967, 6, 245-254.
- Lipiansky, E. M.: *L'âme française ou le national-libéralisme*, París, Anthropos, 1979.
- Lippitt, R. y White, R. K.: «Une étude expérimentale du commandement et de la vie en groupe», en A. Lévy (ed.), *Psychologie sociale, textes fondamentaux*, París, Dunod, 1965, tomo I, 278-292.
- Lorwin, V. R.: «Linguistic pluralism and political tension in modern Belgium», en J. A. Fishman (ed.), *Advances in the sociology of language*, París, Mouton, 1972, tomo II.

- Lott, A. J. y Lott, B. E.: «Group cohesiveness, communication level, and conformity», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, 62, 408-412.
- Lott, A. J. y Lott, B. E.: «The role of reward in the formation of positive interpersonal attitudes», en T. Huston (ed.), *Foundations of interpersonal attraction*, Nueva York, Academic Press, 1974.
- Louche, C.: «Les effets de la catégorisation sociale et de l'interaction collective dans la préparation et le déroulement d'une négociation intergroupe», *Bulletin de Psychologie*, 1974, 28, 941-947.
- Lukes, S.: *El individualismo*, Barcelona, Ed. Península, 1975.
- Mass, A., Clark, R. D. y Haberkorn, G.: «The effects of differential ascribed category membership and norms on minority influence», *European Journal of Social Psychology*, 1982, 12, 89-104.
- Magenau, J. M. y Pruitt, D. G.: «The social psychology of bargaining», en G. M. Stevenson y C. J. Brotherton (eds.), *Industrial Relations: A social psychological approach*, Londres, Wiley, 1979.
- Maisonneuve, J.: *Recherches diachroniques sur une représentation sociale*, Monographies Françaises de Psychologie, París, Ed. du CNRS, 1979.
- Maitre, J.: «Sociologie de l'idéologie et entretien non-directif», *Revue Française de Sociologie*, 1975, XVI.
- Malrieu, P.: «Remarques sur la notion de représentation sociale», *Psychologie et Education*, 1977, 3.
- Mann, L. y Janis, I. L.: «A follow-up study on the long-term effects of emotional role-playing», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 8, 339-342.
- Mantell, D. M.: «The potential for violence in Germany», *The Journal of Social Issues*, 1971, 27, 101-112.
- Markman, H. J.: «Prediction of marital distress: A 5-year follow-up», *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 1981, 49, 760-762.
- Masters, W. H. y Johnson, V.: *Homosexuality in perspective*, Boston, Little, Brown, 1979.
- Masur, E. F.: «Preschoolboys' speech modifications: The effect of listeners' linguistic levels and conversational responsiveness», *Child Development*, 1978, 49, 924-927.
- Mauss, M.: *Sociología y Antropología*, Barcelona, Ed. Tecnos, 1979, 2.ª edición.
- McArthur, L. A.: «The how and what of why: Some determinants and consequences of casual attributions», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1972, 22, 171-193.
- McGrath, J. E. y Krawitz, O. A.: «Group research», *Annual Review of Psychology*, 1982, 33, 195-230.
- McGuire, W. J. y Papageorgis, D.: «The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961, 62, 327-337.
- McGuire, W. J. y Millman, S.: «Anticipatory belief lowering following forewarning of a persuasive attack», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 2, 471-479.
- McGuire, W. J.: «Personality and susceptibility to social influence», en E. F. Borgatta y W. W. Lambert (eds.), *Handbook of personality theory and research*, Chicago, Rand McNally, 1968, 1130-1187.
- McGuire, W. J.: «The nature of attitudes and attitude change», en G. Lindzey y E. Aronson (eds.), *Handbook of social psychology*, Reading, Addison-Wesley, 1969, vol. III, 2.ª edición, 136-314.
- Merle, R. y Vitu, A.: «Le jury», en *Traité de droit criminel*, París, Cujas, 1967, 1033-1036.
- Michotte, A.: *La perception de la causalité*, París, Erasme, 1946.
- Milgram, S.: «Nationality and conformity», *Scientific American*, 1961, 205, 45-51.
- Milgram, S.: «Issues in the study of obedience: a reply to Baumrind», *American Psychologist*, 1964, 19, 848-852.
- Milgram, S.: *Obediencia a la autoridad*, Bilbao, Desclée de Brower, 1979.
- Milgram, S. y Jodelet, D.: «Psychological maps of Paris», en H. M. Prodhansky, W. H. Ittelson y L. G. Rivlin (eds.), *Environmental psychology: people and their physical settings*, Nueva York, Holt, Rinehart & Winston, 1976.
