

---

# LA INTERACCION COMUNICATIVA COMO REPRESENTACION; LA FORMA DEL SUJETO DESDE LA TEORIA DE LA ATRIBUCION

J. Sainz y E. Sainz \*

---

«La voluntad que obra, de sí, tiene en su fin, enderezado al existir actual, la representación de las circunstancias del mismo. Pero ya que la voluntad, a causa de esa previa suposición, es finita, la apariencia objetiva es accidental para ella y puede contener en sí algo distinto de lo que está en su representación. Pero el derecho de la voluntad es sólo reconocer en su propio acto, como acción suya, y sólo ser culpable de lo que ella sabe que de sus proposiciones hay en su fin, de aquello que de ellas estaba implícito en su propósito. El acto puede ser imputado sólo como culpa de la voluntad, como el derecho del saber» (G. W. HEGEL, *Filosofía del Derecho*).

«Como ha observado E. P. Thompson: "Mientras un grupo dominante... pueda reproducirse o manipular la conciencia social, no habrá en el sistema ningún proceso cuya lógica intrínseca... trabaje poderosamente para provocar su derrumbe." Pero esta conclusión sólo es válida si renunciamos al examen de las contradicciones de la industria de la conciencia» (A. W. GOULDNER, *La dialéctica de la ideología y la tecnología*).

## 0. CONOCIMIENTO SOCIAL E INTERACCION

El orden social ejerce su dominio sobre los individuos a través de las instituciones sociales, a través de la asignación de identidad que éstas llevan a

---

\* Los autores han intervenido por igual en la redacción del presente trabajo. El orden en que figuran responde al azar.

cabo sobre los sujetos a los que afectan. Estas instituciones sociales no se fundan, en el ejercicio de ese dominio, en la coacción o en la amenaza, de tal manera que fueran éstas las que en última instancia regularan el comportamiento social, sino que disponen por su propia naturaleza de los signos, refrendados por los bienes que proporcionan, que asignan identidad a los sujetos. Por efecto de esta asignación de identidad, la conciencia que el sujeto tiene de sí mismo es un producto social. La conciencia deriva de la interacción, de la forma en que la conciencia se atribuye a partir de ella la responsabilidad de sus actos. Las instituciones sociales ocultan, tras su discurso de legitimación, la construcción y deconstrucción de las normas sociales, obviando toda dominación social y política al hacer creer en la fundamentación racional de las normas y del poder (Habermas: 1975, 135 y ss.). Esta producción de identidad no sería posible de no contar con una conciencia cuyo fundamento es exterior.

La representación de sí mismo como sujeto es independiente de las relaciones contingentes que un organismo establece entre su actividad y los efectos de dicha actividad. Las representaciones sociales que actúan en esta conciencia no son sino sistemas de valores, ideas y prácticas que confieren orden a la acción de los individuos (Jaspars y Fraser: 1984), determinando las condiciones en que se produce su identidad. Cómo se expresa esta construcción, en qué se manifiesta el carácter de la conciencia como producto, son cuestiones implícitas en la Teoría de la Atribución (Hewstone: 1983). El trabajo que presentamos trata la identidad como una categoría social. La conciencia puede ser tratada como la forma que toma la alienación para un sujeto, toda vez que éste desconoce cómo se determina. La interacción comunicativa le proporciona, a través de las expresiones (J. Sainz: 1985 *a*), la forma en que puede acceder a conocerse. Cómo se constituyen y organizan las representaciones sociales y cómo se forma la representación del propio sujeto son los temas que, desde una perspectiva tanto teórica como empírica, abordaremos en las siguientes páginas.

## 1. ESTRUCTURA DEL CONOCIMIENTO SOCIAL. NOCIONES BASICAS

El hombre, como miembro de una sociedad, forma representaciones sociales que se integran en estructuras complejas de conocimiento (Wyer y Gordon: 1984). La forma en que se estructuran estas representaciones es independiente de la información que les dio origen (Wyer y Strull: 1980). Su estructura deriva tanto de dicha información como de su aplicación, cuando se utilizan para evaluar y decidir sobre las eventuales demandas del medio social. Sirven, de este modo, para reconocer y organizar la información relevante, integrando al hombre en un cierto orden social (Cantor y Kihlstrom:

---

1981; Higgins, Herman y Zanna: 1981). La memoria que registra esta información es limitada. Por ello, la información disponible en dichas representaciones se reduce a la que es precisa para discriminar los acontecimientos sociales relevantes, según un principio de economía cognitiva (De Vega: 1984). El conocimiento social se estructura, en consecuencia, en forma de esquemas y/o categorías. El uso inhabitual de estas nociones en el tema que nos ocupa justifica que las definamos.

### 1.1. *Esquemas y categorías*

El término de categoría designa a cada una de las descripciones por las que el proceso de categorización —proceso que es básico en el comportamiento— define el entorno. A una categoría, o concepto natural, le conviene una estructura que implica: *a*) un sistema de propiedades —denominado núcleo conceptual—, que define los miembros o ejemplares que pertenecen a un concepto; *b*) un procedimiento —denominado procedimiento de identificación—, que permite reconocer e identificar a un miembro potencial (J. Sainz: 1984).

Por su parte, el término de esquema designa a un sistema de proposiciones o enunciados que describen ciertas relaciones entre categorías. Estas relaciones establecen nexos *a priori* entre ciertas categorías especificables, que representan en un esquema a las variables (Wyer y Gordon: 1984). Estas relaciones específicas entre variables pueden ser formales, cuando el orden en que se relacionan las categorías dentro de una proposición, o las proposiciones entre sí, responden a un orden formalmente necesario, o causales, cuando el orden en las categorías y de las proposiciones que las contienen describen acciones o relaciones contingentes entre acontecimientos representados (cfr. Rumelhart: 1980; Abelson: 1981; Schank y Abelson: 1977). En tanto los esquemas implican un orden formal o causal entre acontecimientos, pueden ser definidos por su función en el comportamiento como sistemas de procedimiento proposicional, constituidos por enunciados de relaciones o de acciones. En este último caso, los esquemas pueden constituirse en planes o coordinarse con otros esquemas para constituirlos. El carácter propositivo de la acción humana implica la existencia de esquemas causales, constituidos a partir de la experiencia, que pueden derivar en una secuencia observable de comportamiento. En rigor, la distinción entre esquemas formales y causales es conceptualmente necesaria, pero empíricamente comprometida (cfr. Neisser: 1976).

