

TÉCNICAS DE MEDICIÓN POR MEDIO DE ESCALAS.

Miguel Aigner. Compilador

Abstract. The attitude scales are technical of measurement of the amount of a property, call attitude towards something, owned by a set of persons.” In operative terms, in the applied research in Social Sciences, one generally accepts that an attitude is a relatively lasting organization of beliefs around an object or a situation, which predispose to react preferably of a certain way” (Milton Rokeach). The attitudes logically are constructos hypothetical (they are inferred but not objectively observable), are manifestations of the conscious experience, information of the verbal conduct, the daily conduct, etc...

Introducción

Las escalas de actitud son técnicas de medida de la cantidad de una propiedad, llamada actitud hacia algo, poseída por un conjunto de personas.

¿Qué es una escala como instrumento de recolección de información?

En un cuestionario se nos presenta como un conjunto de preguntas que tienen una estructura de **ítems o proposiciones** utilizados para cuantificar características o variables del comportamiento social. Estas características, llamadas actitudes generalmente se conciben como latentes o no-manifiestas.

¿Cuándo usarlas? Sirven para medir conceptos abstractos tales como “poder”, libertad, democracia o “situaciones complejas”(comportamientos sociales) que son difíciles de cuantificar porque están compuestos por características o dimensiones no observables (no tienen referentes empíricos a simple vista) o, si los tienen, están asociados a componentes afectivos que generalmente se conciben como “latentes” o “no-manifiestas” lo que las hace de difícil cuantificación. Solo se

pueden medir “indirectamente” a través de procedimientos de medición, tales como las escalas.

¿Para qué se utilizan las escalas de actitud y de opinión?

1. Como instrumento de medición de las características de una variable: Las escalas permiten que los valores de la variable puedan ser representados por un puntaje.
2. Como definición operacional de un concepto abstracto.
3. Como un instrumento de medición de asuntos complejos o sensibles.

¿Qué es una actitud?

En términos operativos, en la investigación aplicada en Ciencias Sociales, generalmente se acepta que una actitud es una organización relativamente duradera de creencias en torno a un objeto o una situación, las cuales predisponen a reaccionar preferentemente de una manera determinada” (Milton Rokeach¹). Las actitudes lógicamente son constructos hipotéticos (son inferidos pero no objetivamente observables)², son manifestaciones de la experiencia consciente, informes de la conducta verbal, de la conducta diaria, etc...

¹ **Naturaleza de las actitudes.** Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, Vol. 1, 1968, Pág. 15

² Sobre constructos hipotéticos y variables intermedias puede consultarse el trabajo de MacCorquodale y Meehl (1948).

En la definición anterior hay que destacar cinco (5) ideas o aspectos:

- Las creencias son la base de las actitudes.
- Las actitudes se pueden referir a “objetos³” y “situaciones⁴”
- Las actitudes son predisposiciones a actuar a partir de la experiencia
- Son predisposiciones que necesitan de estímulos socio - culturales
- El núcleo de estas predisposiciones lo constituyen los “valores” que orientan el comportamiento y son “la fuerza motivacional”

Los seres humanos tenemos **actitudes hacia muy diversos objetos y situaciones** y símbolos, por ejemplo, hacia el aborto, la política económica del país, la acreditación, los sistemas de evaluación, los modelos pedagógicos, los diferentes grupos étnicos, la Ley, etc.

Las actitudes están relacionadas con el comportamiento que mantenemos en torno a los objetos a que hacen referencia. *Si mi actitud hacia la política de acreditación curricular es favorable, lo más seguro es que participaré en su desarrollo e implementación en la U. Si mi actitud es desfavorable a cierto candidato presidencial, lo más probable es que no vote por él en las próximas elecciones.*

Las actitudes son sólo un “indicador” de la conducta pero *NO la conducta*. Es por ello, que las mediciones de actitudes deben interpretarse como “síntomas” o como indicios y no como hechos.

³ **OBJETOS:** se refieren a personas o grupos de personas, instituciones, organizaciones o a problemas susceptibles de debate.