- Miller, D., Norman, S. y Wright, E.: «Distortion in person perception as a consequence of the need for effective control», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 598-607.
- Miller, G. R.: «Some recent research on fear-arousing message appeals», *Speech Monographs*, 1966, 33, 377-391.
- Mills, E. S.: «A statistical profile of jurors in a United States District Court.», *Law and the Social Order*, 1969, 329-339.
- Mills, J. y Aronson, E.: «Opinion change as a function of communicator's attractiveness and desire to influence», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 173-177.
- Montmollin, G. de: *L'influence sociale. Phénomènes, facteurs et theories*, París, PUF, 1977.
- Montmollin, G. de, Blanchet, D., Bourdeaux, L., Puygrenier, C. y School, S.: *Effet de la compétence de la source et de l'appel à la peur sur le changement d'attitude*, no publicado.
- Moreland, R. L. y Levine, J. M.: «Socialization in small groups: temporal changes in individual-group relations», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1982.
- \* Morley, I. E. y Stevenson, G. N.: *The social psychology of bargaining*, Londres, Allen & Unwin, 1977.
- Morris, W. N. y Miller, R. S.: «Impressions of dissenters and conformers: An attributional analysis», *Sociometry*, 1975, 38, 327-339.
- Morris, W. N., Miller, R. S. y Sprangenberg, S.: «The effects of dissenter position and task difficulty on conformity and response conflict», *Journal of Personality*, 1977, 45, 251-266.
- Morton, T. U.: «Intimacy and reciprocity of exchange: A comparison of spouses and strangers», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 72-81.
- Moscovici, S.: *La psychanalyse, son image et son public*, París, PUF, 1961, 2.ª edición.
- Moscovici, S.: «Attitudes and opinions», *Annual Review of Psychology*, 1963, B-14, 231-260.

- Moscovici, S.: «Communications processes and the properties of language», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1967, vol. III, 225-270.
- Moscovici, S.: *Ensayo sobre la historia humana de la naturaleza*, Barcelona, Ed. Siglo XXI, 1980.
- Moscovici, S.: prefacio a C. Herzlich, *Santé et maladie. Analyse d'une représentation sociale*, Paris, Mouton, 1969.
- Moscovici, S., Lage, E. y Naffrechoux, M.: «Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task», *Sociometry*, 1969, 32, 365-379.
- Moscovici, S. y Zavalloni, M.: «The group as a polarizer of attitudes», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1969, 12, 125-135.
- Moscovici, S. y Neve P.: «Studies on social influence I: Those who are absent are in the right», *European Journal of Social Psychology*, 1971, 1, 201-213.
- Moscovici, S. (ed.): *La psicología del lenguaje*, Barcelona, Ed. Planeta, 1975.
- Moscovici, S. y Léculier, R.: «Studies in group decision I: Social space patterns of communication and group consensus», *European Journal of Social Psychology*, 1972, 2, 221-244.
- Moscovici, S. y Fauchaux, C.: «Social influence, conformity bias, and the study of active minorities», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1972, vol. VI.
- Moscovici, S.: «El hombre en interacción: máquina de responder o máquina de inferir», en S. Moscovici (ed.), *Introducción a la psicología social*, Barcelona, Ed. Planeta, 1975.
- Moscovici, S.: «Social influence I: Conformity and social control», en C. Nemeth (ed.), *Social psychology: Classic and contemporary integrations*, Chicago, Rand McNally, 1974.
- Moscovici, S. y Lage, E.: «Studies in social influence III: Majority versus minority influence in a group», *European Journal of Social Psychology*, 1976, 6, 2, 149-174.
- Moscovici, S. y Lage, E.: «Studies in social influence IV: Minority influence in a context of original judgments», *European Journal of Social Psychology*, 1978, 8, 349-365.
- Moscovici, S.: *Psicología de las minorías activas*, Barcelona, Morata, 1981.
- Moscovici, S. y Personnaz, B.: «Studies in social influence V: Minority influence and conversion behavior in a perceptual task», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1980, 16, 270-282.
- Moscovici, S.: «On social representations», en J. P. Forgas (ed.), *Social cognition: perspectives in everyday understanding*, Londres, Academic Press, 1981.
- Moscovici, S.: *L'âge des foules*, Paris, Fayard, 1981.
- Moscovici, S. y Doms, M.: «Compliance and conversion in a situation of sensory deprivation», *Basic and Applied Social Psychology*, 1982, 3, 2, 81-94.
- Moscovici, S.: «The coming era of representations», en J. P. Codol y J. P. Leyens (eds.), *Cognitive approaches to social behavior*, La Haya, Nijhoff, 1982.