## 1.2. Teorías de esquemas formales y causales

Cuando las categorías o esquemas pertinentes son relevantes en el comportamiento, la información que contienen se activa. Esta activación es diferente en cada caso (Mandler: 1979). Ambas estructuras se encuentran implicadas en la representación del conocimiento social: las categorías como descripciones potenciales y los esquemas como estructuras que organizan categorías y/o proposiciones. En nuestro caso, una presentación más detallada del concepto de esquema justificará su relevancia.

Los esquemas funcionan según un principio de compleción o, en otros términos, tienen una estructura inferencial. La activación de un esquema determina que la información no proporcionada sea asignada en el proceso de comprensión. De esta manera los sujetos suplen la información cuando disponen de un esquema para comprender un cierto acontecimiento social (Wyer y Gordon: 1984). Esto ha sido puesto de manifiesto empíricamente controlando las intrusiones que los sujetos efectúan al tratar de recordar una información previamente proporcionada (Bransford, Barclay y Franks: 1972; Picek, Sherman y Shiffrin: 1975). Esta propiedad le confiere al esquema una función básica en el conocimiento social: los sujetos infieren nueva información a partir de la proporcionada y tratan de verificar la validez de sus esquemas cuando evalúan una situación en la que están implicados de alguna forma (Eagly, Chaiken y Wood, 1981). De este modo, los esquemas son el origen de ciertas anticipaciones o expectativas que permiten la evaluación *a priori* de un cierto acontecimiento social. Estas expectativas condicionan y limitan la constitución y transformación del conocimiento social tal como éste se expresa en las creencias. Los efectos de una situación sobre una respuesta se basan no sobre una verdadera introspección, sino sobre ciertas teorías *a priori* que los sujetos construyen acerca de lo que es causa y de lo que es efecto (Nisbett y Wilson: 1977). Los sujetos forman esquemas que implican la adopción de ciertas relaciones, no exhaustivamente verificadas, entre ciertos acontecimientos sociales. Las creencias constituyen precisamente un tipo de esquemas causales que tienden por su propia naturaleza a confirmarse, seleccionando la información que es causalmente relevante en una situación (Kelley y Michela: 1980). Los esquemas de mayor relevancia son los esquemas causales, que han sido, en el ámbito de la psicología social, el objeto de estudio de la Teoría de la Atribución. Sin embargo, los esquemas formales también han sido tratados, en el mismo ámbito, por la Teoría del Balance Cognitivo (Wyer: 1974; Picek, Sherman y Shiffrin: 1975; Sentis y Burnstein: 1979), teoría que muestra la importancia que estos esquemas tienen en el conocimiento social (Cialdini, Petty y Caccioppo: 1981; Hastie: 1983). Mediante estos esquemas —formales y causales— los sujetos evalúan y anticipan las consecuencias que pueden derivarse de una situación social y que pueden afectar a su comportamiento (Hastie: 1983). Este conocimiento social no caracteriza sólo

el medio social, sino que condiciona también la forma en que un individuo define su propia identidad (Schlenker: 1980, 1982).

## 2. PROCESOS DE ATRIBUCION

### 2.1. *Concepto de atribución*

El término de atribución denomina, en general, a los procesos de conocimiento por los que los seres humanos confieren a los acontecimientos de su entorno un cierto orden causal (Heider: 1976, 18; Lerner y Miller: 1978). En un sentido más restringido, el término se refiere a los procesos que establecen ciertas relaciones causales contingentes entre la conducta y los acontecimientos del medio que pueden tratarse como sus efectos. Este conocimiento se organiza en forma de esquemas causales en la memoria y es el objeto de estudio de la Teoría de la Atribución. No contamos, sin embargo, con ninguna teoría general acerca de los procesos de atribución (Harvey y Weary: 1984). Las consideraciones teóricas y las observaciones empíricas que siguen responden, más bien, a una característica convergencia que se viene produciendo desde perspectivas muy diferentes y que parecen asimilarse progresivamente a una teoría general de los procesos de atribución. La teoría de la autopercepción de Bem (1967, 1972), la teoría de la emoción de Schachter (1964), o el análisis de la introspección de Jones y Nisbett (1972), de Watson (1982), de Farr y Anderson (1983), o incluso la metódica evaluación de la accesibilidad introspectiva de los procesos implicados en la conducta de Smith y Miller (1978), o de Ericson y Simon (1980), son algunos de los ejemplos más relevantes de esta singular convergencia. Las más diversas perspectivas coinciden en subrayar el carácter constructivista del conocimiento humano que se expresa, en este caso, en la construcción de ciertos esquemas causales que confieren orden a nuestra acción. Un número considerable de observaciones confirman la validez de este concepto de esquema causal en el tratamiento de la información social (Harvey y Weary: 1984; Wyer y Gordon: 1984).

El concepto de causa es harto problemático, a menos que lo aceptemos como un constructo teórico, en última instancia, derivado de la experiencia. La clarividente distinción leibniziana entre causa y razón ya nos muestra que el concepto de causa se encuentra comprometido con una experiencia humana que es, desde una perspectiva cognitiva, finita. Los modelos de Mackie (1974) y de Anderson (1974, 1981) subrayan este carácter al analizar el concepto. El primero recurre a un proceso inductivo que discrimina progresivamente los acontecimientos relevantes, según ciertas relaciones condicionales que se les asignan y que permiten definir un cierto campo causal. Anderson (1974, 1981), por su parte, justifica la aparición de un esquema causal, como

