

MODIFICACION DE ACTITUDES Y MENTALIDADES

Prof. *Fernando Durán Pacheco.*

Se habla a menudo, con gran entusiasmo, de las enormes posibilidades que existen para modificar las actitudes de las personas e incluso para transformar la mentalidad de todo un pueblo. Se nos dice que el carácter social es muy moldeable, que hay considerable plasticidad en las actitudes y en las formas de reaccionar de los seres humanos. También se afirma que existe ya una avanzada tecnología del comportamiento, la que puede emplearse para lograr que suscribamos tal o cual versión de lo que es bueno, correcto, verdadero, bonito, o necesario.

Algunos cultivadores de las Ciencias de la Conducta quedamos un poco desconcertados ante ese entusiasmo. ¿Será verdad que las personas son susceptibles de transformaciones radicales en sus modos de pensar y comportarse, y todavía más, de transformaciones dirigidas, inducidas? ¿Si así fuese, si las actitudes pueden ser modificadas profundamente e intencionalmente, cómo se explica que la sabiduría del Príncipe de Maquiavelo, del Quijote de Cervantes, o del Gil Blas de Lesage, nos sirva hoy para iluminar nuestra comprensión de la conducta humana, tanto tiempo después de haber sido codificada en esas obras maestras?

Para entender ese entusiasmo ante la posible efectividad de los

instrumentos para modificar las actitudes, podríamos aventurar algunas hipótesis.

¿No será que estamos cediendo inadvertidamente a la tentación de extrapolar toda la potencialidad tecnológica de las Ciencias de la Naturaleza, hacia las Ciencias del Hombre? En un mundo de cambio acelerado en todos los ámbitos, parece casi natural suponer que el carácter social e individual está sujeto al mismo cambio, sin preocuparse por la evidencia real que apoye lo que consideramos obvio.

¿No será, por otra parte, que estamos suponiendo un modelo abstracto de hombre que no corresponde a una realidad concreta? La teoría económica clásica dio testimonio de la gravedad de esas construcciones, cuando se edificó sobre una idea de "hombre económico" racional cuya conducta seguía los dictados de la lógica formal, y fue incapaz de explicar el desenvolvimiento histórico de los procesos económicos.

En el campo específico que nos ocupa hoy, la esfera de lo político, ya un investigador como Hennessey nos advertía hace algunos años contra esos modelos abstractos de hombre. Lo que denomina "el ciudadano omnicompetente", y que es un actor político atento e informado acerca de la vida pública, que percibe adecuadamente las posiciones alternativas en política, y que sostiene una ideología política clara desde la cual puede evaluar las opciones; eso, nos dice este autor, es una construcción supuesta por las versiones populares de la teoría democrática. Las personas de carne y hueso rara vez son así.

Vale la pena entonces preguntarse, desde una posición prudente, si existen posibilidades de modificación de las actitudes de una persona, cuáles son los límites dentro de los cuales se encuadran dichas posibilidades, y cuáles son las fuerzas estabilizadoras que dan su persistencia a las actitudes.

Entrar a estas cuestiones, aunque sea brevemente, requiere manejar un concepto de "actitud".

Lo que designamos como **actitud** es un hecho psíquico que antecede a las conductas manifiestas y les da dirección y consistencia.

Es una inclinación o predisposición del sujeto a comportarse de una manera determinada frente a un objeto. Pero no es conducta observable ni tampoco puede ser inferida de esa conducta, puesto que la disposición a actuar en algún sentido puede ser inhibida por variados obstáculos sin que la actitud llegue a traducirse en conducta manifiesta. Las actitudes vendrían a constituir algo así como un motor que mueve el comportamiento del sujeto en un sentido dado, aunque en una coyuntura particular la persona se refrene de expresar abiertamente esa inclinación.

En términos más estrictamente técnicos, una actitud se definiría como la organización relativamente estable de una serie de procesos psíquicos que resultan en una propensión a actuar de cierto modo hacia objetos determinados.

Se entiende que ese objeto puede ser una cosa, un grupo, una persona, una idea.

En cualquier actitud pueden diferenciarse analíticamente varios componentes, cuya interacción configura la predisposición descrita.

Elementos **cognitivos**, conocimientos y creencias que la persona posee, los cuales pueden ser la base de actitudes muy centrales para el sujeto, sin importar la validez objetiva de tales conocimientos. Elementos **afectivos**, sentimientos de signo positivo o negativo que suscita en el individuo aquel objeto que es foco de la actitud. Dichos sentimientos están determinados por la ubicación que la persona atribuye a ese objeto en zonas de atracción o rechazo dentro de su sistema de valores. Elementos **motivacionales**, tendencias latentes a la acción que se fundan en necesidades biológicas o culturales que hacen al individuo muy sensitivo a algunos estímulos.

