

Impacto de los estilos de negociación (flexibles-rígidos) sobre la recepción de mensajes de prevención de VIH/SIDA.

Iliana Guadalupe Ramos Prado
Heidi Paola Romero Hernández
Carlos César Contreras Ibáñez
Alicia Saldívar Garduño

Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa.

La transmisión sexual del SIDA sigue constituyendo un grave problema en México, cuyas repercusiones sobrepasan el nivel individual y afectan a sectores sociales cada vez mayores. Nuestro país actualmente ocupa el tercer lugar de casos de SIDA registrados en Latinoamérica (CONASIDA, 1998), constituyendo así un grave problema presente y futuro. Por ello resulta apremiante la necesidad de reforzar los programas preventivos con el fin de controlar la difusión de la enfermedad por esa vía.

Lamentablemente, aunque existe mucha información sobre el tema, las estadísticas muestran que más del 70% de los jóvenes mexicanos no utilizan el condón como medio de protección para prevenir la transmisión y porcentajes parecidos o mayores se encuentran en el resto de las medidas de reducción de riesgo de contagio de VIH/SIDA. En ese contexto, importa generar vías alternativas para estudiar la forma en que se debe comunicar la información a los jóvenes para que produzca efecto en sus conductas. En muchos casos, la información no es incorporada a las prácticas sexuales, sino que su efecto sólo se verifica en las mediciones inmediatas, quedando olvidada al cabo de poco tiempo. Una de las posibles vías que puede ayudarnos a explicar el fenómeno del cambio duradero de actitudes, opiniones y valores relacionados con las conductas preventivas son los estilos de comportamiento y negociación mencionados por Moscovici (1981) en la teoría de las minorías activas.

En ese marco, el presente estudio analiza los estilos de negociación (rigidez vs. flexibilidad) que pueden caracterizar a una fuente de influencia social, dando por sentado que un grupo o un individuo adopta un estilo de comportamiento consistente. Los estilos de comportamiento consistentes son interpretados por los blancos de influencia como una señal de certeza, como la afirmación de la voluntad de atenerse inquebrantablemente a un punto de vista dado como reflejo del compromiso por una opción coherente, expresa una fuerte convicción y una plena seguridad en sus opiniones. Bajo esta teoría, una fuente sin otros recursos (económicos, materiales y de poder) puede influir en una comunidad o sociedad con base en su estilo consistente, con tal de que sea percibida por los otros (miembros de la sociedad o el grupo) como manteniendo convicción y coherencia en las ideas propias.

Empleando estas ideas, consideramos posible encontrar una mejor manera de presentar los mensajes de prevención para que influyan en la población más expuesta a la transmisión de la epidemia por vía sexual, entre los que destacan los jóvenes; así, se considera que la forma como la fuente transmite la información es importante en la formulación de programas de multiplicación de hábitos y

estilos de vida no riesgosos, por parte de sus pares y de otras fuentes que no necesariamente son percibidos como expertos en los temas.

En ese esfuerzo, los estilos de comportamiento serán entendidos como “sistemas intencionales de signos verbales y no verbales que expresan la significación del estado presente y la evolución futura de quienes hacen uso de ellos” (Moscovici, 1981). Los estilos de comportamiento son un instrumento de influencia que modifican las relaciones con los otros, por el hecho de que dichos comportamientos poseen un significado, hacen referencia a la organización de los comportamientos y las opiniones, la intensidad de su expresión, etc. Los estilos de comportamiento son importantes para que un individuo o grupo sin autoridad atribuida influya sobre otro, y en esa medida pueden potenciar los esfuerzos de programas multiplicadores de estilos de vida saludables respecto del VIH/SIDA. En ese marco, el estilo de comportamiento relevante para este estudio es el consistente, que se ha encontrado en diferentes estudios experimentales (Moscovici, 1981; Kaiser y Mugny, 1991); precisamente éste es el que permite la influencia social de una fuente sin recursos.

