

Información personal vs. categorial y juicios evaluativos en sujetos con diferentes teorías implícitas

ROSAURA GONZÁLEZ MÉNDEZ
Y ARMANDO RODRÍGUEZ PÉREZ
Universidad de La Laguna



Resumen

El objetivo de esta investigación es comprobar que el efecto de la información personal sobre los juicios evaluativos del observador guarda relación con las creencias que éste sostiene. Se analizaron las respuestas de 226 sujetos ante distintos episodios. En ellos se manipulaba la categoría social de los personajes (turistas alemanes o peninsulares) y el carácter favorable o desfavorable de sus conductas. Se comprobó que los sujetos que diferían en su posición respecto a distintas teorías sobre el turismo (crítica, económica y lúdica) valoraban también diferencialmente a los turistas. Asimismo, se detectó una interacción significativa entre la pertenencia grupal del personaje y el carácter favorable o desfavorable de su conducta. Este resultado se interpreta a partir de la teoría de la complejidad-extremidad de Linville (1982).

Palabras clave: Estereotipos, teorías implícitas, turismo.

Personal vs categorial information and evaluative judgments in subjects with different implicit theories

Abstract

The aim of this work is to examine whether the effect of the personal information in evaluative judgments may change as a function of observers' beliefs. A sample of students was asked to evaluate different characters from several short stories. In these stories, the character's social category (German vs Spanish mainlander tourist visiting Canary Islands) and behavior (favorable vs unfavorable) were manipulated. The results confirmed that students with different theories about tourism (the critical theory, the economic theory, and the leisure theory) also made different judgments about tourists. Likewise, an interaction between personal information and categorical information was detected. This result is interpreted in the light of complexity-extremity theory (Linville, S7 982).

Keywords Stereotypes, implicit theories, tourism.

Correspondencia con autores: Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional. Facultad de Psicología. Universidad de La Laguna. 38205 La Laguna.

INTRODUCCIÓN

Numerosas investigaciones han mostrado la influencia que ejercen los estereotipos sobre la manera en que evaluamos a los demás. Esto no resulta sorprendente en aquellas condiciones en las que lo único que conocemos de un extraño es su pertenencia categorial. De hecho, una de las funciones que se atribuyen a nuestro conocimiento estereotípico es la de permitirnos enjuiciar a los desconocidos cuando las circunstancias así lo requieren. Ahora bien, no es frecuente que carezcamos de todo tipo de información sobre las características personales de los otros (Trope, 1989). Por lo general, tenemos la oportunidad de observar su conducta, de interactuar con ellos, de recibir referencias a través de otras fuentes, etc. El problema que atrae la atención de los investigadores surge cuando esta nueva información contradice la información estereotípica ya disponible. La cuestión que se plantea, en este caso, es si esta última mantiene o no su influencia a pesar de los nuevos datos.

Hace ya algunos años, Locksley, Borgida, Brekke y Hepburn (1980) observaron que la presentación de información individualizada hacía desaparecer la influencia de los estereotipos. Concretamente, los sujetos de su estudio juzgaron a determinados personajes con independencia de su género, sólo en aquella condición en la que disponían de información conductual relevante. Los trabajos empíricos más recientes sugieren, no obstante, que la influencia de los estereotipos es persistente y que, únicamente bajo ciertas condiciones, desaparecen sus efectos (v.g. Krueger y Rothbart, 1988). Los científicos sociales están tratando de averiguar cuándo se hace uso de uno u otro tipo de información, y qué factores intervienen en esa decisión. En esta línea, la presente investigación pretende analizar si las creencias del observador afectan al peso que éste le concede a ambos tipos de información -diagnóstica y categorial- en sus evaluaciones.

Con frecuencia se asume que los observadores sociales dan prioridad a la información categorial, por requerir ésta menor esfuerzo cognitivo. Este es el caso, por ejemplo, del modelo propuesto por Fiske y Neuberg (1989). Para ellos, el proceso perceptivo comienza con una rápida categorización basada en variables físicas evidentes y otros datos disponibles de forma inmediata. Posteriormente, y en la medida en que el sujeto observado resulte interesante o relevante para el observador, este último empieza a prestar más atención a la información personal. De esta forma, Fiske y Neuberg admiten que las metas y motivaciones pueden hacer que la percepción del individuo se desplace desde un extremo al otro de lo que ellos consideran un continuo perceptivo.

El modelo descrito por Brewer (1988) presenta algunas diferencias importantes con relación al anterior (Fiske, 1988). Sin embargo, también considera prioritario el uso de información categorial. La utilización de datos individuales dependería, en este caso, del grado de implicación del observador con la tarea o con el individuo observado.

Según Oakes, Haslam y Turner (1994), tras este tipo de planteamientos late la idea, más o menos explícita, de que la principal función de los estereotipos es el ahorro cognitivo. Esta concepción economicista aparece con bastante claridad en trabajos como el de Bodenhausen y Lichtenstein (1987), donde se pone de manifiesto que la sobrecarga cognitiva favorece el uso de estereotipos. Oakes y Turner (1990); y Oakes, Haslam y Turner (1994) rechazan, sin embargo, esta premisa y defienden que el ahorro cognitivo no es la principal función de la categorización. Desde su punto de vista, el procesamiento categorial tiene, como objetivo fundamental, integrar de forma coherente los datos nuevos y los ya almacenados, para que el individuo pueda responder adecuadamente a su entorno. Lo importante sería, por tanto, conseguir la adaptación al medio social. Como

consecuencia, la relevancia de la información vendría determinada por el contexto y por las metas del observador. Una ilustración, en este sentido, la tenemos en el siguiente ejemplo. Si se pasea de noche por la calle, lo realmente significativo es averiguar si los que se acercan pertenecen o no a la categoría de los individuos peligrosos. En cambio, si lo que se pretende es hacer amigos en una fiesta, serán más importantes las características distintivas de los asistentes.