⁴ **SITUACIONES:** hacen referencia a situaciones y a comportamientos específicos de los referidos “objetos”. Es decir, hay una actitud hacia un “objeto” y una actitud hacia una situación.

Diseños Cuantitativos

M. Aigner

Por ejemplo, si se detecta que la actitud de un grupo hacia la contaminación es desfavorable, esto no significa que las personas están adoptando acciones para evitar la contaminación, pero si es un buen indicador que pueden ir las adoptando paulatinamente.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTITUDES:

1. Dirección: positiva o negativa; favorable o desfavorable
2. Intensidad: alta o baja

LAS ACTITUDES SE PUEDEN REFERIR A OBJETOS Y A SITUACIONES:

- Los objetos son: personas o grupos de personas, instituciones, organizaciones, minorías o mayorías políticas, raciales, religiosas y a problemas de discusión.
- Las situaciones son: comportamientos específicos de los referidos objetos.

Ejemplificación: Una cosa es la actitud hacia una religión y otra cosa sería la actitud hacia tener una iglesia como vecina.

¿QUÉ ES UNA CREENCIA? En términos operativos es la acción de creer en un objeto o situación que se supone verosímil o que tiene para el individuo algo digno de ser creído.

Todas *las actitudes implican creencias*, pero no todas las creencias implican actitudes. Cuando determinadas actitudes específicas se organizan en una estructura jerárquica, constituyen sistemas de valores.

Un enunciado que expresa la creencia puede manifestarse en la siguiente forma:

“Yo creo (o pienso) que tal y tal cosa”

COMPONENTES DE UNA CREENCIA

- Componente cognitivo o de conocimiento⁵
- Componente afectivo que se expresa en términos de simpatía – antipatía y corresponde al hecho que la creencia es capaz de activar afectos.
- Componente de acción o de comportamiento que contiene una disposición a responder de determinada manera

PANORÁMICA DEL CONCEPTO GENERAL DE ACTITUD

A continuación se ofrece una panorámica del concepto general de actitud. Una selección de las más destacadas podría ser:

- Thomas y Znaniecki (1918) es una tendencia a la acción.
- Thurstone (1928) es la suma de las inclinaciones, sentimientos, prejuicios, sesgos, ideas preconcebidas, miedos, amenazas y convicciones acerca de un determinado asunto.
- Chein (1948) es una disposición a evaluar de determinada manera ciertos objetos, acciones y situaciones.
- Krech y Krutchfield (1948) es un sistema estable de evaluaciones positivas o negativas, sentimientos, emociones y tendencias de acción favorables o desfavorables respecto a objetos sociales.
- Newcomb (1959) es una forma de ver algo con agrado o desagrado.
- Sarnoff (1960) es una disposición a reaccionar de forma favorable o desfavorable.

- Secord y Backman (1964) son ciertas regularidades en los sentimientos, pensamientos y predisposiciones a actuar respecto a algún aspecto del entorno.
- Sherif y Sherif (1965) son las posiciones que la persona adopta y aprueba respecto a objetos, asuntos controvertidos, personas, grupos o instituciones.
- Rokeach (1968) es una organización, relativamente estable, de creencias acerca de un objeto o situación que predispone al sujeto para responder preferentemente en un determinado sentido.
- Triandis (1971) es una idea cargada de emotividad que predispone a una clase de acciones ante una clase particular de situaciones sociales.
- Fazio y Roskos-Ewoldsen (1994) son asociaciones entre objetos actitudinales (prácticamente cualquier espectro del mundo social) y las evaluaciones de estos objetos.

Antes de seguir adelante es oportuno establecer un concepto diferencial entre actitud y otros conceptos cercanos. Así la primera diferencia se debe establecer entre **Sentimientos** y **Actitudes** (Jiménez, 1985). Según Allport las diferencias se podrían establecer en:

- **el sentimiento** se centra en su objeto, en tanto **la actitud** puede ser más difusa.
- **el sentimiento** es consciente en tanto **la actitud** cubre aspectos conscientes y reprimidos (Allport, 1968, pp.63-64)

⁵ Se tiene o se cree tener un conocimiento sobre un objeto o una situación y se expresa en términos de : “creo que... o “no creo que..”