---

el producto de un sistema de procedimientos computacionales que ajustan una hipótesis coherente con las relaciones condicionales que presentan los acontecimientos en la experiencia. En cualquier caso, este proceso inductivo se detiene antes de haber caracterizado el conjunto de condiciones relevantes en la aparición de un suceso. Las propiedades heurísticas de este proceso y la experiencia finita sobre la que se basa determinan que las relaciones causales entre la conducta y sus efectos sean contingentes. No es extraño, por consiguiente, que, avisada de este problema, la crítica de Hume condujera simultáneamente a una crítica del sujeto, como concepto, pero también como fundamento epistémico en el que se sustantiva el conocimiento y la fundación, como corolario, de la denominada filosofía del sentido común (Reid: 1975), que afirma la validez empírica de la experiencia común (cfr. Deleuze: 1953). Precisamente, la Teoría de la Atribución, se encuentra interesada en analizar los enlaces causales que el sujeto establece entre su acción y sus resultados, toda vez que éstos le son asignados de forma contingente. Este carácter permite analizar la intención como anticipación —representación de acciones condicionadas— y reducir, en consecuencia, el carácter teleológico de toda conducta finalizada a conocimiento disponible. La función de todo conocimiento es hacer posible la adaptación. En tanto que este conocimiento es relativo al organismo que actúa, los procesos de atribución pueden tratarse «en términos del procesamiento de información» (Miller y Ross: 1975, 224).

## 2.2. *Procesos de atribución*

La formación de estos esquemas causales que organizan la conducta es, en principio, independiente de la interacción comunicativa. Sin embargo, al reconocer que en la conducta observable debemos diferenciar entre conducta ejecutiva y conducta expresiva (cfr. Martín Serrano: 1982), condicionamos del mismo modo la formación de tales esquemas. Si bien no es razonable reducir todo el proceso y los productos del conocimiento conocimiento social (cfr. Seoane: 1984), parece indudable que la interacción comunicativa impone también la formación de esquemas causales para la adquisición, comprensión y producción de las expresiones que hacen posible la transmisión de información. La distinción entre diversas formas de comportamiento —actuación, coactuación, interacción y comunicación— (cfr. Martín Serrano: 1982) no pueden ser analizadas en términos de un único tipo de conducta que en todas sus manifestaciones presentara el mismo nivel de complejidad (cfr. J. Sainz: 1985 a). La consolidación del sistema expresivo es posible gracias a la formación de esquemas causales que vinculan el uso de las expresiones a los efectos que determinan en la actuación de los otros. A su vez, la distinción entre expresiones del logro y expresiones de la relación (Martín Serrano: 1982) impone que se formen esquemas orientados a la satisfacción de las demandas

de un individuo o actor que recurre a la interacción y esquemas orientados a generar, mantener o, en general, preservar las relaciones sociales que los actores de la comunicación mantienen y que son la garantía de la satisfacción de aquellas demandas. Es en esta dimensión estructural —formativa y normativa— de la interacción donde se pueden reconocer los procesos de atribución que condicionan la organización del conocimiento social. Las representaciones sociales se organizan de acuerdo con los procesos cognitivos que subyacen a estos procesos de atribución. Los seres humanos «interpretan su conducta en función de sus causas, y estas interpretaciones juegan un importante papel a la hora de determinar sus reacciones ante su propia conducta» (Kelley y Michela: 1980, 458). Los sujetos infieren de su conducta las relaciones causales que regulan el curso de los acontecimientos en los que aquélla interviene. La evaluación anticipada de los efectos de la conducta y la evaluación recurrente de dichas consecuencias reconstruyen la organización causal de los acontecimientos (Kelley: 1983), transformando la información disponible en el acontecimiento original (Wells: 1982).

Los procesos cognitivos que afectan a esta organización de la información en esquemas causales son tanto de naturaleza perceptiva como de naturaleza cognitiva y social. De índole perceptiva en cuanto que la relativa discriminabilidad y relevancia de la estructura del estímulo compromete qué aspectos serán considerados condicionales en la aparición de ciertos efectos (Taylor y Thompson: 1982). De naturaleza cognitiva —codificación y recuperación de información— en cuanto la información que se registra se integra en las estructuras de conocimiento previo y éstas, a su vez, comprometen qué información es relevante en la comprensión de una relación causal (Smith y Miller: 1979). De naturaleza social —por último— en cuanto la evaluación de la información causalmente pertinente se encuentra sometida a las demandas de la interacción (cfr. Solomon: 1978). Los términos de distintividad —perceptiva—, consistencia —cognitiva— y consenso —social— denominan en el trabajo clásico de Kelley (1967) los determinantes que configuran los procesos de atribución. En cualquier caso, «la información que se requiere para que estos esquemas se constituyan en mínima» (Cooper y Croyle: 1984, 417). La Teoría de la Atribución se interesa en cómo se forman y activan estos esquemas (Bem: 1972; Jones y Davis: 1965) cuando se utilizan para comprender una situación dada y en qué condiciones y cómo determinan la exploración de nueva información de acuerdo con el principio de compleción (Wyer y Gordon: 1984). De acuerdo con estos esquemas causales, la validez de una información —y siempre que es posible— no se verifica sobre los referentes de la comunicación, sino sobre la información registrada de estos referentes, en tanto que se insertan en un esquema formal-causal. La verificación de la validez de una información es, en este sentido, una verificación vicaria: depende de los esquemas que se activan en la elaboración de dicha información. En una situación comunicativa estos esquemas causales dependen de los com-

ponentes comprometidos en la comunicación. La credibilidad de una información es producto de una inferencia subjetiva que se verifica a partir de los esquemas que activan el proceso de comprensión del mensaje (cfr. Eagly *et al.*: 1981), y no a partir de ciertas características objetivas que pudieran reconocerse de forma independiente en dicha información (Cooper y Croyle: 1984, 416). Si se acepta o no una información proporcionada a través de la comunicación como correspondiendo a algo efectivamente existente depende de las propias características de la situación comunicativa (Pross: 1980). Los procesos de atribución controlan, en última instancia, qué información es objetiva dependiendo de las condiciones en que los sujetos la evalúan por relación a sus esquemas causales. El carácter heurístico de los procesos de decisión humana limitan la verificación de la validez a la información, que puede, eventualmente, ser disponible en la que se proporciona o en la que le es previa.