- Moscovici, S.: «The phenomenon of social representations», en R. M. Farr y S. Moscovici (eds.): *Social representations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983.

- Moscovici, S. y Hewstone, M.: «Social representations and social explanations: From the "naive" to the "amateur" scientist», en M. Hewstone (ed.), *Attribution theory: Social and functional extensions*, Oxford, Basil Blackwell, 1983.
- Mugny, G., Pierrehumbert, B. y Zubeil, R.: «Le style d'interaction comme facteur de l'influence sociale», *Bulletin de Psychologie*, 1972, 26, 789-793.
- Mugny, G.: «Bedeutung der Konsistenz bei Beeinflussung durch eine konkordante oder diskordante minderheitliche Kommunikation bei sozialen Beurteilungsobjekten», *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 1975, 6, 324-332.
- Mugny, G.: «Negotiations, image of the other and the process of minority influence», *European Journal of Social Psychology*, 1975, 5, 209-228.
- Mugny, G. y Papastamou, S.: «A propos du "crédit idiosyncratique" chez Hollander: conformisme initial ou négociation?», *Bulletin de Psychologie*, 1975, 29, 970-976.
- Mugny, G. y Papastamou, S.: «Pour une nouvelle approche de l'influence minoritaire: les déterminants psychosociaux des stratégies d'influence minoritaire», *Bulletin de Psychologie*, 1976, 30, 573-579.
- Mugny, G. y Doise, W.: «Niveaux d'analyse dans l'étude expérimentale des processus d'influence sociale», *Social Science Information*, 1979, 18, 819-876.
- Mugny, G., Rilliet, D. y Papastamou, S.: «Influence minoritaire et identification sociale dans des contextes d'originalité et de déviance», *Revue suisse de Psychologie*, 1981, 40, 4, 314-332.
- Mugny, G.: *The power of minorities*, Londres, Academic Press, 1982.
- Murstein, B. I.: «Person perception and courtship progress among premarital couples», *Journal of Marriage and Family*, 1972, 34, 621-626.
- Myers, D. y Bach P. J.: «Discussion effects on militarism-pacifism: A test of the group polarization hypothesis», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 30, 741-747.
- Myers, D. G. y Lamm, M.: «The group polarization phenomenon», *Psychological Bulletin*, 1976, 83, 606-627.
- Myers, D.: «Polarizing effects of social interaction», en H. Brandstatter, J. H. Davis y G. Stocker-Kriechgauer (eds.), *Group decision making*, Londres, Academic Press, 1982, 125-161.
- Nemeth, C., Swedlund, M. y Kanki, B.: «Patterning of the minority's responses and their influence on the majority», *European Journal of Social Psychology*, 1974, 4, 53-64.
- Nemeth, C. y Wachtler, J.: «Creating the perceptions of consistency and confidence: A necessary condition for minority influence», *Sociometry*, 1974, 37, 529-540.
- Nemeth, C., Wachtler, J. y Endicott, J.: «Increasing the size of the minority: some gains and some losses», *European Journal of Social Psychology*, 1977, 7, 1, 15-27.
- Nemeth, C.: «Interactions between jurors as a function of majority vs unanimity decision rules», *Journal of Applied Social Psychology*, 1977, 7, 38-56.
- Nemeth, C.: «Jury Trials: Psychology and law», *Advances in Experimental Social Psychology*, 1981, 14, 309-367.

- Nemeth, C. y Wachtler, J.: «Creative problem solving as a result of majority vs minority influence», *European Journal of Social Psychology*, 1983, 13, 1, 45-55.
- Newcomb, M. D. y Bentler, P. M.: «Marital breakdown», en S. Duck y R. Gilmour (eds.), *Personal relationships 3: Personal relationships in disorder*, Nueva York, Academic Press, 1981.
- Newcomb, T. M.: «An experiment designed to test the validity of a rating technique», *Journal of Educational Psychology*, 1931, 22, 279-289.
- Newman, H. M. y Langer, E. J.: «Post-divorce adaptation and the attribution of responsibility», *Sex Roles*, 1981, 7, 223-232.
- Ng, S. H.: «Equity theory and the allocation of rewards between groups», *European Journal of Social Psychology*, 1981, 11, 439-443.
- Ng, S. H.: «Power and appeasement in intergroup discrimination», *Australian Journal of Psychology*, 1982.
- Nisbett, R. E. y Ross, L.: *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*, Englewood Cliffs (Nueva Jersey, EE UU), Prentice Hall, 1980.
- Noller, P.: «Misunderstanding in marital communication: A study of couples' nonverbal communication», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 39, 1135-1148.
- Norman, W. T.: «Towards an adequate taxonomy of personality attributes», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1963, 66, 574-583.