Más allá de la consistencia, Mugny y Papastamou (1982) han mostrado que pueden resultar decisivos los estilos de negociación (flexible ó rígido). Un estilo de negociación rígido (que es síntoma de conflicto), es entendido como una negativa a hacer concesiones, la voluntad por imponer el propio punto de vista a toda costa. Un estilo rígido induce a un menor sentimiento de pertenencia con la fuente de influencia. Por el contrario, el estilo de comportamiento flexible es significado como el compromiso y la sumisión ante la presión del grupo, produce un efecto de confianza y amabilidad, se le pueden hacer concesiones y no trata de imponer el punto de vista propio. Un estilo flexible induce a un sentimiento de pertenencia.

Por ejemplo, en un experimento acerca un problema social que se discutía en los medios (la contaminación ambiental, Mugny y Papastamou, 1982) y sobre las conductas para remediarlo, los autores encontraron que la minoría flexible tiene mejor efecto inmediato, mientras que los efectos de la minoría rígida aparecen después. Esta teoría explica porqué un estilo de negociación flexible tiene un efecto inmediato mayor que uno rígido, pero el efecto desplazado es mayor en la rigidez. Por ello, es importante investigar si el estilo en el que una fuente emita su mensaje acerca de prevención de SIDA es de tipo rígido o flexible de tal manera que logre influir más duraderamente sobre la prevención de la enfermedad. La explicación de esto es, según Pérez, Mugny y Roux (1992, citados en Morales y cols. 1996), que los estilos de comportamiento, cuando son adoptados por una persona o un grupo (en este caso la fuente), suscitan en los blancos de influencia un proceso de reordenamiento cognitivo.

Con este marco de referencia, el presente estudio intenta comprobar la utilidad de la teoría de las minorías activas para el caso de los mensajes sobre la prevención del VIH/SIDA. El experimento tiene como hipótesis que una fuente percibida como consistente, pero cuyo estilo de negociación es flexible, tendrá una mayor influencia sobre las actitudes si estas se miden de forma inmediata. En esta línea de investigación, se continuará indagando si existe influencia diferida sobre estas mismas variables al cabo de un tiempo. Por ello, se reportan los resultados

inmediatos de la manipulación del estilo de negociación, dejando invariable el estilo de comportamiento (consistente).

MÉTODO.

Sujetos. Participaron en este estudio 30 estudiantes voluntarios no remunerados de ambos sexos de la UAM-I; de ellos, el 36.7% fueron mujeres (n=11) y el 63.3% restante (n=19), varones. La media de edad fue de 21.5 años, con un rango entre los 17 y 27 años. Todos ellos cursaban entre el segundo y doceavo trimestre de las distintas carreras de la división de Ciencias Sociales y Humanidades en la Universidad mencionada. La selección de los sujetos se realizó por un muestreo intencional no aleatorio.

Diseño. El diseño experimental empleado contempló la manipulación de dos estilos de comportamiento de la fuente que emitió el mensaje: rígido y flexible. Para ello, se formaron tres grupos con 10 participantes cada uno, actuando el último de ellos como grupo control.

Instrumentos. Se validó una escala de actitudes hacia las medidas de prevención contra el SIDA construida ex—profeso, integrada por 33 reactivos tipo Likert con cinco opciones (5=Totalmente de acuerdo a 1=Totalmente en desacuerdo). En el mismo cuestionario se solicitaron datos de identificación como: edad, sexo, trimestre y matrícula. La respuesta a las preguntas fue individual y anónima; la encuesta fue autoaplicada.

El instrumento original constó de 52 afirmaciones y fue piloteado con 259 sujetos equivalentes, para su validación. Dicha validación se realizó a través un análisis de frecuencias y se eliminaron algunos reactivos; también se efectuó un análisis factorial (componentes principales, rotación ortogonal varimax) y se obtuvo una estructura de nueve factores, que explicaron el 46.68% de la varianza. La escala final quedó conformada por 33 reactivos que mostraron una consistencia interna aceptable (alfa de Cronbach = .772).

Procedimiento. Los treinta participantes fueron asignados en el orden de su llegada a los grupos de la siguiente manera: los diez primeros integraron el grupo con el estilo de comportamiento rígido de la fuente, los diez siguientes al del estilo de comportamiento flexible, y los últimos diez al grupo control.