### 2.3. *Interacción comunicativa y atribución*

La comunicación condiciona el proceso de atribución en dos sentidos: a través de la información y a través de las normas, en la medida que la interacción viene regulada por el sistema social. En este orden, las representaciones sociales son el producto de los procesos de atribución que se verifican en la comprensión y producción de las expresiones en una cierta situación comunicativa. El interés de esta mediación social no se agota en esta función. El propio sujeto determina, a través de los mismos procesos de conocimiento, los efectos que se derivan de su conducta mediante un proceso de atribución causal (Kelley y Michela: 1980, 461), en buena medida controlado socialmente. Esta representación de sí mismo, a través de la actividad, no nace de las representaciones sociales, que no la exigen en cuanto tal, sino que deriva de las inferencias que el propio sujeto afectúa sobre su propia conducta. «Sin embargo, estas últimas inferencias no pueden ser hechas espontáneamente, a menos que sean necesarias en orden a obtener un cierto objetivo (...) o para cumplir con las demandas de información por parte de otro» (Bém: 1972, 140). La representación de sí mismo procede, por consiguiente, de la interacción comunicativa, ya que sólo ésta exige del sujeto una representación de sí mismo como unidad. Las demandas propias y características de una situación comunicativa condicionan la representación del propio sujeto, a través de la evaluación que debe efectuar sobre sus propias capacidades y/o recursos y la evaluación alternativa de las posibilidades específicas de obtener mediante la interacción la satisfacción de sus propias necesidades. Un sujeto responsable (Kelley y Michela: 1980) y autocontrolado (Cialdini y Petty: 1980; Greenwald y Pratkanis: 1984) sólo se justifica en la interacción. Desde la perspectiva de la comunicación, tanto si lo definimos como un sistema de esquemas



(Markus y Sentis: 1982) como si lo definimos como un sistema de autoindicación interna (Greenwald: 1981; Bellezza: 1983), el sujeto anticipa y controla en qué medida se satisfacen sus demandas y en qué medida ha de someterse, a su vez, a la satisfacción de las demandas de otros para garantizar aquéllas. Los procesos de atribución que hacen posible este control, así como su evaluación, son regulados por la interacción. Debemos observar que la representación interna de ese control y su evaluación social por el propio sujeto responden a diferentes demandas. En última instancia, y dado que el logro de ciertos objetivos pasa por el control de la evaluación que el sujeto merece en la interacción social, el sujeto tenderá a atribuirse la responsabilidad de los actos socialmente aceptables y a rechazar como propios los indeseables.

Un número considerable de observaciones corroboran que el sujeto se autoatribuye la responsabilidad de actos socialmente deseables, en tanto que rechaza los inaceptables (cfr. Greenwald y Pratkanis: 1984; Harvey y Weary: 1984; Cooper y Croyle: 1984; Kelley y Michela: 1980). Esta misma disposición parece presentarse también en el denominado error fundamental de atribución, según el cual el sujeto evalúa como debido a sus propias capacidades el éxito y rechaza el fracaso como una consecuencia ajena a su propia conducta. Sin embargo, en este aspecto parecen influir las propiedades características del sistema cognitivo humano, orientado a la confirmación de expectativas más que a su invalidación (cfr. Greenwald y Pratkanis: 1984).

Más allá de los condicionamientos propios del sistema de conocimiento humano, la interacción, o las expectativas de interacción, parece controlar los procesos de atribución en función de los cuales los sujetos evalúan su propia conducta. Así, la atribución de responsabilidad a una persona que es víctima de una situación penosa varía según la gravedad del caso y las expectativas que el sujeto tiene de relacionarse con ella (Stokols y Schopler: 1973). Del mismo modo, la relación en contra de una restricción a la propia libertad de actuación depende de si el sujeto espera relacionarse o se relaciona con quien impone esta restricción (Pallek y Heller: 1971). La disonancia que produce una conducta con la que el sujeto no está de acuerdo se reduce o desaparece si esta conducta viene determinada por una norma o pesa sobre ella el consenso social (Greenberg *et al.*: 1982; Weary: 1980).

A pesar del carácter fragmentario de las distintas observaciones empíricas sobre los procesos de atribución, en relación a la interacción comunicativa, disponemos de los suficientes datos como para defender la tesis de que la representación que el sujeto tiene de sí mismo se constituye a partir de la interacción. Consideraremos en el siguiente apartado cómo incide la interacción comunicativa en las representaciones sociales y cómo afectan a la representación que los sujetos tienen de sí mismos. La complejidad misma de estos problemas, sin embargo, sólo nos permiten una modesta aproximación.

### 3. LA REPRESENTACION SOCIAL DE LA INTERACCION

#### 3.1. *Las representaciones sociales como efectos de la interacción*

Los procesos de atribución que operan en una situación comunicativa son regulados, en última instancia, por el sistema social. Para obtener lo que precisan los seres humanos forman esquemas causales que comprometen lo que esperan lograr a través de la interacción. En este sentido, la atribución regula, a su vez, la interacción (Harvey y Weary: 1984) al determinar qué esquemas se forman o utilizan para controlar las relaciones sociales que hacen posible la satisfacción de las propias demandas. Una vez formados estos esquemas tienden a confirmarse, seleccionando para ello la información relevante de la situación. No disponemos más que de un repertorio —por lo demás escaso— de observaciones experimentales acerca de cómo afecta la situación comunicativa a los procesos de atribución y cómo éstos, a su vez, condicionan a aquélla. Sin embargo, y a pesar de que nuestro conocimiento es todavía fragmentario, es importante mencionar los datos más relevantes, siquiera sucintamente.

En una situación comunicativa las personas evalúan la información proporcionada por otros actores, según ciertas expectativas que se activan o generan en el momento de la comunicación. Un actor puede atribuir a factores de la situación o a las propias disposiciones del otro actor la producción de un cierto mensaje. La dirección de esta atribución depende de la clase de información que un receptor tiene acerca de las constricciones situacionales de la conducta del comunicador tanto como en la información dada o inferida acerca de sus verdaderas actitudes o motivos (Cooper y Croyle: 1984). Las características del comunicador —producto de ciertos procesos de atribución—, como su autoridad o poder, o el grado de conocimiento del tema sobre el que habla, así como las características de su mensaje, tales como su contenido, inmediatez verbal o densidad léxica, condicionan su evaluación (Cialdini, Petty y Cacioppo: 1981). Si los receptores de una comunicación discrepan de la información proporcionada por otro actor, la persuasión será tanto mayor cuanto más invalidadas sean las expectativas previas de los receptores (Wood y Eagly: 1981).