En cada actitud hay una peculiar combinación de esos elementos, que por cierto no constituyen "procesos" separados, sino que ocurren siempre en interacción. Toda actitud envuelve la percepción de ciertas características de un objeto, la asignación de sentimientos positivos o negativos a él, y la tendencia a actuar de un modo determinado en relación a ese objeto. Pero algunas actitudes tienen elementos cognitivos más elaborados, o la afectividad es más intensa, o bien, hay una mayor carga de energía que impulsa a actuar.

Existe consenso en torno al hecho que las actitudes no son predisposiciones inmutables, aunque tienen una relativa estabilidad. Una de las nociones fundamentales de la Psicología Social -la socialización- establece que cada persona va internalizando en el transcurso de su vida nuevos elementos culturales en un permanente enriquecimiento de su naturaleza social. Ese proceso incluiría la interiorización de nuevas actitudes o de componentes actitudinales que refuerzan o modifican actitudes ya existentes.

La posibilidad de dar cierta dirección a esos cambios, también es generalmente aceptada en la Psicología Social contemporánea. Sin embargo, las principales corrientes teóricas actuales en esa disciplina difieren respecto a la modificación dirigida de actitudes en dos cuestiones importantes.

Primero, hay desacuerdo respecto a cuál es el componente que desempeña el papel más decisivo en la mudanza de actitudes.

Las líneas teóricas de inspiración **gestaltista** consideran que las actitudes pueden ser transformadas principalmente actuando sobre sus componentes cognitivos. En esta perspectiva se supone que las personas se conducen conforme al total de sus experiencias y buscan una organización más coherente de esa totalidad. Cuando el individuo percibe incongruencias entre sus actitudes o entre elementos de ellas, tiende a cambiarlas para evitar las tensiones que la incongruencia ocasiona. Proporcionando información disonante con las actitudes que una persona posee, se le provocan tensiones conducentes a cambios. Las teorías del **aprendizaje**, por su parte, destacan la importancia de actuar sobre los componentes afectivos. El comportamiento sería determinado por la operación de refuerzos exteriores (recompensas y castigos); las conductas repetidamente gratificadas, que son fuente de agrado para el sujeto, dan origen a predisposiciones estables para comportarse de ese modo. Las teorías **psicodinámicas**, de inspiración psicoanalítica, ponen énfasis en los componentes motivacionales como factores del cambio actitudinal. En la edad temprana se crean en el individuo determinadas necesidades, que condicionan el desenvolvimiento ulterior de la personalidad del sujeto. Para generar o modificar actitudes, es preciso actuar a través del proceso de socialización, procurando que se formen en la infancia las necesidades que están en la base de las actitudes cuya promoción se busca, o apoyando

la transformación de actitudes en esas necesidades preexistentes.

Segundo, hay divergencia respecto a los plazos que puede requerir el cambio actitudinal.

Desde la perspectiva gestalista, la modificación puede lograrse rápidamente al producirse contradicciones cognitivas que generan tensiones y llevan a la búsqueda de equilibrio interno mediante el cambio de actitudes. Para los teóricos del aprendizaje, el proceso es lento, ya que deben sucederse repetidas instancias de la misma pauta de gratificación hasta que el agrado respalde la formación de una actitud estable. La visión psicodinámica parece suponer un período mucho más prolongado: las actitudes originales formadas en una temprana internalización del influjo social exigen largo tiempo para ser desplazadas.

Provocar deliberadamente cambios en las actitudes de las personas, es una tarea que puede acometerse por distintas vías. Desde luego, algunos procedimientos son éticamente inadmisibles, como los desarrollados en contextos de conflicto bélico, porque implican la creación y manipulación de condiciones de tensión muy pronunciadas en los individuos. Básicamente se estima que los mecanismos principales para transformar las actitudes son los medios de comunicación de masas y la influencia interpersonal.

Pero estos recursos no operan libremente en un campo vacío en el cual puedan imprimir mediante mensajes las actitudes que se desee. Por el contrario, actúan sobre personas cuyas actitudes ya están definidas, lo que determina importantes problemas técnicos para el cambio dirigido de actitudes.