Otra de las diferencias que se debe establecer es entre **Actitud** y **Rasgo de Personalidad** (Allport, 1970, pp.311):

- el objeto de una actitud es definido en tanto el rasgo de personalidad es una manera general de comportamiento del individuo.
- las actitudes pueden ser específicas o generales en tanto los rasgos de personalidad son siempre generales.
- la actitud entraña aceptación o rechazo, mientras los rasgos no poseen una dirección definida.

Además se puede considerar la diferencia entre **Actitudes** y **Opiniones**, siendo esta última una manifestación más específica de la actitud que no implican necesariamente componentes afectivos y conductuales. La opinión es un juicio general sobre un objeto.

La última diferencia que se debe establecer es entre **Actitudes** y **Valores**, haciendo las siguientes puntualizaciones (Rokeach, 1973, pp.17-19):

- el valor es una creencia individual, en tanto la actitud es una organización de varias creencias focalizadas en un objeto o situación.
- el valor trasciende objetos y situaciones, mientras la actitud se centra en un objeto o situaciones concretos.
- el valor tiene carácter normativo, la actitud no.
- los valores son más centrales que las actitudes en el sistema de personalidad del individuo.

Diseños Cuantitativos

M. Aigner

En un intento de sintetizar, Rodríguez (1967, pp.329) afirma que una actitud es *"una organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotadas de una carga afectiva en favor o en contra de un objeto social definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto"*.

No obstante y antes de elegir una definición sería conveniente recordar que las definiciones de actitud se generan en torno a dos posturas:

- Los defensores de **los modelos unidimensionales**
- Los defensores de **los modelos multidimensionales**.

En torno a esta última postura surge la definición de Rosenberg y Hovland (1960, p.3): *"predispositions to respond to some class of stimuli with certain classes of responses and designate three major types of responses as cognitive, affective, and behavioral"*

Este tipo de definición considera que las actitudes están constituidas por **un triple componente**:

- I. afectivo (sentimientos evaluativos de agrado o desagrado),
- II. cognoscitivo (opiniones e ideas acerca del objeto)
- III. conductuales (tendencias de acción).

A este modelo se le conoce con el nombre de **Modelo de Actitudes de Tres Componentes**.

En contra del modelo tripartito afirman que los tres factores *-afectivo, cognitivo y comportamental-* podrían estar desconectados lo que llevaría a distinguir entre

creencias, actitudes, intenciones y conductas. Así las **actitudes** representan **las emociones respecto al objeto de actitud**, es decir, la evaluación positiva o negativa que se hace acerca de ese objeto.

Las **creencias** se refieren a las opiniones emitidas acerca del objeto de actitud. Y finalmente, **la conducta o intenciones conductuales** se relacionan con la predisposición para cierta clase de acción, esto es, la disposición a comportarse de una forma especial con respecto a un objeto determinado de actitud.

El **Modelo de Expectativa-Valor** describe la relación entre creencias y actitudes. Así, la actitud de una persona hacia el objeto de actitud es una función del valor de los atributos asociados al objeto y de la expectativa, es decir, la probabilidad subjetiva de que el objeto de actitud esté caracterizado por estos atributos. Una actitud se predice mediante la suma de los productos que resultan al multiplicar los componentes del valor y de la expectativa asociada a cada atributo⁶.

$$A_0 = \frac{\sum b_i \cdot e_i}{n}$$

Además, hay que tener en cuenta la diferente consideración que ha recibido cada uno de los componentes del constructo actitud. Petty y Cacioppo consideran primordial **el carácter evaluativo de las actitudes**:

"el término actitud deberá ser usado para referirse a un sentimiento general permanentemente positivo o negativo, hacia alguna persona, objeto o problema"
(Petty y Cacioppo, 1981, p.7)

⁶ A_0 es la actitud hacia el objeto; b_i es la creencias i ; e_i es la evaluación del atributo i ; y n es el número de creencias.