Los sujetos tienden a evaluar una información como objetiva cuando la información proporcionada contradice las expectativas previas acerca de la posición del comunicador. En este caso atribuyen al peso que tiene la realidad la información que el comunicador proporciona (Cooper y Croyle: 1984).

En la interacción comunicativa las expresiones tienen un papel muy relevante y definido. La elaboración a la que se someten las expresiones condicionan qué información se procesa y, por consiguiente, cómo afectará la comunicación al comportamiento. El receptor de un mensaje intenta relacionar la información que procesa del mensaje y la información previa. Este proceso

de elaboración puede cuestionar o justificar la información proporcionada, siendo esta elaboración la que condiciona su comportamiento (Cialdini, Petty y Cacioppo: 1981). En cualquier caso, el sujeto trata de preservar sus esquemas y limitar, en la medida de lo posible, su modificación seleccionando la información (Eagly, Chaiken y Wood: 1981). En otro lugar nos hemos ocupado más extensamente del papel de las expresiones en el comportamiento (cfr. Sainz: 1985 a).

La investigación experimental más extensa se ha llevado a cabo sobre el papel de los medios en la comunicación. Dada la amplitud y complejidad de este tema, su tratamiento rebasa los límites de nuestro trabajo. En su lugar nos referiremos a los aspectos de este tópico que tienen aplicación en nuestro ámbito.

La mayor parte de los estudios que se han realizado se orientan a un análisis de los así denominados medios de comunicación de masas. En general, se subraya, desde las más diversas perspectivas, el poder normativo que ejercen los medios sobre la conducta social. Este poder normativo se pone de manifiesto en el papel que los medios cumplen en el sistema social del que forman parte como instituciones encargadas de legitimar y reproducir el orden social existente. Los medios de comunicación de masas socializan a los sujetos en los roles típicos del orden social no afectando meramente sus opiniones sino a través del cultivo de asunciones más básicas acerca de la naturaleza de la realidad social (Gerbner y Gross: 1976 a, b). Los medios no muestran los procesos productivos que desembocan en unos ciertos mensajes (Martín Serrano: 1980), sino que proporcionan, en su lugar, resultados que ocultan el proceso selectivo de su producción (E. Sainz: 1982). La visión fragmentaria y selectiva del mundo que presentan media y limita la adquisición de información de acontecimientos ordinarios más sustantivos (Liebert y Schwartzberg: 1977), contribuyendo a la extensión y profundización de la desigualdad social (Ettema y Kline: 1977). La estructura latente de los mensajes, que se reconstruye en la verificación vicaria de su objetividad, distorsiona o presenta selectivamente la realidad en modos que perpetúan los intereses de la estructura de poder existente (Katz: 1980). La programación de noticias legitiman la organización social (Hall: 1977) perpetuando las normas existentes, las convenciones sociales y las relaciones sociopolíticas vigentes (Tuchman, 1977). El mensaje fundamental de los medios es la definición de la naturaleza del poder (Gerbner *et al.*: 1978, 1979) al definir el entorno de opinión (Noelle-Neumann: 1973, 1974). La unanimidad y ubicuidad de sus mensajes, el realismo de su visión del mundo —que esconde la sintética y selectiva naturaleza de su producción— y su cobertura y alcance se orientan a la suspensión de la reflexividad (Martín Serrano: 1980), condicionando la aparición de un tipo de sujeto no reflexivo (Dahlgren: 1980) que se siente actuado por un orden social incapaz de cambiar.

Los medios suplantán la conciencia social condicionando, a través de los

procesos de atribución, la evaluación que los sujetos llevan a cabo de su propia conducta. La información que proporcionan, por otra parte, se presenta como objetiva en la medida que los receptores no disponen, por lo general, de otras fuentes para contrastar la validez de aquella información.

En el proceso de atribución una de las variables determinantes es el consenso social. Las personas se representan o reconocen este consenso en la interacción comunicativa. La aceptación social de una conducta condiciona las actitudes de un sujeto ante su conducta. Los sujetos reducen su disonancia ante una conducta contradictoria con sus actitudes si se acepta socialmente (White: 1980). El apoyo social a una actitud reduce la probabilidad de que se modifique (Stroebe y Diehl: 1981). Si, por el contrario, una cierta actitud es socialmente inaceptable, los sujetos cambian sus actitudes para que sea aceptable si asumen la responsabilidad de la conducta que orientaba la actitud primitiva (Cooper y Croyle: 1984).

### 3.2. *El sujeto como representación de la interacción*

La representación que los sujetos tienen de sí mismos afecta no sólo su propia conducta, sino también su interacción con otros. Como han señalado Greenwald y Pratkanis (1984), esta representación de sí mismo condiciona la codificación y recuperación de la información en una situación dada. Sin embargo, no contamos en la actualidad con una teoría comprensiva que explique cómo se constituye esta representación del propio sujeto. Debemos, en su lugar, reseñar algunas de las observaciones empíricas más características que confirman que la *interacción comunicativa cumple en este caso un papel incuestionable*.

Las personas tienden a «subestimar la influencia de factores situacionales y a sobreestimar, por el contrario, el papel que tienen sus propias aptitudes en su conducta» (Harvey y Weary: 1984, 431). Esta observación nos indica que los sujetos tienden a creer que controlan su propia conducta (Jones y Nisbett: 1972), rechazando el papel que puede corresponder a otros factores de la situación (Quattrone, 1982). Sin embargo, esta observación ha sido criticada por su misma imprecisión, ya que no especifica en qué términos podemos diferenciar entre causas internas y externas de la conducta (cfr. Kruglanski: 1980) y cómo se determina la validez de un proceso de atribución (Harvey *et al.*: 1981 *b*). Estas imprecisiones ponen al descubierto que los procesos de atribución que contribuyen a formar la representación de sí mismo no bastan para dar cuenta de la formación de esta representación. La representación del sujeto mismo procede de los procesos de atribución que actúan en la interacción comunicativa. Los sujetos modifican sus actitudes no porque persigan ser consistentes con su conducta, sino porque creen que un sujeto consistente es socialmente más aceptable (Steele y Liu: 1983), o para evitar