- Nuttin, J. M. Jr.: *The illusion of attitude change. Towards a response contagion theory of persuasion*, Londres, Academic Press y Lovaina, Leuven University Press, 1976, 2.ª edición.
- Oberschall, A.: «Theories of social conflict», *Annual Review of Sociology*, 1978, 4, 291-315.
- O'Neill, P. y Levings, D. E.: «Induced biased scanning in a group setting to change attitude towards bilingualism and capital punishment», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, 37, 1432-1438.
- Orne, M. T. y Evans F. J.: «Social control in the psychological experiment: Antisocial behavior and hypnosis», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 189-200.
- Orvis, B. R., Kelley, H. H. y Butler, D.: «Attributional conflict in young couples», en J. H. Harvey, W. J. Ickes y R. E. Kidd (eds.), *New directions in attribution research*, Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU), Erlbaum, 1976, vol. I.
- Osborn, A. F.: *L'imagination constructive*, París, Dunod, 1965.
- Osgood, C. E. y Tannenbaum, P. H.: «The principle of congruity in the prediction of attitude change», *Psychological Review*, 1955, 62, 42-55.
- Osterhouse, R. A. y Brock, T. C.: «Distraction increase yielding to propaganda by inhibiting counterarguing», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 15, 344-358.
- Padawer-Singer, A. M., Singer, A. N. y Singer, R. L. S.: «An experimental study of twelve vs. six-member juries under unanimous vs. nonunanimous decisions», en B. D. Sales (ed.), *Psychology in the legal process*, Jamaica (Nueva York, EE UU), Spectrum Publications, 1977.
- Paicheler, G.: «Norms and attitude change I: Polarization and styles of behavior», *European Journal of Social Psychology*, 1976, 6, 4, 405-427.
- Paicheler, G.: «Norms and attitude change II: The phenomenon of bipolarization», *European Journal of Social Psychology*, 1977, 7, 1, 5-14.
- Paicheler, G.: «Argumentation, négociation et polarisation», *Bulletin de Psychologie*, 1977, 377, XXXI, 923-931.
- Paicheler, G.: «Polarization of attitudes in homogeneous and heterogeneous groups», *European Journal of Social Psychology*, 1979, 9, 1, 85-96.
- Paicheler, H., Beaufils, B. y Edrei, C.: *La représentation sociale de la personne handicapée*, informe de investigación para el CTNRHI, París, 1983.
- Papastamou, S., Mugny, G. y Kaiser, C.: «Echec à l'influence minoritaire: la psychologisation», *Recherches de Psychologie sociale*, 1980, 2.
- Papastamou, S.: «Strategies of minority and majority influences», en S. Moscovici y W. Doise (eds.), *Current issues in European social psychology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983, vol. I.
- Park, B. y Rothbart, M.: «Perception of out-group homogeneity and levels of social categorization: memory for the subordinate attributes of in-group and out-group members», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1982, 42, 1051-1068.
- Parsons, T. y Bales, R. F.: *Family socialization and interaction process*, Glencoe (Ill., EE UU), The Free Press, 1955.
- Passini, F. T. y Norman, W. T.: «An universal conception of personality structure», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1966, 4, 44-49.
- Peabody, D.: «Group judgments in the Philippines: Evaluative and descriptive aspects», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 10, 290-300.
- Peplau, L. A.: «Power in dating relationships», en J. Freeman (ed.), *Women: A feminist perspective*, Palo Alto, Mayfield, 1979, 2.ª edición.
- Perret-Clermont, A. N.: «Vers l'approche des relations entre l'enfant, l'école et la vie sociale à travers l'étude de la communication», *Cahiers de la Section des Sciences de l'Éducation*, Universidad de Ginebra, 1976, 2.
- Personnaz, B.: «Study in social influence using the spectrometer method: Dynamics of the phenomena of conversion and covertness in perceptual responses», *European Journal of Social Psychology*, 1981, 11, 431-438.
- Petty, R. E., Wells, G. L. y Brock, T. C.: «Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda. Thought disruption vs effort justification», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 874-884.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T.: «Forewarning, cognitive responding and resistance to persuasion», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977, 35, 645-655.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T.: *Attitudes and persuasion. Classic and contemporary approaches*, Dubuque, Brown, 1981.
- Piaget, J.: *La representación del mundo en el niño*, Barcelona, Morata, 1984.
- Piaget, J.: *El estructuralismo*, Barcelona, Ed. Oikos-Tau, 1974.
- Piaget, J.: «Pensée égocentrique et pensée sociocentrique», *Cahiers Vilfredo Pareto*, XIV.