En la primera situación experimental la cómplice se presentó como médico adoptando un estilo de comportamiento rígido ante el grupo: al dar el mensaje ésta utilizó un tono de voz fuerte, hizo preguntas en forma sarcástica e irónica sobre medidas de prevención hacia el SIDA, y no admitió preguntas de los participantes; trató de imponerse creando un ambiente de ansiedad y miedo.

En el segundo grupo la misma cómplice se presentó como médico y mostró un estilo de comportamiento flexible ante el grupo: aquí el mismo mensaje se dirigió a los participantes con un tono de voz agradable, la cómplice accedió a ser cuestionada y la respuesta a las preguntas del grupo fue amable; además, durante el transcurso del mensaje ésta permitió la participación de los sujetos con preguntas.

En ambas condiciones la escala fue administrada a los tres grupos antes del tratamiento, e inmediatamente al finalizar el mismo, se realizó el postest, empleando la misma escala. Al grupo control sólo le fueron realizadas las dos aplicaciones de la escala, sin el tratamiento experimental.

RESULTADOS.

En la tabla 1 mostramos el efecto de los tratamientos sobre los promedios grupales en la aplicación previa y en la subsecuente. En el pretest no hay diferencias significativas entre los tres grupos ($F=.259$, $gl=2,27$, ns.), dentro del rango teórico de 33 a 165, lo que indica una actitud inicial relativamente favorable a la prevención del contagio del SIDA.

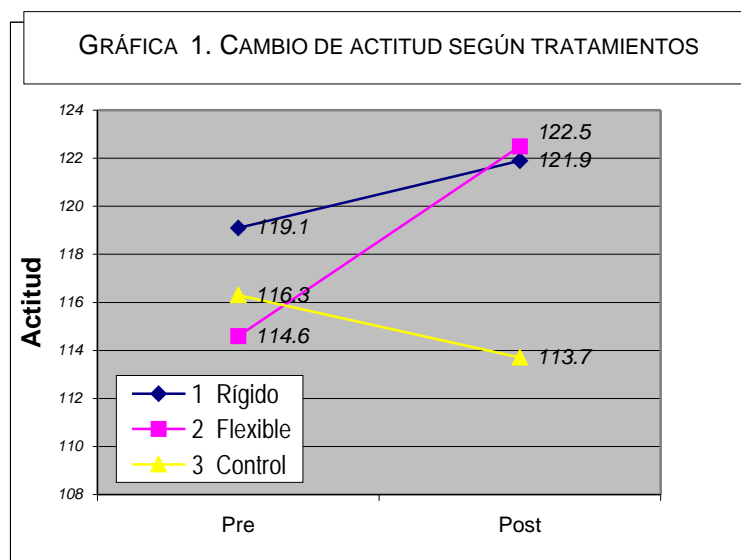
TABLA 1. PRETEST Y EFECTO DE LOS TRATAMIENTOS EN POSTEST
(PROMEDIOS DE LA ESCALA DE ACTITUDES)

Estilo (tratamiento)	Pretest		Postest		n
	Media	D.E.	Media	D.E.	
Rígido	119.10	9.134	121.90	10.66	10
Flexible	114.60	17.11	122.50	5.02	10
Control	116.30	14.90	113.70	11.03	10
<i>Total</i>	116.67	13.75	119.37	9.87	30

En el postest los dos grupos experimentales muestran un incremento en la mencionada actitud, contrario a lo que sucede con el grupo control que baja ligeramente; sin embargo, las diferencias no son significativas entre el pretest y el postest dentro de los grupos. Por ejemplo para el grupo con tratamiento rígido se encontró una $t=.57$ ($gl=9$, ns.), para el grupo control ($t=1.30$, $gl=9$, ns.), y finalmente la diferencia más fuerte se encontró en el grupo con tratamiento flexible ($t=1.71$, $gl=9$, ns.). Cabe anotar en este último caso que, quizá por la cantidad de participantes, aunque no se encontró significancia estadística, se observó un cambio superior al experimentado por cualquier otro grupo, incluso al grupo rígido, lo cual muestra una interacción de variables como se muestra en la gráfica 1.