que les imputen ciertos efectos indeseables de su conducta (Schlenker: 1980-1982). El hecho de que los sujetos modifiquen su conducta en relación a su grupo de referencia nos muestra el papel que la interacción cumple en la conducta. Las personas sólo cambian sus actitudes cuando aceptan la responsabilidad de las consecuencias aversivas de su comportamiento (Eagly e Himmelfarb: 1978). «Los cambios cognitivos ocurren más al servicio del yo, o para mantener la autoestima, que con el interés de preservar una cierta consistencia psicológica» (Greenwald y Ronis: 1978, 55). Estos cambios, sin embargo, dependen tanto de la evaluación social de las nuevas actitudes como de la clase de decisiones que permiten. Cuando los sujetos estiman que en el futuro no podrán cambiar los efectos de sus anteriores decisiones limitan el alcance de dichos cambios (cfr. Frey: 1981 *a*).

En la interacción comunicativa los sujetos evalúan las constricciones de la situación que pueden afectar la conducta de un actor. Esta evaluación afecta tanto al sujeto mismo como a los actores de la comunicación, con los que interactúa modificando sus procesos de atribución. Uno de los modos más específicos de presentarse estas constricciones es el que se denomina efecto incentivo. Los sujetos infieren sus actitudes de su conducta (Bem: 1972). Si esta conducta no viene condicionada por la situación, el sujeto tiende a inferir que la conducta refleja una disposición interna o una actitud del sujeto que actúa. Cuando el sujeto espera ciertas recompensas, o cuando su comportamiento se gratifica, la predisposición de las personas a atribuir este comportamiento a alguna disposición del actor disminuye o, incluso, desaparece. El cambio de actitudes es inversamente proporcional a la cantidad de recompensa o incentivos que el sujeto recibe por llevar a cabo una acción que contradice sus actitudes previas (Festinger y Carlsmith: 1959). Este efecto de los incentivos sobre el comportamiento deriva de la evaluación social que reciben nuestros actos en la interacción comunicativa. La importancia de estos efectos no se agota, sin embargo, en estas observaciones. El análisis de estos efectos proporcionará, sin duda, en el futuro inmediato nuevos datos que añadir para explicar las relaciones que existen entre la representación que el sujeto tiene de sí mismo y la interacción comunicativa.

Las personas disponen de esquemas causales para definir sus actitudes y organizar su comportamiento. Estos esquemas causales anticipan las consecuencias de su acción imponiendo a los sujetos una evaluación de sí mismos que llevan a cabo a partir de su conducta. Cuando un sujeto dispone de un esquema para comprender una situación social dispone de un procedimiento que restringe la obtención de nueva información, a la que es consistente con el esquema (Tesser y Leone: 1977). En este caso, los sujetos no modifican sus actitudes por mera reflexión. La reflexión genera cambios cuando los sujetos no disponen de estos esquemas (Tesser: 1978). Las actitudes varían de acuerdo con la disposición de los sujetos a consolidar la información pertinente, dependiendo de las especificaciones de esta información la naturaleza

---

extrema o moderada de la actitud. La interacción comunicativa afecta las actitudes de un sujeto cuando le impone unas normas determinadas o valores en función de los que evaluar la consistencia e implicación del sujeto en su comportamiento.

Sin duda, las consideraciones teóricas y empíricas que preceden no justifican de forma definitiva la tesis de que la representación que el sujeto tiene de sí mismo es producto de la interacción comunicativa con otros. Pero, a pesar del carácter fragmentario de estas observaciones, parece razonable que anticipemos que, en el futuro más inmediato, lo que aquí se justifica tentativamente tendrá la forma de una incuestionable conclusión.

## BIBLIOGRAFIA

- ABELSON, R. P.: «The psychological status of the script concept», *American Psychol.*, 26, pp. 715-729, 1981.
- ANDERSON, N. H.: «Cognitive algebra», *Adv. Exp. Soc. Psychol.*, 7, pp. 1-101, 1974.
- *Foundations of Information Integration Theory*, Nueva York, Academic Press, 1981.
- BELLEZZA, F.: «The self as a mnemonic device: the role of internal cues» (manuscrito no publicado), Ohio University, 1983.
- BEM, D. J.: «Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena», *Psychological Review*, 74, pp. 183-200, 1967.
- «Self-perception theory», en BERKOWITZ, L. (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, pp. 1-62, Nueva York, Academic Press, 1972.
- BRANSFORD, J. D.; BARCLAY, J. R., y FRANKZ, J.: «Sentence memory: A constructive versus interpretative approach», *Cognitive Psychology*, 3, pp. 193-209, 1972.
- CANTOR, N., y KIHILSTROM, J. F.: *Personality, Cognition and Social Interaction*, Hillsdale (N. J.), Erlbaum, 1981.
- CIALDINI, R. B.; PETTY, R. E., y CACCIOPPO, J. T.: «Attitude and attitude change», *Ann. Review Psych.*, 32, pp. 348-404, 1981.
- COOPER, J. y CROYLE, R. T.: «Attitudes and attitude change», *Ann. Rev. Psych.*, 35, pp. 395-426, 1984.
- DAHLGREN, P.: «TV news and the suppresion of reflexivity», *Urban Life*, 9, 2, junio, pp. 201-216, 1980.
- DELEUZE, G.: *Empirismo y subjetividad. Las bases filosóficas del anti-Edipo*, Barcelona, Granica (Orig. París, PUF, 1953), 1953, 1977.
- DE VEGA, M.: «Procesamiento de información y cultura: Hacia una integración teórica», en MAYOR, J. (ed.): *Actividad Humana y Procesos Cognitivos*, pp. 399-416, Madrid, Alhambra, 1984.
- EAGLY, A. H., e HIMMELFARB, S.: «Attitudes and opinions», *Ann. Rev. Psych.*, 29, pp. 517-554, 1978.
- EAGLY, A. H.; CHAIKEN, S., y WOOD, W.: «An attributional analysis of persuasion», en HARVEY, J. H.; ICKES, W. J., y KIDD, R. F.: *New Directions in Attribution Research*, 3, pp. 37-62, Hillsdale (N. J.), Erlbaum, 1981.
- ERICSSON, K. A., y SIMON, H. A.: «Verbal reports as data», *Psych. Rev.*, 87, pp. 215-251, 1980.
- ETTEMA, J. S., y KLINE, F. G.: «Deficits, differences, and ceilings: contingent conditions for understanding the knowledge gap», *Commun. Res.*, 4, pp. 179-202, 1977.
- FARR, R. M., y ANDERSON, A.: «Beyond actor/observer differences in perspective: Extensions and applications», en HEWSTONE, 1983.
- FESTINGER, L., y CARLSMITH, J. M.: «Cognitive consequences of forced compliance», *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 58, pp. 203-210, 1959.