La evidencia empírica para apoyar un modelo unidimensional o bien multidimensional de las actitudes es contradictoria⁷, en este caso las creencias acerca del objeto de actitud deben ser simples y no contradecirse. Pero si las creencias son numerosas y, al menos, parcialmente contradictorias, una respuesta únicamente evaluativa no será suficiente para representar la estructura total de la actitud⁸.

Todas las actitudes implican creencias, pero no todas las creencias implican actitudes. Cuando determinadas actitudes específicas se organizan en una estructura jerárquica, constituyen sistemas de valores.

Según Katz (1984) la intensidad de una actitud hace referencia a la fuerza del componente afectivo. De hecho las escalas de evaluación o puntuación e incluso las escalas Thurstone se centran fundamentalmente en la intensidad del sentimiento del individuo en favor o en contra de algún objeto social.

Otro aspecto importante a tener en cuenta según Katz (1984) es la relación entre actitud y conducta manifiesta. Si bien la conducta relacionada con la actitud tiene otros determinantes además de los de la actitud en sí, también es verdad que en sí mismas algunas actitudes tienen más que otras de lo que Cartwright (1949) denomina estructura de acción.

⁷ De acuerdo con Chaiken y Stangor (1987) no se puede emitir un juicio definitivo acerca de la dimensionalidad de las actitudes.

⁸ Bagozzi y Burnkrant (1985) apoyan un modelo de dos dimensiones, el componente afectivo y el cognitivo, mientras que Dillon y Kumar (1985) sostienen que los modelos conceptualmente consistentes son los de un componente.

Los esfuerzos por “**cambiar las actitudes**” pueden dirigirse sobre todo al componente de creencias o al componente sentimental o afectivo (Katz, 1984). Rosenberg (1960) supone que un cambio en uno de los componentes produce cambios en el otro y presenta evidencia experimental para confirmar esta hipótesis.

Para conocer los mecanismos de cambio deberemos conocer su funcionalidad. Así Katz (1984) define **cuatro funciones que pueden desempeñar las actitudes en la personalidad** con relación a sus bases motivacionales y son:

Función instrumental, adaptativa o utilitaria. Esencialmente esta función consiste en reconocer el hecho de que la gente se esfuerza en maximizar las gratificaciones del mundo externo y en minimizar lo desagradable.

Función defensiva del yo. A través de la cual la persona se protege a sí misma de reconocer las verdades básicas sobre sí misma o las duras realidades de su ambiente externo.

Función expresiva de valores, en la que el individuo obtiene satisfacciones al expresar actitudes adecuadas a sus valores personales y a su concepto de sí mismo.

Función cognoscitiva. Las personas necesitan patrones o marcos de referencia para comprender su mundo y las actitudes ayudan a suministrar tales patrones.

De las afirmaciones vertidas hasta el momento, y con el fin de encauzar toda la argumentación teórica que viene a continuación, podemos considerar que la

actitud es un constructo teórico destinado a definir las relaciones entre el sujeto y el objeto. Estas definiciones en general se agrupan en dos vertientes:

- **Concepción mentalista** en la que consideran que la actitud es una disposición mental que orienta nuestra acción hacia el objeto de la actitud (Thomas y Znaniecki, 1918).
- **Una concepción conductista**, de la actitud, considerada ésta como una respuesta hacia un objeto determinado (Osgood et al.), 1957).

Una controversia clásica en la definición de la actitud, ya señalada anteriormente, hace referencia a **la naturaleza estructural de las actitudes**:

Por un lado la **Escuela del Componente Único** (o **Unidimensional**), mantiene que una actitud es simplemente la tendencia a evaluar un objeto o constructo en términos positivos o negativos. Esta escuela de pensamiento mantiene que las actitudes son evaluativas, y que se refieren a un objeto.