- Pittman, T. S. y Pittman, L. L.: «Deprivation of control and the attribution process», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1980, 39, 377-389.

- Plon, M.: «Juegos y conflictos», en S. Moscovici (ed.), *Introducción a la psicología social*, Barcelona, Ed. Planeta, 1975.
- Poitou, J. P. y Flament, C.: Structure sociale et structure de tâche», *L'Année psychologique*, 1967, 2, 439-512.
- Poitou, J. P.: *La dissonance cognitive*, París, A. Colin, 1974.
- Poliakov, L.: *La causalité diabolique*, París Calmann-Lévy, 1980.
- Pope, J.: «The jury», *Texas Law Review*, 1961, 39, 426-448.
- Prahl, W. G.: «The civil petitioner's report to representative grand juries and a statistical method of showing discrimination in jury selection cases generally», *UCLA Law Review*, 1973, 20, 581-654.
- Pratt, M. W., Bumstead, D. C. y Raynes, N. V.: «Attendant staff speech to the institutionalized retarded: Language as a measure of the quality of care», *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 1976, 17, 133-143.
- Rabbie, J. M. y Visser, L.: «Bargaining strength and group polarization in intergroup negotiations», *European Journal of Social Psychology*, 1972, 2-4, 401-416.
- Rabbie, J. M.: «Competitie en coöperatie tussen groepen», en J. M. F. Jaspars y R. Van der Vliet (eds.), *Sociale Psychologie in Nederland, Deel II: De kleine groep*, Deventer, Van Loghum en Slaterus, 1979.
- Rabbie, J. M. y Horwitz, M.: «L'effet discriminatoire entre groupes en fonction d'une réussite ou d'un échec au hasard», en W. Doise (ed.), *Expériences entre groupes*, París, Mouton, 1979.
- Rappoport, L. y Summers, D. (eds.): *Human judgment and social interaction*, Nueva York, Holt, Rinehart & Winston, 1973.
- Ricateau, P.: «Processus de catégorisation d'autrui et les mécanismes d'influence sociale», *Bulletin de Psychologie*, 1970, 24, 909-919.
- Robert, P. y Faugeron, C.: *La justice et son public. Les représentations sociales du système pénal*, París, Masson, 1978.
- Rogers, R. W.: «A protection motivation theory of fear appeals and attitude change», *Journal of Psychology*, 1975, 91, 93-114.
- Rogers, R. W. y Mewborn, C. R.: «Fear appeals and attitude change», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1976, 34, 54-61.
- Rokeach, M.: «Generalized mental rigidity as a factor in ethnocentrism», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1948, 43, 3, 259-278.
- Rommetveit, R.: «On the architecture of intersubjectivity», en L. H. Strickland, K. J. Gergen y F. J. Aboud (eds.): *Social Psychology in transition*, Nueva York, Plenum Press, 1976.
- Roqueplo, P.: *Le partage du savoir*, París, Le Seuil, 1974.
- Rosenberg, M. J.: «When dissonance fails. On eliminating evaluation apprehension from attitude measurement», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 1, 28-42.
- Rosenberg, S., Nelson, L. y Vivekananthan, P. S.: «A multidimensional approach to the structure of personality impressions», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 9, 283-294.
- Rosenthal, R. y DePaulo, B.: «Sex differences in eavesdropping on nonverbal cues», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1979, 37, 273-285.
- Rosnow, R. y Robinson, E. (eds.): *Experiments on persuasion*, Nueva York, Academic Press, 1967.
- Rosny (de), E.: *Les yeux de ma chèvre*, París, Plon, 1981.
- Ross, E. A.: *Principles of sociology*, Nueva York, Century, 1921.
- Ross, L.: «The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in one attribution process», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1977, vol. X.
- Rouquette, M. L.: *La créativité*, París, PUF, 1976, col. «Que sais-je?».
- Rubin, Z.: *Liking and loving*, Nueva York, Holt, Rinehart & Winston, 1973.
- Runciman, W. G.: *Relative deprivation and social justice*. Hammondsworth, Penguin, 1972.
- Rusbult, C. E.: «Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1980, 16, 172-186.
- Safilios-Rothschild, C.: «A macro and micro-examination of family power and love: An exchange model», *Journal of Marriage and the Family*, 1976, 38, 355-362.
- Saks, M. J. et Ostrom, T. M.: «Jury size and consensus requirements: The laws of probability vs. the laws of the land», *Journal of Contemporary Law*, 1975, 1, 163-173.
- Saks, M. J. y Hastie, R.: *Social psychology in court*, Nueva York, Van Nostrand-Reinhold, 1978.
- Sakurai, M. M.: «Small group cohesiveness and detrimental conformity», *Sociometry*, 1975, 38, 340-357.