Nuestro interés por el trabajo de Oakes y col. no está tanto en su referencia a los factores motivacionales y contextuales que influyen en la percepción. Algo que, de hecho, ya hacen tanto el modelo de Fiske y Neuberg como el de Brewer. Lo que realmente nos interesa es que refleja la creciente preocupación por cómo se produce la integración entre la información nueva y el conocimiento estereotípico ya almacenado (Wyer y Martin, 1986). Asimismo, su interpretación de la principal función categorial parece más acorde que la del indigente cognitivo con los últimos trabajos sobre categorización (vid. Komatsu, 1992), donde se pone de manifiesto el papel que juega el conocimiento y las creencias del individuo en dicho proceso (v.g. Murphy y Medin, 1985; Medin y Wattenmaker, 1987; Lakoff, 1987).

De acuerdo con estos modelos categoriales, es posible que la significación de la información personal frente a la categorial dependa, no sólo del contexto y de las metas del observador como afirman Oakes y col., sino también de sus creencias. Aunque hasta el momento no existen datos que apoyen esta idea, parece razonable que dichas creencias afecten a la interpretación de la información. Analicemos, si no, lo que ocurre cuando se ofrecen al sujeto datos personales incongruentes.

Por lo general, los investigadores consideran incongruente cualquier conducta o rasgo minoritario dentro del grupo al que pertenece la persona que es objeto de percepción. Desde esta perspectiva, sería incongruente, por ejemplo, la conducta agresiva manifestada por una mujer, ya que la agresividad no es típica del estereotipo femenino (Ashmore, Del Boca y Wohlers, 1986). Ahora bien, esta forma de operacionalización puede estar pasando por alto algo importante. De hecho, es posible que la información no sea igualmente incongruente para dos individuos que difieran en sus creencias respecto a la mujer. Lo que para uno podría ser una prueba de que las mujeres son tan capaces como los hombres ante cierto tipo de tareas, para otro sería un síntoma de excepcionalidad indeseable. La incongruencia dependería, por tanto, de las creencias del observador y no sólo de su «adecuación objetiva» al contenido del estereotipo.

En definitiva, la presente investigación intenta analizar el efecto de los datos episódicos sobre las evaluaciones realizadas por sujetos con diferentes concepciones. Nuestro principal objetivo es averiguar si dicha información va a afectar de forma diferencial a los juicios evaluativos de los sujetos, y si estas diferencias van a estar ligadas a sus concepciones. En la construcción de los episodios cruzaremos dos variables, la congruencia *vs* incongruencia de la información y su carácter positivo *vs* negativo. La decisión de analizar también esta última variable se debe a que consideramos necesario tener en cuenta el denominado efecto de negatividad (vid. Lewicka, Czapinski y Peeters, 1992), según el cual la información negativa ejerce mayor influencia sobre la representación y evaluación de las personas que la información positiva.

Para llevar a cabo la investigación, hemos elegido un ámbito, el turismo, donde los estereotipos juegan un papel importante (Thurot, Camuset, Gay-Para y Baretje, 1978). Más concretamente, queremos saber si, desde interpretaciones diferentes de este fenómeno, los sujetos evalúan diferencialmente la conducta de los turistas. Nuestra

hipótesis de partida prevé que aquellos sujetos con una visión más positiva del turismo sean también los que mejor valoren a los personajes, independientemente del carácter favorable o desfavorable de la información episódica presentada.

MÉTODO

Muestra

La muestra estaba formada por 226 sujetos de ambos sexos. De ellos, la mitad eran universitarios y la otra mitad, estudiantes de hostelería.

Material y procedimiento

Los sujetos respondieron a dos pruebas diferentes. En primer lugar, les fueron presentados distintos episodios protagonizados, bien por un turista alemán, bien por un turista peninsular. En segundo lugar, se les pasó un cuestionario de teorías implícitas sobre el turismo.

Episodios

A partir de un estudio previo (González y Rodríguez, 1994), se seleccionaron seis rasgos típicos de turistas alemanes y seis de turistas peninsulares. Con relación al primer grupo, contamos con tres atributos positivos (cultos, trabajadores y simpáticos) y tres negativos (exigentes, hipócritas y necesitados de evasión). Respecto a los peninsulares, también elegimos tres rasgos positivos (emprendedores, apasionados y atractivos) y tres negativos (violentos, sucios y prepotentes).

Con estos rasgos se construyeron veinticuatro historias, doce para cada grupo de turistas. En ellas, el protagonista, un turista alemán o peninsular, llevaba a cabo una conducta favorable o desfavorable a los ojos de un observador nativo. Para la elaboración de los episodios se combinó, tal como figura en la tabla I, el carácter positivo *vs* negativo de los rasgos que sirvieron de base a las conductas relatadas y la congruencia o incongruencia de dichas conductas, con un rasgo estereotípico concreto.

TABLA I
Configuración de los episodios respecto a alemanes y peninsulares

	RASGO POSITIVO	RASGO NEGATIVO
CONDUCTA CONGRUENTE	episodio favorable	episodio desfavorable
CONDUCTA INCONGRUENTE	episodio desfavorable	episodio favorable

En la tabla I puede verse que una conducta favorable se obtiene de dos formas. Cuando la historia es congruente con un rasgo estereotípico positivo y cuando es incongruente con un rasgo estereotípico negativo. En sentido opuesto, un episodio desfavorable sería aquel que surge al mostrar una conducta congruente con un rasgo estereotípico negativo o una conducta incongruente con un rasgo positivo.

Veamos como ejemplos algunos de los episodios utilizados en el estudio.

«Gunter tiene un empleo en Alemania que le permite vivir cómodamente, aunque sin lujos. Ha trabajado muchísimo para poder comprarse una casa en Canarias. Gracias a su esfuerzo, su familia podrá pasar sus vacaciones en las islas».