- FREY, D.: «Reversible and irreversible decisions: Preference for consonant informations as a function of attractiveness of decision alternatives», *Per. Soc. Psychol. Bull.*, 7, pp. 621-626, 1981.
- GERBNER, G., y GROSS, L.: «The scary world of television», *Psych. Today*, abril, pp. 41-45, 1976.
- GREENBER, J.; PYSZCZYNSKI, T., y SOLOMON, S.: «The self-serving attributional bias: Beyond self-presentation», *J. Exp. Soc. Psychol.*, 18, pp. 56-67, 1982.
- GREENWALD, A. G.: «Self and memory», en BOWER, G. H. (ed.): *The psychology of learning and motivation*, vol. 15, Nueva York, Academic Press, 1981.
- GREENWALD, A. G., y RONIS, D. L.: «Twenty years of cognitive dissonance: A case study of the evolution of theory», *Psychol. Rev.*, 85, pp. 53-57, 1978.
- GREENWALD, A. G., y PRATKANIS, A. R.: «The Self», en WYER, R. S., y SRULL, T. K. (eds.): *Handbook of social cognition*, N. J., LEA, 1984.
- HABERMAS, J.: *La crisis de legitimación en el capitalismo tardío*, Buenos Aires, Amorrutu Ed., 1975.
- HALL, S.: «Culture, the media and the ideological-effect», en CURRAN, J.; GUREVITCH, M., y WOOLLACOTT, J. (eds.): *Mass Communication and Society*, pp. 315-348, Londres, Arnold, 1977.
- HARVEY, J. H., et al.: «How fundamental is the fundamental attribution error?», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 40, pp. 346-349, 1981.
- HARVEY, J. H., y WEARY, G.: «Current issues in attribution», *Theory and Research*, 35, pp. 427-459, 1984.
- HASTIE, R.: «Social inference», *Ann. Rev. Psych.*, 34, pp. 511-542, 1983.
- HEIDER, F.: «A conversation with Fritz Heider», en HARVEY, J. H.; ICKES, W., y KIDD, R. F. (eds.): *New Directions in Attribution Research*, vol. 1, Hillsdale (N. J.), Erlbaum, 1976.
- HEWSTONE, M.: *Attribution theory: Extensions and applications*, Oxford, Blackwell, 1983.
- HIGGINS, E. T.; HERMAN, C. P., y ZANNA, M. P.: *Social Cognition: The Ontario Symposium*, vol. 1, Hillsdale (N. J.), Erlbaum, 1981.
- JASPARS, J., y FRASER, C.: «Attitudes and Social Representation», en FARR, R. M., y MOSCOVICI, S. (eds.): *Social Representations*, Cambridge, CUP, 1984.
- JONES, E. E., y DAVIS, K. E.: «From acts to dispositions: the attributions process in the social perception», *Adv. Exp. Soc. Psychol.*, 2, pp. 219-266, 1965.
- JONES, E. E., y NISBETT, R. E.: «The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior», en JONES, E. E., et al. (eds.): *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior*, Morristown (N. J.), General Learning Press, 1972.
- KATZ, E.: «On conceptualizing media effects», en MACCORMAK, T. (ed.): *Communications Studies: Decade of Dissent*, Greenwich, Conn. JAI Press, 1980.
- KELLEY, H. H.: «Attribution theory in social psychology», *Nebr. Symp. Motiv.*, 15, pp. 192-238, 1967.
- «Epilogue: Perceived causal structures», en JASPARS, J., et al. (eds.): *Attribution Theory and Research*, Londres, Academic Press, 1983.
- KELLEY, H. H., y MICHELA, J. L.: «Attribution theory and research», *Ann. Rev. Psychol.*, 31, pp. 457-501, 1980.
- KRUGLANSKI, A. W.: «Lay epistemologic process and contents», *Psychol. Rev.*, 87, pp. 70-87, 1980.
- LERNER, M. J., y MILLER, D. T.: «Just world research and the attribution process looking back and ahead», *Psychol. Bull.*, 85, pp. 1030-1051, 1978.
- LIEBERT, R. M., y SCHWARTZBERG, N. S.: «Effects of mass media», *Ann. Rev. Psychol.*, 28, pp. 141-173, 1977.
- MACKIE, J. L.: *The Cement of the Universe*, Londres, Oxford, Univ. Press, 1974.
- MANDLER, J.: «Categorical and schematic organization in memory», en PUFF, C. R. (ed.): *Memory, Organization and Structure*, Nueva York, Academic Press, 1979.
- MARKUS, H., y SENTIS, M.S. «The self information processing», en SULLS, J. (ed.): *Psychological perspectives on the self*, vol. 1, Hillsdale (N. J.), LEA, 1982.
- MARTÍN SERRANO, M.: «La influencia social de la TV. Fuentes y Métodos de Estudio II», *REIS*, enero-marzo, pp. 65-82, 1980.
- MARTÍN SERRANO, M., et al.: *Teoría de la Comunicación. Epistemología de la Comunicación*, Madrid, Univ. Complutense, 1982.