- Schachter, S.: «Deviation rejection and communication», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1951, 46, 190-207.
- Schachter, S.: «The interaction of cognitive and physiological determinants of emotional state», en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Nueva York, Academic Press, 1964, vol. I.
- Schank, R. y Abelson, R.: *Scripts, plans, goals and understanding: An inquiry into human knowledge structures*, Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU) Erlbaum, 1977.
- Schlenker, B. R. y Forsyth, D. F.: «On the ethics of psychological research», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1977, 13, 369-396.
- Schlenker, B. R.: *Impression management. The self-concept, social identity and interpersonal relations*, Monterey (Calif., EE UU), Brooks & Cole, 1980.
- Schlesinger, A. M. Jr.: *A thousand days: John F. Kennedy in the White House*, Boston, Houghton-Mifflin, 1965.
- Shanab, M. E. y Yahya, K. A.: «A behavioral study of obedience in children», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977, 35, 530-536.
- Shaw, M. E.: «Comparison of individuals and small groups in the rational solution of complex problems», *American Journal of Psychology*, 1932, 44, 491-504.
- Sheridan, C. L. y King, R. G.: «Obedience to authority with an authentic victim», *Proceedings of the 80th Annual Convention of the American Psychological Association*, 1972, 165-166.



- Sherif, M.: *The psychology of social norms*, Nueva York, Harper, 1936.
- Sherif, M. y Hovland, C. I.: *Social judgment*, New Haven, Yale University Press, 1961.
- Sherif, M. y Sherif, C.: *Social Psychology*, Nueva York, Harper & Row, 1969.
- Sherif, M. y Sherif, C.: «Les relations intra- et intergroupes: Analyse expérimentale», en W. Doise (ed.), *Expériences entre groupes*, París, Mouton, 1979.
- Shettel-Neuber, J., Bryson, J. B. y Young, L. E.: «Physical attractiveness of the "other person" and jealousy», *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1978, 4, 612-615.
- Shouval, R., Venaki, S. K., Bronfenbrenner, U., Devereux, E. C. y Kiely, E.: «Anomalous reactions to social pressure of Israeli and Soviet children raised in family versus collective settings», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1975, 32, 477-489.
- Siegel, G. M. y Harkins, J. P.: «Verbal behaviour of adults in two conditions with institutionalized retarded children», *Journal of Speech and Hearing Disorders Monographs*, 1963, supl. 10.
- Siegel, G. M.: «Adult verbal behaviour with retarded children labeled as "high" or "low" in verbal ability», *American Journal of Mental Deficiency*, 1963, 68, 417-424.
- Sistrunk, F. y McDavid, J. W.: «Sex variable in conforming behavior», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1971, 17, 200-207.
- Skinner, M. y Stevenson, G. M.: «The effect of intergroup comparison on the polarization of opinions», *Current Psychological Research*, 1981, 1, 49-59.
- Smith, T. W. y Brehm, S. S.: «Person perception and the Type A coronary-prone behavior pattern», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1981, 40, 1137-1149.
- Snyder, C. R. y Fromkin, H. L.: *Uniqueness: The human pursuit of difference*, Nueva York, Plenum, 1980.
- Stefani, G., Levasseur, G. y Bouloc, B.: *Procédure pénale*, París, Dalloz, 1980, 11.ª edición.
- Stephan, W., Berscheid, E. y Walster, E.: «Sexual arousal and heterosexual perception», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1971, 20, 93-101.
- Stephenson, G. M. y Brotherton, C. J.: «Social progression and polarisation: a study of discussion and negotiation in groups of mining supervisors», *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 1975, 14, 241-252.
- Stephenson, G. M.: «Intergroup bargaining and negotiation», en J. C. Turner y H. Giles (eds.), *Intergroup behaviour*, Oxford, Basil Blackwell, 1981.
- Strodtbeck, F. L., James, R. M. y Hawkins, C.: «Social status in jury deliberations», *American Sociological Review*, 1957, 22, 713-719.
- Strodtbeck, F. L. y Hook, L. H.: «The social dimensions of a twelve-man jury table», *Sociometry*, 1961, 24, 396-415.
- Swann, W. B. Jr., Stevenson, B. y Pittman, T. S.: «Curiosity and control: on the determinants of the search for social knowledge», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1981, 40, 635-642.
- Tajfel, H.: «Social and cultural factors in perception», en G. Lindzey y E. Aron-

- son (eds.), *Handbook of Social Psychology*, Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1969, vol. IV.