En este caso se trata de un episodio favorable, ya que la información es congruente con un rasgo estereotípico positivo (trabajadores). Ahora bien, este mismo rasgo da origen también a un episodio desfavorable al presentarse de forma incongruente:

«Gunter está cobrando el paro y ha preferido rechazar un empleo que le han ofrecido. Quiere venirse una temporada a Canarias con una de esas ofertas tan baratas que surgen de vez en cuando. En las islas podrá vivir cómodamente con poco dinero».

Veamos ahora una historia favorable construida con datos incongruentes con un rasgo estereotípico negativo (violentos):

«José María ha pasado sus vacaciones en Canarias. Se ha hospedado en uno de esos apartamentos donde se reúnen numerosas familias con sus hijos. A los canarios que estaban allí les ha parecido una persona tranquila, que nunca se enfadaba».

Como en el caso anterior, el rasgo violentos daba lugar también a un episodio desfavorable al presentarlo de forma congruente:

«José María ha pasado sus vacaciones en Canarias. Se ha hospedado en unos apartamentos donde había numerosas familias con sus hijos. Durante su estancia tuvo una discusión con uno de los empleados. Algunos creyeron que a José María no le costaba mucho enfadarse».

Finalmente, pedimos a diez jueces que indicasen qué característica de los turistas estaban siendo descritas en cada uno de los episodios. De esta forma, pudimos comprobar si las historias recogían la información esperada.

Cada uno de los 24 episodios definitivos estaba seguido por una escala que iba de uno (muy mal) a diez (muy bien). Los sujetos debían evaluar a los personajes en dichas escalas.

Cuestionario de teorías implícitas

Esta prueba se construyó siguiendo la metodología descrita por Correa y Camacho (1994). En primer lugar, se analizó el contenido de distintos materiales escritos referidos al turismo (prensa, folletos turísticos, etc.). Con esta información, se elaboraron los enunciados de un cuestionario y se pidió a una muestra de 158 estudiantes que indicara la similitud de dichos enunciados con varias ideas generales referidas al turismo. Estas últimas reflejaban las distintas categorías en las que un grupo de jueces habían categorizado previamente los enunciados ya mencionados. A partir de este estudio normativo, obtuvimos información cuantitativa sobre las relaciones existentes entre los enunciados y las distintas concepciones sobre el turismo. De esta forma, pudimos seleccionar 107 frases con las que se preparó una segunda prueba en la que cada enunciado venía seguido de una escala de cinco puntos (tipo Likert). La nueva muestra estaba formada por 185 estudiantes de distintas facultades. Tras diversos análisis factoriales (rotación ortogonal), se configuraron tres factores independientes que explicaban el 34% de la varianza: una concepción crítica, otra económica y, por último, una lúdica.

La *teoría crítica* con un valor propio de 6.21, explica el 17.3 % de la varianza. Este factor representa aquellas ideas que ofrecen una visión negativa del turismo. Los prejuicios atribuidos a esta actividad afectarían además a distintos aspectos: «los puestos

de responsabilidad generados por el turismo son siempre para los extranjeros», «a medida que un centro turístico crece en importancia atrae a mayor número de delincuentes», etc.

La *teoría económica* con un valor propio de 4.09, explica el 11.4% de la varianza. Aquí se aglutinan aquellas ideas que enfatizan una interpretación mercantil y favorable del turismo: «el turismo permite prosperar a las personas con iniciativa en los negocios», «la potenciación del turismo es la mejor vía para reducir el paro», etc.

Finalmente, la *teoría lúdica* identifica el turismo como una actividad de ocio y compensatoria: «el turismo abre la posibilidad de que el hombre pueda realizar su más vieja aspiración, vivir la vida como un juego», «el hombre de la ciudad busca en el turismo una compensación a las tensiones cotidianas», etc. Este factor tiene un valor propio de 1.94 y sólo explica el 5.4% de la varianza.

En función de la estructura factorial obtenida, se construyó una escala de teorías implícitas con tres medidas independientes. En cada una de estas medidas se recogían las puntuaciones sin ponderar de los ítems que saturaban en uno de los tres factores. (ver los enunciados ordenados según el peso factorial en el Anexo I). La consistencia interna de cada una de las tres subescalas (alpha de Cronbach) fue de .78 para la teoría crítica, .81 para la teoría económica y .60 para la teoría lúdica. La escala definitiva permitió clasificar a los sujetos en altos (33% superior de la muestra), medios (33% intermedio) y bajos (33% inferior) con relación a cada una de las tres teorías.

Diseño

Esta investigación emplea un diseño factorial de 2 (país del personaje: alemanes vs peninsulares) X 2 (episodio: favorable vs desfavorable) X 3 (puntuación en cada teoría implícita: alta vs media vs baja), donde las dos primeras variables independientes son intragrupo y la última intergrupo. Como variable dependiente se tomaron medidas de las valoraciones hechas por los sujetos de los personajes de los episodios.