- MILLER, D. T., y ROSS, M.: «Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction?», *Psychol. Bull.*, 82, pp. 213-225, 1975.
- NEISSER, U.: *Cognition and reality*, San Francisco, Freeman, 1976.
- NISBETT, R. E., y WILSON, T. D.: «Telling more than we know: Verbal reports on mental processes», *Psychol. Rev.*, 84, pp. 231-259.
- NOELLE-NEUMANN, E.: «Return to the concept of powerful mass media», en EGUCHI, H., y SATA, K. (eds.): *Studies of Broadcasting*, 9, pp. 67-112, Tokio, Hoso Kyokay, 1973.
- «The spiral of silence: a theory of public opinion», *J. Commun.*, 24 (2), pp. 43-51, 1974.
- PALLEK, M. S., y HELLER, J. F.: «Interactive effects of commitment to future interaction and threat to attitudinal freedom», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 17, pp. 325-331, 1971.
- PICEK, J. J.; SHERMAN, S. J., y SHIFFRIN, R. M.: «Cognitive organization and coding of social structures», *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, pp. 758-768, 1975.
- PROSS, H.: *Estructura simbólica del poder. Teoría y práctica de la comunicación pública*, Gustavo Gili, 1980.
- QUATTRONE, G. A.: «Overattribution and unit formation: When behavior engulfs the person», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 42, pp. 593-607, 1982.
- REID, T.: *Thomas Reid's Inquiry and Essays*, LEHRER, K., y BEANBLOSSOM, R. (eds.), Indianapolis, Bobbs-Merrill, 1975.
- RUMELHART, D.: «Schemata: The building blocks of cognition», en SPIRO, R. J.; BRUCE, B. C., y BREWER, W. F. (eds.): *Theoretical issues in reading comprehension: Perspectives*, Hillsdale (N. J.), LEA, 1980.
- SAINZ, E.: «Hipótesis para el estudio de los intelectuales en España», *Revista Internacional de Sociología*, 43, 1982.
- SAINZ, J.: «Hacia un nuevo modelo de categorización», en MAYOR, J. (ed.): *Actividad Humana y Procesos Cognitivos*, pp. 81-103, Madrid, Alhambra, 1984.
- «Conocimiento y Comunicación: Análisis de los efectos de las expresiones comunicativas en la representación», *Revista Internacional de Sociología* (en prensa), 1985 a.
- *Conducta y Comunicación: Ch. E. Osgodd*, Madrid, Taurus Ediciones (en prensa), 1985 b.
- SCHACTER, S.: «The interaction of cognitive and psychological determinants of emotional state», *Adv. Exp. Soc. Psychol.*, 1, pp. 49-80, 1964.
- SCHANK, R., y ABELSON, R. P.: *Scripts, Plans, Goals and Understanding*, Hillsdale (N. J.), Erlbaum, 1977.
- SCHLENKER, B. R.: *Impression management: the self-concept social identity and Interpersonal Relations*, Monterey (California), Brooks/Cole, 1980.
- «Translating actions into attitudes: An identity-analytic approach to the explanation of social conduct», *Adv. Exp. Soc. Psychol.*, 15, pp. 193-247, 1982.
- SENTIS, K. P., y BURNSTEIN, E.: «Remembering schema-consistent information: Effects of a balance schema on recognition memory», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 37, pp. 2200-2211, 1979.
- SEOANE, J.: «Conocimiento y representación social», en MAYOR, J. (ed.): *Actividad Humana y Procesos Cognitivos*, pp. 383-397, Madrid, Alhambra, 1984.
- SMITH, E. R., y MILLER, F. D.: «Limits on perception of cognitive processes: A reply to Nisbett and Wilson», *Psychol. Rev.*, 85, pp. 355-362, 1978.
- «Saliency and the cognitive mediation of attribution», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 37, pp. 2240-2252, 1979.
- SOLOMON, S.: «Measuring dispositional and situational attributions», *Pers. Soc. Psych. Bull.*, 4, pp. 589-593, 1978.
- SOLOMON, M. R.; DRENAN, S., e INSKO, C. A.: «Popular induction: When is consensus informative?», *J. Pers.*, 49, pp. 212-224, 1981.
- STEELE, C. M., y LIU, T. J.: «Dissonance processes as self-affirmation», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 45, pp. 5-19, 1983.
- STOKOLS, D., y SCHOPLER, J.: «Reactions to victims under conditions of situational detachment: the effects of responsibility, severity and expected future interaction», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 25, pp. 199-209, 1973.
- STROEBE, W., y DIEHL, M.: «Conformity and counterattitudinal behavior: The effect of social support on attitude change», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 41, pp. 876-899, 1981.



- TAYLOR, S. E., y THOMPSON, S. C.: «Stalking the elusive "vividness" effect», *Psychol. Rev.*, 89, pp. 155-181, 1982.
- TESSER, A.: «Self-generated attitude change», *Adv. Exp. Soc. Psychol.*, 11, pp. 289-338, 1978.
- TESSER, A. y LEONE, C.: «Cognitive schemas and thought as determinants of attitude change», *J. Exp. Soc. Psychol.*, 13, pp. 340-356, 1977.
- TUCHMAN, G.: «The exception proves the rule: the study of routine news practice», en HIRSCH, P. M., et al. (eds.): *Strategies for Communication Research*, pp. 43-62, Beverly Hills, Sage, 1977.
- WATSON, D.: «The actor and the observer: How are their perceptions of causality divergent?», *Psychol. Bull.*, 92, pp. 682-700, 1982.
- WELLS, G. L.: «Attribution and reconstructive memory», *J. Exp. Soc. Psychol.*, 18, pp. 447-463, 1982.
- WHITE, P.: «Limitations on verbal reports of internal events: A refutation of Nisbett and Wilson and of Bem», *Psychol. Rev.*, 87, pp. 105-112, 1980.
- WOOD, W., y EAGLY, H.: «Stages in the analysis of persuasive messages: the role of causal attributions and message comprehension», *J. Pers. Soc. Psychol.*, 40, pp. 246-259, 1981.
- WYER, R. S.: *Cognitive Organization and Change: An Information Processing Approach*, Potomac, Md., Erlbaum, 1974.
- WYER, R. S., y SRULL, T. K.: «The processing of social stimulus information: A conceptual integration», en HASTIE, R., et al. (eds.): *Person Memory: Cognitive basis of social perception*, Hillsdale (N. J.), LEA, 1980.
- WYER, R. S., y GORDON, S. E.: «The cognitive representation of social information», en WYER, R. S., y SRULL, T. K.: *Handbook of social cognition*, Hillsdale (N. J.), LEA, 1984.