Por su parte la **Escuela de los Componentes Múltiples** (o **Multidimensional**), conceptualiza la estructura de la actitud formada por tres componentes (Ros, 1985, pp.220):

- **Cognoscitivo**. Está formado por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre un objeto. Los objetos no conocidos o sobre los que no se posee información no pueden generar actitudes. El componente cognitivo se refiere al grado de conocimiento, creencias, opiniones, pensamientos que el individuo tiene hacia su objeto de actitud

- **Afectivo** es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia principal con las creencias y las opiniones -que se caracterizan por su componente cognoscitivo-. El componente afectivo alude a los sentimientos de una persona y su evaluación del objeto de actitud
- **Componente Conductual** es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. Es el componente activo de la actitud. la dimensión conductual cubre tanto sus intenciones de conducta como sus acciones de respecto a su objeto de actitud.

CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTITUDES

Las actitudes de forma general podemos caracterizarla a través de los siguientes rasgos distintivos:

- **Dirección** es la dirección de la actitud que puede ser positiva o negativa.
- **Magnitud** es el grado de favorabilidad o desfavorabilidad con el que se evalúa el objeto de la actitud.
- **Intensidad** es la fuerza del sentimiento asociada con la actitud.
- **Centralidad** se refiere a la preponderancia de la actitud como guía del comportamiento del sujeto.

LAS TÉCNICAS MÁS CONOCIDAS PARA MEDIR ACTITUDES POR ESCALAS SON:

1. La técnica de escalamiento de Likert
2. El diferencial semántico
3. La escala de Guttman

LA TÉCNICA DE ESCALAMIENTO DE LIKERT

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de proposiciones⁹ o “juicios” ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se entrevista. Es decir, se presenta cada proposición o juicio que supuestamente miden la actitud hacia un único concepto subyacente, y se pide al entrevistado que “externalice” su “reacción” eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de respuesta de la escala. A cada punto o categoría se le asigna un valor numérico, así un sujeto obtiene una puntuación respecto a “la afirmación o juicio” y al final se obtiene una puntuación final sumando las puntuaciones obtenidas con relación a todas las afirmaciones o juicios.

Ejemplificación: La DIAN ayuda al contribuyente a resolver sus problemas de impuestos

Si estamos de muy de acuerdo o de acuerdo implica una actitud favorable. En cambio, si estamos muy en desacuerdo o en desacuerdo implica una actitud muy desfavorable. Por ejemplo,

⁹ Enunciado que presenta una idea, afirmación o propuesta rebatible.

(5) Muy de acuerdo - (4) De acuerdo - Ni de acuerdo ni en desacuerdo - (2) En desacuerdo - (1) Muy en desacuerdo

Es decir, estar “más acuerdo” implica una puntuación mayor. Cuando las afirmaciones son negativas se califican al contrario las positivas.

El N° de categorías se acorta o se incrementa de acuerdo a la capacidad de “discriminación” de los entrevistados.

FORMAS DE ADMINISTRACIÓN DE LA ESCALA DE LIKERT:

1. Autoadministrada
2. Entrevista

ETAPAS QUE SE SIGUEN EN LA CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN DE UNA ESCALA LIKERT:

1. Definición nominal o especificación de la actitud que se va a medir.
2. Formulación de proposiciones, preguntas, etc. que se supone son indicadores de esa actitud. Este paso se conoce también con el término de “operacionalización de la variable”. Del conjunto de ítems se deben seleccionar no más de 30 proposiciones.
3. Determinación de los puntajes asignados a las categorías de respuesta de las proposiciones. Seleccione un continuo de respuesta que representa una escala ordinal, de un mayor valor a un menor valor. Muy de acuerdo (5) a muy en desacuerdo (1)

Diseños Cuantitativos

M. Aigner

4. .Análisis de las proposiciones utilizadas para eliminar las inadecuadas.
5. Aplicación del cuestionario con las preguntas escalares a una población muestral.
6. Cálculo de los puntajes escalares individuales.
7. Tabular las respuestas siguiendo el siguiente procedimiento:
 - Asignar un valor numérico a cada categoría de respuesta;
 - Sumar los valores de las respuestas de cada respondente por separado, usando para ello los valores numéricos asignados a cada categoría de respuesta.
 - Ordene los respondentes según los puntajes obtenidos por cada uno de ellos.
8. Determine el poder discriminante del ítem o la confiabilidad de los ítems, esto es su capacidad para diferenciar a las personas en la actitud medida.