RESULTADOS

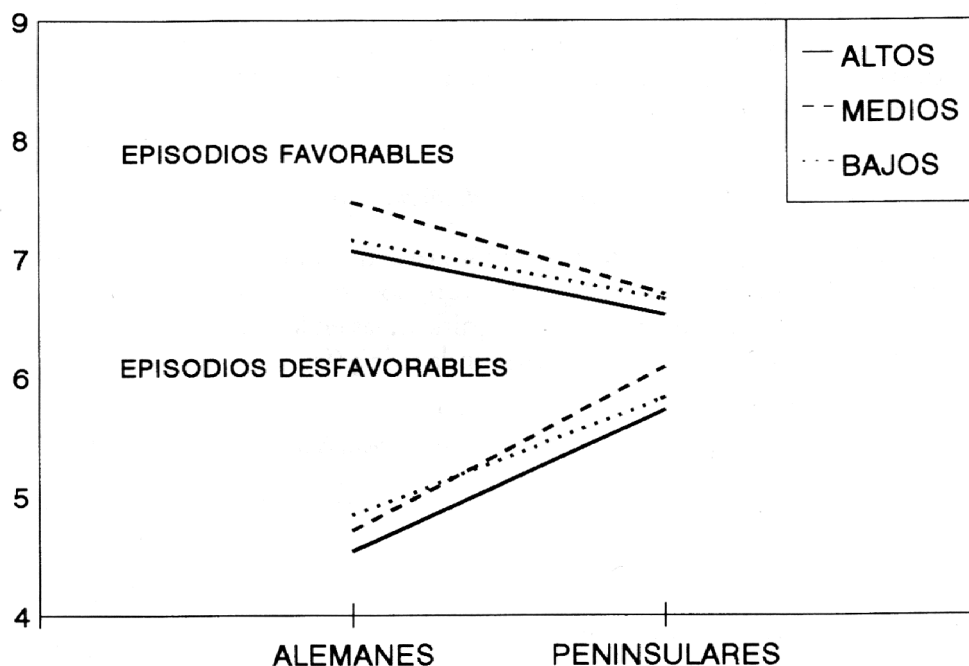
Se llevaron a cabo tres análisis de varianza, uno por cada teoría implícita sobre el turismo, a partir de las valoraciones realizadas por los sujetos. Los resultados obtenidos se presentan en epígrafes correspondientes a cada una de esas teorías.

Concepción crítica del turismo y valoración de los turistas

Como se observa en la figura 1, la valoración que los sujetos hacen de los turistas alemanes y peninsulares varía sustancialmente según venga precedida de información favorable o desfavorable acerca de un ejemplar de dichas categorías. Esta diferencia es estadísticamente significativa ($F(1,226)= 160.4$; $p<0.05$) y revela, tal como era de esperar, que los personajes con una conducta favorable reciben mejores valoraciones que los que presentan una conducta desfavorable. Por otro lado, el hecho de que el episodio fuera congruente o incongruente, así como el carácter positivo-negativo del rasgo sobre el que se elaboró la información, no alteró dicho resultado.

FIGURA 1

Valoración de turistas alemanes y peninsulares según su puntuación en TEORIA CRITICA



Además de la variable episodio, también resultaron significativas en este primer ANOVA la variable país ($F(1, 226) = 5.75$; $p < 0.05$) y la interacción entre las variables país y episodio ($F(1, 226) = 74.98$; $p < 0.01$).

Si atendemos a la figura 1 podremos ver claramente esta interacción. Cuando la información es desfavorable los alemanes reciben peores valoraciones que los peninsulares. Por el contrario, cuando los episodios son favorables esta tendencia se invierte, aunque no de forma significativa. En este caso, son los peninsulares los que reciben valoraciones algo más bajas.

La variable país resultó significativa porque, globalmente, los peninsulares fueron mejor evaluados que los alemanes. No obstante, ya hemos visto que ese resultado se debió al efecto de la información desfavorable.

Finalmente, cabe destacar que no se encontraron diferencias significativas en las valoraciones de los sujetos en función de su puntuación en la teoría crítica. No obstante, al analizar separadamente las valoraciones de los dos grupos de la muestra, encontramos que el nivel teórico resultó significativo entre los universitarios ($F(2, 114) = 4.79$; $p < .05$), pero no entre los estudiantes de hostelería. En la tabla II pueden verse los promedios en valoración obtenidos por ambos grupos.

TABLA II
Promedios en valoración por nacionalidad del turista, puntuación en la teoría crítica y grupo de la muestra

NIVEL EN LA T. CRIT.	HOSTELER.	UNIVERS.	HOSTELER.	UNIVERS.
Alto	6,05	5,46	5,92	5,71
Medio	6,24	5,82	6,19	6,39
Bajo	6,04	6,23	6,19	6,68

TURISTAS ALEMANES TURISTAS PENINSULARES
NACIONALIDAD DE LOS PERSONAJES

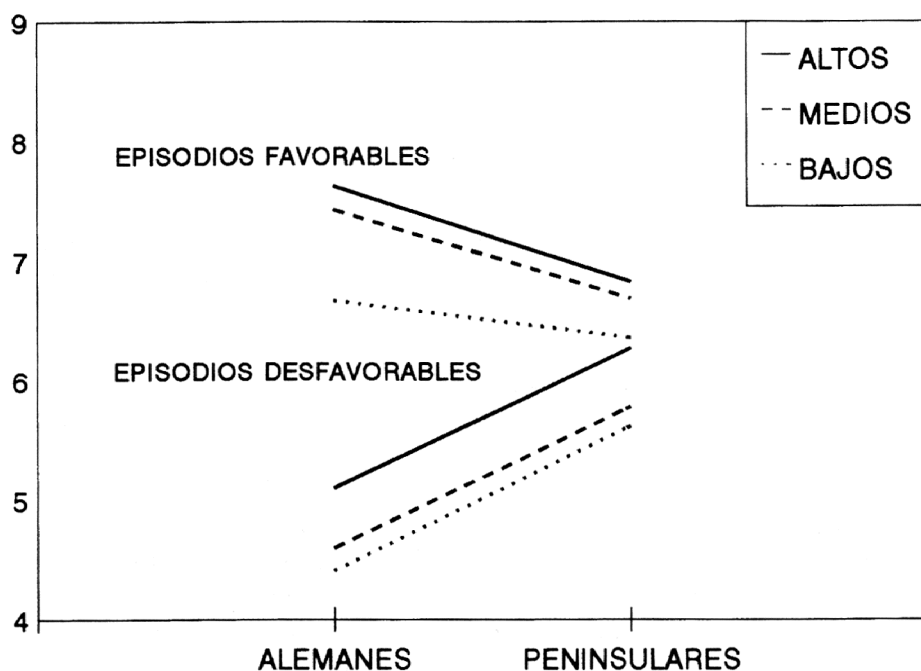
Tal como puede apreciarse en la tabla II, la pauta de valoraciones de los universitarios fue la esperada. Los sujetos situados en el nivel alto evaluaron peor a los turistas que los situados en los niveles medio y bajo. Los estudiantes de hostelería, por el contrario, mostraron una tendencia de respuesta inesperada. En este caso, son los sujetos del nivel medio los que tienden, aunque de forma no significativa, a valorar mejor a los turistas.