Por una parte, la presencia de actitudes ya consolidadas hace difícil la formación de otras nuevas y distintas, porque aquellas tienden a resistir toda alteración. Funciona una cierta inercia que se apoya en la acción de procesos defensivos mediante los cuales el sujeto preserva activa aunque inconscientemente la estabilidad de sus actitudes. Los mensajes que llegan al sujeto son filtrados por mecanismos de selección y de racionalización.

Los mecanismos de selección de estímulos externos son de tres tipos. a) La exposición selectiva a la información: el individuo no se expone indiscriminadamente a la información, sino conforme a

una pauta definida por las actitudes que ya posee. b) La percepción selectiva: un mismo estímulo es visto y escuchado en forma distinta por personas que poseen distintas actitudes previas. c) El aprendizaje y recuerdo selectivo: las personas aprenden más rápidamente y recuerdan en forma más nítida y duradera los materiales que son consistentes con sus actitudes previas.

Aquellos estímulos que constituyen elementos contrarios a la formación actitudinal del sujeto, y que éste no puede eludir mediante recursos selectivos como los que acabamos de mencionar, son manejados por la persona a través de otros procedimientos. Son los mecanismos de racionalización, que permiten redefinir los estímulos para hacerlos congruentes con las actitudes previas sin verse forzado a introducir modificaciones en ellas. Entre ellos se pueden mencionar: a) El descrédito de la fuente emisora del estímulo; b) la separación de los estímulos en planos independientes; c) cambios en la importancia relativa de los estímulos; d) búsqueda de información adicional; e) búsqueda de justificaciones exteriores para toda desviación de la actitud, de modo de mantener intacta su adhesión a ellas.

Los procesos de selección y racionalización actúan combinadamente. Cuando se busca información adicional congruente (racionalización), la persona focaliza sesgadamente su atención en ciertos estímulos del ambiente (selección).

Por otra parte, modificar las actitudes se hace difícil cuando aquellas que se desea reemplazar son las de mayor peso para el sujeto. Podríamos decir que las actitudes más cruciales o más fuertes oponen mayor resistencia al cambio.

Son más **cruciales** aquellas actitudes que constituyen parte fundamental de la propia identidad de la persona, y desplazarlas significa una ruptura en la continuidad de esa identidad. Esas actitudes se caracterizan por su: a) relevancia (prominencia del objeto); b) centralidad (proximidad psíquica del objeto); c) inclusividad; d) consistencia (coherencia con el conjunto de actitudes); e) anclaje (interdependencia con otras actitudes). Este carácter crucial lo tienen las actitudes desde el punto de vista del individuo que las sostiene.

Son más **fuertes** aquellas actitudes que: a) se apoyan en mayor

información; b) tienen mayor carga afectiva; y c) alcanzan expresión conductual abierta.

Todos los elementos que se pongan en juego para cambiar las actitudes pre-existentes, son recibidos por el sujeto dentro del marco de esas mismas actitudes que se desea cambiar, y estarán sometidos a fuertes presiones tendientes a reorientarlos para reforzar los modos de reaccionar vigentes, no para transformarlos.

Lo anterior no debe tampoco entenderse de manera fatalista como una malla inexorable que detendrá toda posibilidad de cambio actitudinal. Desde luego, porque estos mecanismos defensivos y estas características de las actitudes pre-existentes, no funcionan en forma tan automática y eficiente como para aplastar todo estímulo que vaya en sentido contrario a dichas actitudes. Pero sobre todo, porque conociendo estos obstáculos, las técnicas de persuasión deben encaminarse por las rutas más convenientes. Por ejemplo, las barreras cognitivas, con todo lo importante que son, pueden superarse poniendo el acento en los elementos afectivos, suscitando en los individuos determinados sentimientos en vez de proporcionar mayores conocimientos respecto al objeto de actitud. Naturalmente, esta acción sobre los componentes afectivos de las actitudes debe manejarse con sumo cuidado. Una de las situaciones mejor estudiadas en Psicología Social es la práctica común de apelar al miedo para que alguien acepte un punto de vista. Parece ser que, a medida que aumenta el temor despertado por el mensaje, el efecto del mensaje comienza por aumentar pero luego disminuye. El efecto también depende de la forma en que se presenta la actitud recomendada: si se indica en forma explícita cómo evitar el peligro, el temor fuerte resulta eficaz, pero si no se propone remedio alguno, produce el efecto contrario.

El esquema teórico presentado acerca de la estabilidad y cambio de las actitudes, permite concluir que las actitudes son modificables, pero dentro de límites muy precisos y mediante una estrategia compleja en razón de la multiplicidad de factores a considerar. Resulta mucho más factible modificar algunos aspectos de una actitud o reforzarla, que cambiarla enteramente.