SUPUESTOS DE LA ESCALA DE LIKERT

1. Cada ítem o proposición cubre todo el continuo de la actitud desde un polo positivo (completamente de acuerdo) hasta el polo negativo (completamente en desacuerdo).
2. En una escala se debe indicar puntos específicos de respuestas alternativas a cada declaración (de acuerdo, indiferente o en desacuerdo)
3. A cada categoría de respuesta se le debe asignar un valor, por ejemplo: 1, 2, 3, 4, 5 o 1, 2, 0, -2, -3
4. La actitud de una persona puede ser determinado por la suma de sus respuestas a todas las declaraciones de la escala.
5. Cada ítems o proposición debe expresar una cuestión debatible. No un hecho incuestionable.
6. Cada proposición debe ser pertinente de la variable que se quiere medir
7. Evítese el doble sentido: la proposición debe tener sólo una interpretación
8. Evítese las proposiciones que contengan conceptos abstractos, de múltiple comprensión o que influyan en la respuesta.
9. Cada proposición debe ser exhaustiva (completa en cuanto expresar una actitud definida hacia un asunto único)
10. Cada proposición debe contener respuestas que sean realmente excluyentes una de otras.

LA TECNICA DEL DIFERENCIAL SEMÁNTICO

El diferencial semántico esta destinado a medir las diferencias de significaciones que tienen uno o más conceptos para distintas personas. Se trata de calificar el objeto de actitud mediante **una serie de adjetivos extremos**. Es decir, el entrevistado tiene que calificar “el objeto de actitud” en un conjunto de adjetivos polares.

Entre cada par de adjetivos polares se presentan varias opciones y el entrevistado selecciona aquella que refleje su actitud en mayor medida.

Ejemplo de escalas bipolares

Objeto de actitud: *candidato presidencial*

Duro _ _ _ _ _ Blando

Se observa que los adjetivos son “extremos” y que entre ellos hay **siete (7)** opciones o categorías de respuesta. Cada entrevistado califica al candidato en términos de esta escala de adjetivos polares.

Según esto, de manera general, el análisis de los datos obtenidos en la utilización de diferencial semántico se realiza mediante el calculo de la suma o del promedio de los valores asignados por las personas a los objetos en las escalas propuestas.

ETAPAS PARA DISEÑAR UNA ESCALA DIFERENCIAL SEMÁNTICO:

1. Generar una lista de adjetivos polares exhaustiva, pertinente y aplicable al “objeto de actitud a medir”
2. Diseño de una escala preliminar a probar en una prueba piloto
3. Correlacionar - reducir las respuestas de los entrevistados para cada par de adjetivos. Se descartan los menos relacionados y menos pertinentes.
4. Controlar la confiabilidad y validez de la escala total
5. Seleccionar los ítems que presenten correlaciones significativas con los demás ítems.
6. Diseño de la versión final de la Escala.

A título de ejemplificación, de la aplicación de ésta técnica se presenta un proyecto de investigación acerca de la elaboración del sentido de realidad en niños¹⁰ de 4 a 7 años de edad, en su relación con otros y con su mundo circundante procedentes de sectores de NBI. El trabajo se basa en el Proyecto Costa Atlántica (Barranquilla, Colombia). Con el fin de plantear la concepción que el niño de sectores populares tiene de su realidad, se estudiaron trece (13) conceptos considerados asociados al concepto de sentido de realidad de los niños:

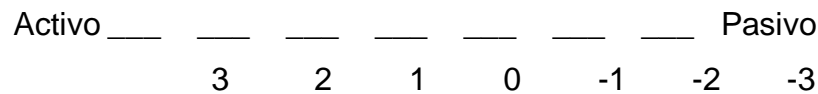
La belleza, la bondad, el dinero, la autoridad, la muerte, el trabajo, la amistad, la familia, la felicidad, la escuela, la salud, el género y el tiempo.