Concepción económica del turismo y valoración de los turistas

Los resultados respecto a la teoría económica son, como veremos, similares a los descritos en el apartado anterior. Sin embargo, nos encontramos con una variación importante, la existencia de diferencias significativas en las valoraciones de los sujetos con distintas puntuaciones en esta segunda teoría ($F(2,226)=6.27$; $p<0.01$).

FIGURA 2

Valoración de turistas alemanes y peninsulares según su puntuación en TEORIA ECONOMICA



En la figura 2 puede apreciarse que los sujetos con puntuaciones altas y bajas en la teoría económica valoran de forma diferenciada a los personajes. En concreto, son los que puntúan alto los que evalúan mejor a los turistas. Este resultado se repite para los dos grupos nacionales. Asimismo, se manifiesta independientemente de que los episodios sean favorables o desfavorables.

La figura anterior revela además que el tipo de episodio provoca diferencias significativas en las respuestas de los sujetos ($F(1,226)=161.69$; $p<0.01$). La valoración de los personajes vuelve a ser más positiva tras la presentación de episodios favorables que tras episodios desfavorables.

Los datos revelan también la existencia de una interacción significativa entre la variable país y el tipo de episodio ($F(1,226)=76.64$; $p<0.01$), tal como ocurría respecto a la teoría crítica. En la figura 2 puede verse que, tras la presentación de información desfavorable, se evalúa mejor a los peninsulares que a los alemanes. Por el contrario, los peninsulares se ven perjudicados frente a los alemanes cuando la información es favorable.

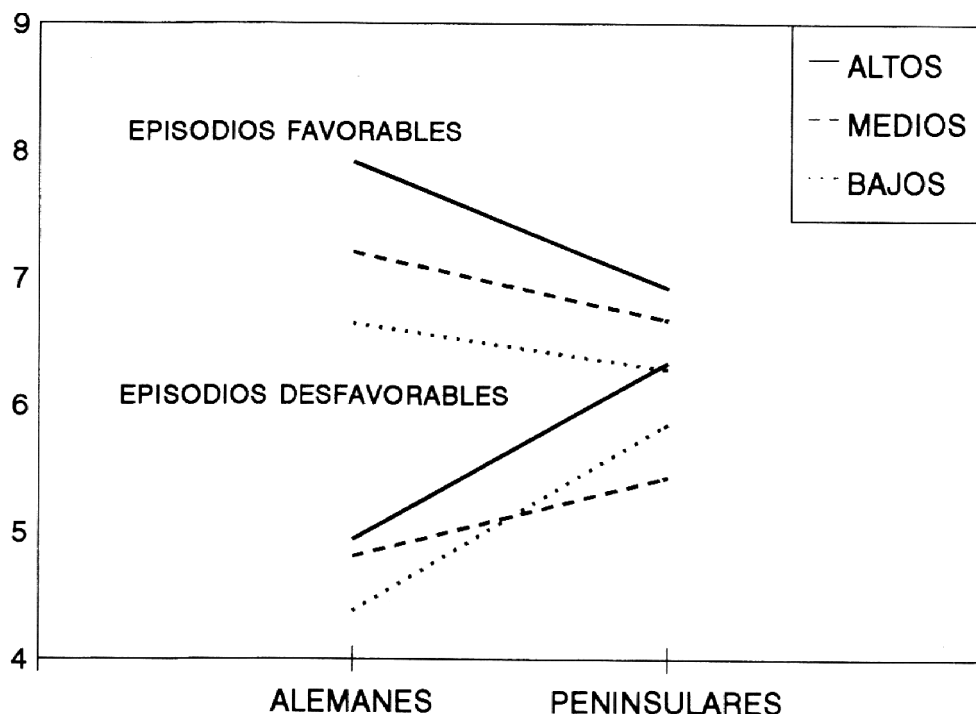
Finalmente, se detecta nuevamente un efecto aislado de la variable país ($F(1,226)=5.77$; $p<0.05$). Globalmente, los peninsulares reciben una valoración más positiva que los alemanes, debido a que son los episodios desfavorables los que produjeron las diferencias más acusadas en las valoraciones.

Concepción lúdica del turismo y valoración de los turistas

En este caso, los resultados son similares a los encontrados para la teoría económica. Sin embargo, destaca la existencia de una interacción entre las tres variables estudiadas que no se había hecho patente en los dos casos anteriores.

FIGURA 3

Valoración de turistas alemanes y peninsulares según su puntuación en TEORIA LUDICA



En la figura 3 se observa, en primer lugar, que el tipo de episodios ha vuelto a generar evaluaciones significativamente diferentes ($F(1,225)=163.07$; $p<0.01$). Como era de esperar, la información favorable provoca mejores valoraciones que la desfavorable.

Por otro lado, se aprecia una interacción significativa entre las variables país y episodio ($F(1,225)=76.33$; $p<0.01$). Como en los dos casos anteriores, los peninsulares se ven claramente favorecidos frente a los alemanes cuando los episodios son desfavorables. Asimismo, se detecta la tendencia opuesta, significativa sólo en el caso de los que puntuaron alto en la teoría lúdica, tras la presentación de información favorable.

El efecto de la variable país ($F(1,225)=5.03$; $p<0.05$) se debe, como en los dos casos anteriores, al peso relativamente mayor de los episodios desfavorables sobre las valoraciones.