Ahora bien, desde ese marco teórico resultan fáciles de interpretar ciertos resultados de investigación en la esfera política que a primera vista podrían parecer sorprendentes.

El famoso estudio de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, "El Pueblo Elige", puso de relieve el escaso cambio de opinión electoral que se produce en el curso de una campaña política. Entre los períodos en que se midieron las preferencias, sólo un 5% de los entrevistados efectivamente cambió su preferencia. Pudo apreciarse que la propaganda alcanza sobre todo a las personas más interesadas en la campaña, y siendo éstas las más comprometidas, no son vulnerables a ella.

Lo expuesto en ese trabajo clásico, fue confirmado por Rossi, después de revisar tres décadas de investigación sobre conducta electoral. Rossi llegó, entre otras, a las siguientes conclusiones: a) Pocos votantes cambian sus opciones durante las campañas políticas. b) Los "grandes temas" de la campaña no contribuyen de modo significativo a la opción del votante; las posiciones sobre un tema se asimilan a la posición más duradera sobre partidos y candidatos. c) Los medios de comunicación de masas tienen poco efecto en cambiar votos durante las campañas.

La tendencia indiscutible que presenta la investigación, es que poca gente cambia sus preferencias electorales en respuesta a una campaña; y aquellos que cambian parecen ser los menos atentos, menos informados, y menos interesados. La mayoría de las personas alcanza una preferencia estable por un candidato antes que la campaña misma se inicie.

Las actitudes políticas referidas a problemas, más que a candidatos o partidos, no aparecen formando conglomerados organizados en un marco ideológico abstracto; es común encontrar contradicciones entre ítems que están lógicamente conectados (por ejemplo, en Estados Unidos los más entusiastas sobre aumentar los programas sociales fiscales y dar ayuda externa, no son partidarios de aumentar o mantener los impuestos).

Parecería entonces que ese tipo de actitudes políticas son más accesibles al cambio, que las referidas a candidatos y partidos. Sin embargo, no es tan seguro que algunas actitudes referidas a problemas carezcan de organicidad, cuando se trata de temas muy concretos y visibles para el individuo.

Es evidente que, para lograr alguna capacidad predictiva en

orno a la estabilidad y cambio de las actitudes, sería necesario desarrollar modelos teóricos que contemplaran el juego simultáneo de la variedad de factoresz intervinientes, sólo algunos de los cuales hemos señalado. Philip Converse es uno de los investigadores que han explorado este camino, examinando la estabilidad de las actitudes en relación a tres factores: nivel de compromiso, nivel de predisposición, y nivel de información. El modelo considera las siguientes posibilidades: 1) A menor compromiso, menor información, y débil predisposición, no hay cambio actitudinal. 2) A mediano compromiso, más información, débil predisposición, se produce inestabilidad actitudinal. 3) A mayor compromiso, alta información, la predisposición se fortalece y se resiste el cambio actitudinal.

Modelos de este carácter, pero incorporando un gran número de variables, permitirán responder en definitiva sobre cuáles son las posibilidades de cambio dirigido para actitudes específicas.

Referencias

- S. Moscovici, *PSICOLOGIA SOCIAL*, Barcelona: Huopesa, 1985, Vol. I, Cap. 3.
- Ph. Zimbardo, *INFLUENCIA SOBRE LAS ACTITUDES Y MODIFICACION DE LA CONDUCTA*, México: Fondo Educativo Interamericano, 1982.
- D. Sears, "Political Behavior", en G. Lindzey y E. Aronson, *HANDBOOK OF SOCIAL PSYCHOLOGY*, Mass.: Addison, 1969, Vol. V.
- P. Rossi, "Trends in voting behavior research, 1933-1963", en E. Dreyer y W. Rosenbaum, *POLITICAL OPINION AND ELECTORAL BEHAVIOR*, Calif.: Wadsworth, 1966, pp. 67-68.
- Ph. Converse, "Information flow and the stability of attitudes", *Public Opinion Quaterly*, Vol. 26, 1962, pp. 578-599.
- F. Durán, *CAMBIO DE MENTALIDAD*, Barcelona: Ed. Herder, 1978.
- F. Durán, "Cambio de actitudes y modernización", en C. Amtmann y F. Fernández, *COMUNICACION Y DESARROLLO RURAL*, Valdivia: U. Austral, 1981 ■