¹⁰ Niños colombianos: así nace el futuro. Una visión de la realidad social. Kary Cabrera y Consuelo Angarita

EJEMPLOS DE ADJETIVOS POLARES:

Costoso	Barato
Activo	Pasivo
Seguro	Peligroso
Profundo	Superficial
Agradable	Desagradable

MODALIDAD DE CODIFICACIÓN EN LA TÉCNICA DE DIFERENCIAL SEMÁNTICO



espacio semántico

Las escalas por diferencial semántico deben tener también un número impar de niveles o categorías, preferiblemente siete. Los adjetivos polares que se utilizan para expresar la significación de los objetos pueden ser reducidos según Osgood, a tres (3) dimensiones:

EVALUACION:	bueno – malo; optimista - pesimista
POTENCIA:	fuerte - débil; grande - pequeño,
ACTIVIDAD:	activo - pasivo; rápido - lento

La ejemplificación siguiente presenta las diversas formas para tratar los datos semánticos¹¹. A un grupo de personas se les presentan los conceptos trabajo, política, honestidad, líder y Congreso⁽¹²⁾ y se les pide calificar a cada una de estas escalas:

importante – sin importancia
bueno – malo,
claro – oscuro
útil – inútil.

Hay que destacar que las cuatro escalas pertenecen al “factor evaluativo”.

En la tabla siguiente se presentan los supuestos resultados obtenidos:

Datos de un diferencial semántico para la persona A

CONCEPTOS					
	<i>Trabajo</i>	<i>Político</i>	<i>Honestidad</i>	<i>Líder</i>	<i>Congreso</i>
<i>Escalas</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>
Importante – sin importancia	6	2	6	6	3
Bueno – malo	5	2	5	5	2
Claro – oscuro	6	2	2	6	2
Útil – inútil	5	1	5	5	2

¹¹ Briones Guillermo, Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales. Editorial Trillas, 2ª. Ed. México, 1992

¹² Los conceptos o dimensiones están relacionados con los objetivos de un sondeo de opinión política.

Total	22	7	18	22	9
-------	----	---	----	----	---

Si se recuerda que el análisis de este tipo de datos se dirige, básicamente a encontrar diferencias entre las personas en lo que se refiere a las distintas “**imágenes**” o **significaciones** que para ellas poseen los mismos objetos, hay varios procedimientos para el tratamiento o cálculo de la información que se logre:

Uno de ellos consiste en el cálculo de los valores totales que la persona otorgó a cada concepto, En el ejemplo, el **trabajo** tiene un valor de 22; la **imagen del político** de 7, la **idea de honestidad** de 18, el concepto de **líder** tuvo un favorabilidad de 22, el **Congreso** obtuvo una puntuación de 9

Encontrar el valor del **promedio global**, es decir, se toma en cuenta la suma de valores dados a los conceptos en todas las escalas y se divide ese valor entre el número de valores dados (si se han obtenido respuestas en todas, este último número resulta ser el número de conceptos multiplicados por el número de escalas). En el ejemplo dado ese promedio global es de 3.9 para la persona A.

La escala final se califica sumando las puntuaciones obtenidas respecto a cada ítem o par de adjetivos. Uno de los métodos **consiste en el cálculo de los valores totales que la persona otorgó a cada concepto.**

Si se analiza la información a nivel de los conceptos se puede ver, una vez efectuado los cálculos, que los conceptos de trabajo, honestidad y líder tienen una **alta significación o valoración** para la persona A.

Esta es una técnica que presenta múltiples opciones a lo largo de una dimensión o variable. El propósito de esta escala es medir la *unidimensionalidad actual* -mide solo una dimensión- de acuerdo con el supuesto de que la actitud íntegra está contenida en una sola dimensión. Es decir, los enunciados o afirmaciones deben estar relacionados unos con otros.

Los entrevistados son enfrentados a responder el conjunto de opciones o alternativas que se pueden dar en la dimensión actitudinal. Estas opciones se presentan en una especial disposición, de tal manera que las alternativas o preguntas midan la intensidad de la apreciación o la opinión.