La puntuación de los sujetos en la teoría lúdica también produjo diferencias significativas en sus respuestas ($F(2,225)=7.88$). En la figura 3 puede observarse que los sujetos que puntúan alto en esta teoría son los que mejor valoran a los personajes, independientemente del tipo de información y del grupo de turistas al que se haga referencia. Los sujetos clasificados en los otros dos grupos, medio y bajo, manifiestan una

pauta de respuesta diferente según el tipo de episodio. De ahí que se detectara la existencia de una interacción entre todas las variables ($F(2,225)=2.94$; $p=0.05$). En concreto, los sujetos clasificados en el nivel bajo tienden a valorar peor a los personajes que los del nivel medio, salvo cuando la información es desfavorable y se refiere a alemanes.

DISCUSIÓN

El resultado que se desprende más nítidamente de la presente investigación es que los sujetos respondieron diferencialmente ante el carácter favorable o desfavorable de los episodios. Tomado aisladamente, esto indicaría que los sujetos realizaron sus evaluaciones a partir de la información diagnóstica disponible, sin verse influidos por la pertenencia categorial de los personajes. De hecho, nuestros datos concuerdan con los obtenidos por Bodenhausen y Lichenstein (1987) según los cuales, en tareas simples se hace mayor uso de información diagnóstica que en tareas complejas. En este sentido, estamos asumiendo que las evaluaciones que realizaron los sujetos de nuestro estudio no requirieron un esfuerzo cognitivo destacable. Asimismo, tampoco cabe dudar sobre la accesibilidad de la información categorial, ya que previamente se había pasado una escala de estereotipos a los sujetos.

Ahora bien, si analizamos la interacción detectada entre las variables episodio y país, veremos que los sujetos no prescindieron totalmente de la información categorial para enjuiciar a los turistas. En todas las gráficas se pone de manifiesto que se evaluó de forma distinta a los alemanes y a los peninsulares. Las diferencias en los promedios obtenidos a partir de la información favorable y desfavorable fueron mayores en el primer caso que en el segundo. En otras palabras, la evaluación de los alemanes se vio más afectada por los datos episódicos que la de los peninsulares.

Los resultados de esta interacción podrían apoyar la teoría de la complejidad-extremidad de Linville (1982). Según dicha teoría, la representación del endogrupo tiende a ser más compleja que la del exogrupo, debido a que existe mayor contacto con el primero que con el segundo. A medida que aumenta la experiencia con un grupo, aprenderíamos a evaluarle a partir de mayor número de dimensiones. Como consecuencia, nuestras evaluaciones se moderarían y no serían tan extremas en un continuo de favorabilidad-desfavorabilidad. Por el contrario, las valoraciones de los grupos menos conocidos serían más extremas, debido a que la evaluación dependería más claramente de la información disponible.

Aunque esta aproximación compara las respuestas ante el endogrupo y el exogrupo, podría ser útil para interpretar los datos de nuestra investigación. De hecho, el factor relevante para Linville es el grado de conocimiento que se tiene de cada grupo. En este sentido, podemos afirmar que nuestros sujetos están más familiarizados con los turistas peninsulares que con los alemanes (González y Rodríguez, en prensa). Por lo tanto, creemos que las diferencias en los promedios de evaluación de los alemanes son mayores que las de los peninsulares debido a que este último grupo es más familiar a los sujetos de la investigación.

Un segundo resultado, no menos importante, se refiere a las diferencias significativas detectadas en las evaluaciones de los sujetos en función de su posición respecto a las teorías económica y lúdica. Asimismo, encontramos una tendencia también significativa en los universitarios, respecto a la teoría crítica. Estos datos apoyan nuestra hipótesis de partida. Las concepciones de los sujetos afectan, por lo tanto, a su interpretación de la información episódica. Esta influencia se manifiesta además de forma coherente, ya que las diferencias encontradas son, en general, acordes con lo esperado. Así, por ejemplo, los sujetos con una visión más positiva del turismo (altos en las teorías económica y lúdica), valoran mejor a los personajes que los que manifiestan una visión más negativa (medios y bajos en dichas teorías).

Las diferencias encontradas en función de la puntuación en las teorías implícitas resultan más destacables si tenemos en cuenta que el carácter favorable o desfavorable de los datos era muy claro. Por lo tanto, no cabía duda a la hora de interpretarlos. ¿Qué pasaría si la información facilitada no fuese tan clara? ¿Qué ocurriría si los sujetos tuvieran que observar la situación y extraer ellos mismos sus propias conclusiones? En este caso, es posible que las concepciones de los sujetos les guíen a diferencias más importantes en sus evaluaciones.

Con relación a la teoría crítica, cabe destacar la respuesta inesperada de los estudiantes de hostelería. De hecho, es el único caso donde las valoraciones de los sujetos situados en los tres niveles teóricos no resultan significativamente diferentes. Pese a todo, los sujetos del nivel medio destacan por manifestar una tendencia mayor, que el resto de los estudiantes, a valorar positivamente a los turistas. ¿Cómo explicar esto?

Parece razonable pensar que la teoría crítica sea la más conflictiva de las analizadas en esta investigación, puesto que es la única que valora negativamente el fenómeno turístico. Partiendo de esta idea podríamos entender, por qué no resultó significativa entre los estudiantes de hostelería. De hecho, parece lógico que aquellos que esperan trabajar en este sector no lleguen a mostrar una actitud realmente crítica hacia esta actividad. Esto explicaría porqué los sujetos situados en los niveles alto y bajo obtienen prácticamente los mismos promedios en valoración. Ahora bien, ¿cómo explicar la tendencia encontrada en los sujetos asignados al nivel medio?

Algunos investigadores han empezado a interesarse por aquellos individuos con actitudes ambivalentes hacia determinados exogrupos. Este es el caso, por ejemplo, de Katz (1981) (Katz, Wackenhut y Hass, 1986) y su teoría de la ambivalencia-amplificación. Según dicha teoría, las personas que mantienen una posición ambigua respecto a los miembros de otro grupo manifiestan un comportamiento peculiar frente a ellos. Así, cuando la información disponible favorece al individuo observado, el observador le evalúa más positivamente que a los miembros de su propio grupo. Por el contrario, si los datos disponibles son negativos, el observador se mostrará más desfavorable con ese individuo que con los miembros de su propio grupo. Ahora bien, aunque dicha amplificación ha sido detectada en numerosos estudios, existe poca evidencia de la conexión entre amplificación y ambigüedad. Quizá el trabajo más claro en este sentido sea el realizado por Katz, Glass y Cohen (1973).