- Tajfel, H., Sheikh, A. A. y Gardner, R. C.: «Contenu des stéréotypes et inférence de la similarité entre des membres de groupes stéréotypés», en W. Doise (ed.), *Expériences entre groupes*, París, Mouton, 1979.
- Tajfel, H. y Wilkes, A. L.: «Classification et jugement quantitatif», en W. Doise (ed.), *Expériences entre groupes*, París, Mouton, 1979.
- Tajfel, H.: *Grupos humanos y categorías sociales*, Barcelona, Ed. Herder, 1984.
- Taylor, D. M. y Jaggi, V.: «Ethnocentrism in causal attribution in a South Indian context», *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1974, 5, 439-445.
- Tedeschi, J. T., Schlenker, B. R. y Bonoma, R. V.: «Cognitive dissonance. Private ratiocination or public spectacle?», *American Psychologist*, 1971, 26, 685-695.
- Tedeschi, J. T.: «Attribution, liking and power», en T. Huston (ed.), *Foundations of interpersonal attraction*, Nueva York, Academic Press, 1974.
- Thibaut, J. W. y Riecken, H. W.: «Some determinants and consequences of the perception of social causality», *Journal of Personality*, 1955, 24, 113-133.
- Thibaut, J. W. y Kelley, H. H.: *The social psychology of groups*, Nueva York, Wiley, 1959.
- Thomas, E. J. y Fink, C. F.: «Effects of group size», *Psychological Bulletin*, 1963, 60, 37.
- Tilker, H. A.: «Socially responsible behavior as a function of observer responsibility and vicime feedback», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1970, 14, 95-100.
- Tizard, B., Cooperman, O., Joseph, A. y Tizard, J.: «Environmental effect on language development: A study of young children in long-stay residential nurseries», *Child Development*, 1972, 43, 337-358.
- Torrance, E. P.: «Some consequences of power difference on decision making in permanent and temporary free-man groups», en A. P. Hare, E. F. Borgatta y R. F. Bales (eds.), *Small groups: Studies in social interaction*, Nueva York, Knopf, 1955.
- Torrance, E. P.: «The influence of experienced members of small groups on the behavior of the inexperienced», *Journal of Social Psychology*, 1959, 49, 249-257.
- Touraine, A.: *La voix et le regard*, París, Le Seuil, 1978.
- Touraine, A.: Dubet, F., Wieviorka, M. y Strzelecki, J., *Solidarité*, París, Fayard, 1982.
- Tourzard, H.: *Mediación y la solución de los conflictos*, Barcelona, Herder, 1980.
- Triandis, H. C.: «Quelques recherches sur la créativité dyadique», *Bulletin du CERP*, 1963, XII, 3, 211-237.
- Triandis, H. C.: *Interpersonal behavior*, Monterey (Calif., EE UU), Brooks & Cole, 1977.
- Triandis, H. C.: «Values, attitudes and interpersonal behavior», *Nebraska Symposium on Motivation*, Lincoln, University of Nebraska Press, 1980, 195-259.
- Uhrbrock, R. S.: «The personnel interview», *Personnel Psychology*, 1948, 1, 273-302.

- Vandekeere, M.: «Risky-shift et polarisation: le roman noir de la psychologie sociale», *Les Cahiers de Psychologie sociale*, 1979, 4, 13-24.
- Van Dyke, J. M.: «The jury as a political institution», *Center Magazine*, marzo de 1970, 17-26.
- Verhaeghe, H.: «Success and aversive consequences as determinants of evaluation and behavior changes after discrepant role-playing», *Psychologie Belgica*, 1976, 16, 257-278.
- Walker, E. L. y Heyns, R. W.: *An anatomy for conformity*, Englewood Cliffs (Nueva Jersey, EE UU), Prentice Hall, 1962.
- Walster, E. y Festinger, L.: «The effectiveness of "overheard" persuasive communication», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1962, 65, 395-403.
- Walster, E., Aronson, E. y Abrahams, D.: «On increasing the persuasiveness of expecting to suffer. An unexpected finding», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1966, 2, 4, 400-406.
- Walster, E., Aronson, E. y Abrahams, D.: «On increasing the persuasiveness of a low prestige communicator», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1966, 2, 325-342.
- Walster, E., Traupmann, J. y Walster, G. W.: «Equity and extra marital sexuality», *Archives of Sexual Behavior*, 1978, 7, 127-141.
- Walster, E. y Walster, G. W.: *A new look at love*, Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1978.
- Walster, E., Walster, G. W. y Berscheid, E.: *Equity theory and research*, Boston, Addison-Wesley, 1978.
- Walster, E., Walster, G. W. y Traupmann, J.: «Equity and premarital sex», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 82-92.