Ejemplificación

Supongamos que estamos midiendo actitudes frente al aborto. Para este fin se diseñó un continuo de ítems relacionados con el tema:

- ¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con que el aborto sea permitido en las siguientes circunstancias?:
 - Cuando la vida de la mujer está en peligro
 - En caso de incesto o de violación
 - Cuando el feto muestra clínicamente riesgos graves de salud
 - Cuando hay consentimiento paterno
 - Cuando la mujer no puede criar responsablemente el futuro niño
- Cuando la madre lo considera pertinente.

BIBLIOGRAFÍA

- ALLPORT, G.W. (1970) *Psicología de la personalidad*. Buenos Aires: Paidós.
- BRECKLER, S.J. (1984) Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- BRIONES, GUILLERMO (1988) Técnicas e instrumentos par la recolección de informaciones. ICFES – PIIE. Santafé de Bogotá. 63 -100
- CACIOPPO, J.T.; PETTY, R.E.; GEEN, T.R. (1989) Attitude structure and function: From the tripartite to the homeostasis model of attitudes. In Pratkanis, A. R. (Ed);
- CARTWRIGHT, D. (1949) Some Principles of Mass Persuasion. *Human Relations*.
- CHEIN, I. (1948) Behavioral theory and the behavior of attitude: some critical comments. *Psychology Revue*, 55, 175-188.
- DOOB, L. (1947) The behavior of attitudes. *Psychology Revue*, 54, 135-156.
- ESCALANTE A., CARLOS (1983). La medición de las actitudes. Ediciones Tercer Mundo. Bogotá.
- FAZIO, R.H. (1989) On the power and functionality of attitudes: The role of attitude accessibility. RCE: Pratkanis, Anthony R. (Ed);
- JIMENEZ, F. (1985) *Ciencias Sociales*. Madrid: UNED.
- KATZ, D. (1960) The Functional Approach to the Study of Attitudes. *Public Opinion Quaterly*, 24, 27-46.
- KATZ, D. (1984) El enfoque funcional en el estudio de las actitudes. En *Estudios Básicos de Ciencias Sociales* (261-298). Barcelona: Hora, S.A.
- NEWCOMB, T. (1959) Individual Systems of Orientations. In S. Koch, *Psychology: A Study of Science* (pp.384-422). New York: McGraw-Hill.
- OSGOOD, C.; SUCI, G.; TANNENBAUM, P. (1957) *The Measurement of meaning*. Illinois: University of Illinois Press.
- RODRIGUES, A. (1976) *Psicología social*. México: Trillas.
- RODRIGUEZ, A. (1989) Interpretación de las actitudes. En Rodríguez; J.Seoane, *Creencias, actitudes y valores* (pp.199-314) Madrid: Alhambra.

Diseños Cuantitativos

M. Aigner

ROKEACH, M. (1968) A theory of Organization and Change within Value-Attitudes systems. *Journal Sociology Issues*, 24, 13-33.

ROS, M. (1985) Las escalas de actitudes (I). En J.F. Morales, *Metodología y teoría de la Psicología* (pp.215-231). Vol. 2, Madrid: UNED.

ROSENBERG, M.J. (1960) A Structural Study of Attitudes Dynamics. *Public Opinion Quarterly*, 24, 319-340.

SECORD, P.; BACKMAN, C. (1964) *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.

ROJAS, MAURICIO et. Al (1999) Metodología de la investigación. Corporación Universitaria de Ibagué. 105 - 110

SHERIF, C.; SHERIF, M.; NEBERGALL, R. (1965) *Attitude and attitude change: The Social Judgment involvement approach*. Saunders, Philadelphia: Penn.

THOMAS, K.; ZNANIECKI, F. (1918) *The Polish Peasant in Europe and America*, Chicago: Universidad de Chicago Press.

THURSTONE, L. (1928) Attitudes can be measured. *American Journal of Sociology*, 33, 529-554.

THURSTONE, L. Chavez, E. (1929) *The measurement of attitude*. Chicago: Chicago Univ. Press.

TRIANDIS, H.C. (1971-1974) *Actitudes y cambio de actitudes*. Barcelona: Toray.