Desde nuestro punto de vista, el comportamiento de los sujetos del nivel medio podría guardar relación con este fenómeno. Como ya hemos dicho, la teoría crítica debe resultar conflictiva para los estudiantes de hostelería. Por lo tanto, es posible también que los sujetos del nivel medio estén manifestando, a través de sus valoraciones, una posición ambigua ante los turistas. Con todo, nuestros datos no coinciden totalmente con las predicciones de la teoría de Katz, ya que las respuestas de los sujetos resultaron independientes del carácter favorable o desfavorable de la información. Creemos, sin embargo, que este hecho no invalida la interpretación anterior, sino que llama la atención sobre algunos factores que pueden estar afectando a este proceso. Así, es posible que algunas variables contextuales o grupales modifiquen las respuestas de los sujetos con posiciones ambiguas. En nuestro caso, los sujetos medianamente críticos tendrían, pese a su posición ambivalente respecto al turismo, sobradas razones para hacer una valoración favorable de los turistas.

Tal como indicamos en la introducción, se ha constatado reiteradamente la existencia de un efecto o sesgo de negatividad. Esto implica que la información negativa tiene más peso sobre la representación y evaluación de las personas que la positiva (vid. Lewicka,

Czapinski y Peeters, 1992). En nuestro caso, sin embargo, todo parece indicar que se produjo una tendencia en sentido inverso. Aunque no analizamos el carácter favorable o desfavorable de la información tal como suele hacerse en los estudios sobre asimetría. De hecho, en la presente investigación, los sujetos sólo disponían de uno y otro tipo de datos respecto a cada personaje. Sí hemos podido constatar que los promedios tienden a situarse sobre el lado positivo de la escala. Así, si admitimos que 5.5 es el punto medio teórico de ésta, podremos afirmar que las evaluaciones fueron, en general, positivas.

A pesar de que el efecto de negatividad se ha encontrado persistentemente, algunos estudios recientes comienzan a detectar condiciones bajo las cuales no se produce. Martijn, Spears, Van der Plig y Jackobs; (1992), por ejemplo, encontraron que el efecto de negatividad era mayor cuando la información hacía referencia a la moralidad de los personajes y no tanto a su habilidad. En la misma línea, la presente investigación apunta otro factor que puede contribuir a modificar dicho sesgo. Concretamente, la información categorial de los sujetos ha conseguido invertir el efecto de asimetría esperado debido a que la valoración general de los grupos estudiados tiende a ser favorable.

En definitiva, los resultados parecen indicar que las evaluaciones se han visto afectadas tanto por la información personal como por la pertenencia categorial de los personajes. Esto se infiere a partir de los resultados comentados anteriormente. Por un lado, los sujetos tuvieron en cuenta el carácter favorable o desfavorable de la información. Por otro, el patrón de evaluación encontrado en el caso de los alemanes y los peninsulares es diferente. Es posible, por tanto, que no tengamos que plantearnos cuándo se utiliza uno u otro tipo de información, sino cuándo y cómo se produce la integración de ambos. Esto concuerda con la idea de que el proceso perceptivo constituye un continuo, tal como postulan Fiske y Neuberg, y no un proceso dicotómico. Por lo tanto, no parece probable que nos veamos obligados a elegir, salvo en aquellos casos en los que nuestra capacidad atencional se ve limitada. En la medida en que no se produzca sobrecarga, podremos considerar qué elementos informativos, tanto categoriales como personales, son más adecuados para interpretar la situación. En este proceso, las creencias del observador juegan un papel importante, tal como se manifiesta a través de los resultados. Así, los sujetos con diferentes concepciones interpretaron de forma diferencial la información personal, sin olvidar la pertenencia categorial de los turistas.

Referencias

- ASHMORE, R. D.; DEL BOCA, F. K., y WOHLERS, A. J. (1986). Gender stereotypes. En R. D. Ashmore y F. K. Del Boca (Eds.), *The social psychology of female-male relations*, Orlando, FL: Academic Press.
- BODENHAUSEN, G. V., y LICHENSTEIN, M. (1987): Social stereotypes and information-processing strategies: the impact of task complexity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 871-880.
- BREWER, M. B. (1988): A dual process model of impression formation: a cognitive-motivational analysis. En T. K. Srull y R. S. Wyer (Eds.), *Advances in social cognition*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- CORREA, A. y CAMACHO, J. (1994). Diseño de una metodología para el estudio de las teorías implícitas. En M. J. Rodrigo, A. Rodríguez y J. Marrero (Eds.), *Las teorías implícitas. Una aproximación al conocimiento cotidiano*. Madrid: Aprendizaje Visor.
- FISKE, S. T. (1988): Compare and contrast. Brewer's dual process model and Fiske et al.'s continuum model. En T. K. Srull y R. S. Wyer (Eds.), *Advances in social cognition*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- FISKE, S. T., y NEUBERG, S. L. (1989): Category-based and individuating processes as a function of information and motivation: Evidence from our laboratory. En D. Bar-Tal, C. Graumann, A. Kruglanski y W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and prejudice, Changing conceptions*. London: Springer Verlag.
- GONZÁLEZ, R., y RODRÍGUEZ, A. (1994). El contenido de los estereotipos y su relación con las teorías implícitas. *Psicothema*, 6, 375-386.