- Warson, S.: *Een experimenteel onderzoek over minderheids- en meerderheids-beïnvloeding aan de hand van het conflict-paradigma van Hammond (An experimental study on minority and majority influence by means of Hammond's paradigm)*, tesis inédita de licenciatura, Katholieke Universiteit Leuven, Lovaina, Laboratoire de Psychologie sociale expérimentale, 1983.
- Wehman, P., Goldstein, M. A. y Williams, J. R.: «Effects of different leadership styles on individual risk-taking in groups», *Human Relations*, 1977, 30, 249-259.
- Weigel, R. H., Vernon, D. T. A. y Tognacci, L. N.: «The specificity of the attitude as a determinant of attitude-behavior congruence», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 30, 724-728.
- Weiner, B., Frieze, I., Kukla, A., Reed, L. y Rosenbaum, R. M.: «Perceiving the causes of success of failure», en E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins y B. Weiner (eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior*, Morristown (Nueva Jersey, EE UU), General Learning Press, 1972.
- Weiner, B.: «A theory of motivation for some classroom experiences», *Journal of Educational Psychology*, 1979, 71, 3-25.
- Weiss, R. S.: *Marital separation*, Nueva York, Basic Books, 1975.
- Weissman, M. M. y Paykel, E. S.: *The depressed woman*, Chicago, The University of Chicago Press, 1974.
- Wenberger, J. C. y Cousin, A. M.: «Classe sociale, régime politique et jury d'assises», *Actes*, 1978, 18, 33-36.
- White, G. L.: «A model of romantic jealousy», *Motivation and Emotion*, 1981, 5, 295-310.
- White, G. L.: «Some correlates of romantic jealousy», *Journal of Personality*, 1981, 49, 129-147.
- White, G. L.: Fishbein, S. y Rutstein, J.: «Passionate love and the misattribution of arousal», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1981, 41, 56-62.
- Wicker, A. W.: «Attitudes vs. actions. The relationship of verbal and overt behavior responses to attitude objects», *Journal of Social Issues*, 1969, 25, 41-78.
- Wicklund, R. A. y Brehm, J. W.: *Perspectives on cognitive dissonance*, Hillsdale (Nueva Jersey, EE UU), Erlbaum, 1976.
- Wilder, D. A.: «Perception of groups, size of opposition and social influence», *Journal of Experimental Social Psychology*, 1977, 13, 253-268.
- Wilder, D. A.: «Reduction of intergroup discrimination through individuation of the out-group», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 1361-1374.
- Willis, R. H. y Levine, J. M.: «Interpersonal influence and conformity», en B. Seidenberg y A. Snadowski (eds.), *Social Psychology: An introduction*, Nueva York, Free Press, 1976.
- Wills, T. A., Weiss, R. L. y Patterson, G. R.: «A behavioral analysis of the determinants of marital satisfaction», *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 1974, 42, 802-811.
- Windisch, U.: *Pensée sociale, langage en usage et logiques autres*, Lausana, L'Age d'Homme, 1982.
- Wolf, S.: «Behavioral style and groupe cohesiveness as sources of minority influence», *European Journal of Social Psychology*, 1979, 9, 381-395.
- Worchel, S. y Andreoli, V.: «Facilitation of social interaction through the individuation of the target», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 549-556.
- Zajonc, R. B.: «Cognitive theories in social psychology», en G. Lindzey y E. Aronson (eds.), *Handbook of social psychology*, Reading (Mass., EE UU), Addison-Wesley, 1968, 2.ª edición, vol. I, 320-411.
- Zaleska, M.: «The stability of extreme and moderate responses in different situations», en H. Branstetter, J. H. Davis y G. Stocker-Kreichgauer (eds.), *Group decision making*, Londres, Academic Press, 1982, 163-184.
- Zeisel, H.: «... And then there were none: The diminution of the federal jury», *University of Chicago Law Review*, 1971, 38, 713-715.
- Zeisel, H.: «Twelve is just», *Trial*, nov.-dic. de 1974, 13-15.
- Zimbardo, P. G.: «Involvement and communication discrepancy as determinants of opinion conformity», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1960, 60, 86-94.
- Zimbardo, P. G., Snyder, M., Thomas, J., Gold, A. Gurwitz, S.: «Modifying the impact of persuasive communications with external distraction», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1970, 16, 669-680.

Zuckerman, M.: «Belief in a just world and altruistic behavior», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1975, 31, 5, 272-276.

Zuckerman, M.: «Attribution of success and failure revisited, or: the motivational bias is alive and well in attribution theory», *Journal of Personality*, 1979, 47, 245-287.

2



PSICOLOGIA

302  
N63  
Ej.1

psic.  
A= 11583