- KATZ, I. (1981). *Stigma: A social psychological analysis*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- KATZ, L.; GLASS, D. C., y COHEN, S. (1973). Ambivalence, guilt, and the scapegoating of minority group victims. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 423-436.
- KATZ, I.; WACKENHUT, J., y HASS, R. G. (1986). Racial ambivalence, value duality, and behavior. En J. F. Dovidio y S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination, and racism*. Londres: Academic Press.
- KOMATSU, L. K. (1992). Recent view of conceptual structure. *Psychological Bulletin*, 112, 500-526.
- KRUEGER, J., y ROTHBARTT, M. (1990). Use of categorial and individuating information in making inferences about personality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 187-197.
- LAKOFF, G. (1987). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago: Chicago University Press.
- LEWICKA, M.; CZAPINSKI, J., y PEETERS, G. (1992). Positive negative asymmetry or «when the heart needs reason». *European Journal of Social Psychology*, 22, 425-434.
- LINVILLE, P. W. (1982). The coinplexity-extremity effect and age-based stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 193-211.
- LOCKSLEY, A.; BORGIDA, E.; BREKKE, N., y HEPBURN, C. (1980). Sex stereotypes and judgment of individuals: An instance of the base-rate fallacy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 821-831.
- MARTIJN, C.; SPEARS, R.; VAN DER PLIG, J., y JACKOBS, E. (1992). Negativity and positivity effects in person perception and inference: ability versus morality. *European Journal of Social Psychology*, 22, 453-463.
- MEDIN, D. L., y WATTENMAKER, W. D. (1987). Category cohesiveness, theories, and cognitive archeology. En U. Neisser (Ed.), *Concepts and conceptual development. Ecological and intellectual factors in categorization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MURPHY, G. L., y MEDIN, D. L. (1985). The role of theories in conceptual coherence. *Psychological Review*, 92, 289-316.
- OAKES, P. J.; HASLAM, A., y TURNER, J. C. (1994). *Stereotyping and social reality*. Oxford: Blackwell.
- OAKES, P. J., y TURNER, J. C. (1990). Is limited information processing capacity the cause of social stereotyping? *European Review of Social Psychology*, 1, 111-135.
- THUROT, J. M.; CAMUSET, F.; GAY-PARA, G., y BARETJE, R. (1978). Efecto del turismo en los valores socio-culturales. *Estudios Turísticos*, 57-58, 233-256.
- TROPE, Y. (1989). Stereotypes and dispositional judgment. En D. Bar-Tal, C. Graumann, A. Kruglanski y W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and prejudice. Changing conceptions*. Londres: Springer Verlag.
- WYER, R. S., y MARTIN, L. L. (1986). Person memory: The role of traits, group stereotypes, and specific behaviors in cognitive representation of persons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 661-675.

Anexo 1

Enunciados sobre el turismo con expresión del factor y pesos factoriales para cada uno de ellos.

TEORIA CRÍTICA

- La economía de las islas siempre ha estado controlada por intereses extraños a nuestra gente (.701).
- El turismo nos traerá consecuencias irreparables (.698).
- El desarrollo turístico amenaza nuestra identidad (.639).
- Las autoridades deberían intervenir para evitar el caos turístico (.582).
- Los puestos de trabajo de responsabilidad generados por el turismo son siempre para los extranjeros (.564).
- El turismo es una nueva forma de dominación extranjera (. 547).
- Parte de los beneficios del turismo va a parar a manos extranjeras (.529).
- El turismo puede acarrear problemas si no se controla adecuadamente (.524).
- Los que viven en zonas turísticas tienen que pagar los artículos de primera necesidad a precios elevadísimos (.497).
- La colonización que sufrieron las islas ha hecho que los canarios sintamos recelo hacia todo lo que viene de fuera (.467).

- A medida que nuestros centros turísticos crecen en importancia atraen a mayor número de delincuentes (.462).
- Muchos turistas nos visitan porque aquí pueden conseguir alcohol a bajo precio (.453).
- El turismo nos empuja a un estilo de vida consumista y derrochador (.448).
- Los turistas que nos visitan sólo se interesan por la playa y las discotecas (.439).
- Los turistas que nos visitan dejan cada vez menos dinero (.433).

TEORÍA ECONÓMICA

- El turismo es una industria floreciente que nos deja muchos beneficios (.712; satura en la teoría crítica -.338).
- El turismo influye positivamente sobre la balanza de pagos y la industrialización (.603).
- El turismo ha permitido, por primera vez en nuestra historia, que los canarios no tengamos que emigrar (.578).
- El sol que buscan los turistas es una fuente de riqueza que puede darnos continuos beneficios (.556).
- El turismo contribuye al desarrollo de la infraestructura de un país (.550).
- Las inversiones realizadas en la industria turística pueden darnos beneficios casi inmediatos (.437).
- El turismo puede sacarnos de la crisis económica que padecemos (.487).
- Los jóvenes que trabajan en el sector turístico pueden independizarse de sus padres y tomar sus propias decisiones (.483; satura .349 en la teoría lúdica).
- El turismo posibilita que las personas con iniciativa tengan la oportunidad de prosperar económicamente (.472).
- El turismo ha potenciado el crecimiento de las clases medias en Canarias (.421).
- La ventaja que tiene la industria turística es que siempre habrá gente con ganas de viajar (.404).

TEORÍA LÚDICA

- Si viajáramos más estaríamos mentalmente más sanos (.687).
- Hacer turismo es una forma sana de olvidarnos de problemas personales (.659).
- Sería conveniente que, cada cierto tiempo, nos alejáramos del lugar donde vivimos para encontrar a nosotros mismos (.647).
- Si las personas tuviéramos más tiempo libre para viajar seríamos menos manipulables políticamente (.637).
- Creo que muchos problemas personales, aparentemente insolubles, los podemos ver con más claridad cuando viajamos (.628).
- Si viajáramos más, seríamos más tolerantes y comprenderíamos mejor a los demás (.610).
- El turismo nos da la posibilidad de realizar una vieja aspiración, vivir la vida como un juego (.497).
- Viajar y conocer otras formas de vida hará que las personas seamos más sabias (.471).
- Hacemos turismo con la esperanza de encontrar un lugar donde construir una nueva vida (.365).