Considerando las disposiciones actitudinales iniciales se efectuó un análisis de varianza (UNIANOVA) para comparar la actitud final entre los grupos experimentales, con la actitud inicial como covariable. En este caso encontramos que el cambio de actitud sí depende de los estilos de comportamiento ($F=3.26$, $gl=2,30$, $t=.05$). La R cuadrada ajustada obtenida así es de .24 ($p<.05$).

Así, se observa una interacción entre los dos grupos, dado que las líneas de los grupos se cruzan y aumentan de forma diferencial: mientras el grupo rígido cambia en



tres puntos de la escala, el flexible lo hace en 8 puntos, casi tres veces más. Además, las actitudes de este último grupo se concentran fuertemente alrededor de la media (observando la desviación estándar que es la mitad que la del grupo rígido y que se reduce a la tercera parte respecto del mismo grupo flexible en el pretest).

De esta manera, la hipótesis se comprueba según lo esperado, porque el tratamiento que tiene más efecto es el del estilo de negociación flexible. Sin embargo, las diferencias netas son pequeñas, dado que la diferencia de medias en el postest no es significativa, y el cambio depende de las posiciones iniciales.

DISCUSIÓN

Los resultados pueden interpretarse en el sentido de que los mensajes que tienen como origen fuentes de influencia consistentes y flexibles tendrán un mayor efecto a corto plazo sobre las actitudes de la audiencia que los de carácter rígido. El cambio que encontramos en el presente estudio es de magnitud considerable, sobrepasando tanto el declive observado en el grupo control, que no recibió mensaje alguno, como el obtenido con una comunicación que no permite el establecimiento de un vínculo entre emisor y receptor de la información.

Esta situación está de acuerdo con lo predicho por la teoría de las minorías activas, en el sentido de que los experimentos reportados muestran un efecto semejante en la medición inmediata del cambio de actitud. Queda abierta la pregunta acerca de si la teoría también se verifica en los cambios a mediano y largo plazo, donde la fuente rígida, según esta aproximación, mostraría un efecto de recuperación que puede sobrepasar a lo observado con la fuente flexible, una especie de influencia desplazada semejante al famoso “efecto durmiente” de las teorías de actitud.

En resumen, este estudio muestra el papel de una fuente que adopta un estilo de negociación flexible, la cual obtiene mejores efectos sobre el cambio actitudinal hacia las medidas de prevención contra el SIDA. Tal hallazgo debe considerarse como un elemento importante en la elaboración de tácticas que persiguen este fin a corto plazo. Por ejemplo, en las campañas de adopción de medidas de prevención que se basan en la multiplicación por pares, es de fundamental importancia comprender la manera como estas fuentes sin recursos pueden llevar adelante el cambio social.

De la línea de investigación aquí iniciada, podemos recuperar enseñanzas sobre los distintos momentos de la interacción social entre la fuente del mensaje y el destinatario de la misma. Esta aproximación descansa en el concepto de estilos de negociación, que como hemos visto, parte de la premisa que en cualquier episodio de comunicación los participantes en ella rediseñan la definición personal de lo que son y lo que pueden hacer, con lo cual la teoría de la influencia minoritaria abre la puerta hacia modos de comprensión de la persona más sociales, en el sentido de que no se parte únicamente de un determinado conjunto de antecedentes más o menos individuales (personalidad, estilos cognoscitivos,

motivaciones, etc.), sino que permite considerar a cada individuo como un nodo en un entramado social siempre en construcción.

REFERENCIAS

- CONASIDA (1998). Estimación de personas que viven con el VIH/SIDA. Documento en internet: <http://www.ssa.gob.mx/conasida/estadis/sidamex/sld003.htm>
- Kaiser, C. y Mugny, G. (1991). Consistencia y significados del conflicto. En S. Moscovici, G. Mugny, y J. A. Pérez (1991). *La Influencia Social Inconsciente*. Barcelona: Anthropos.
- Morales, J.F. y cols. (1996). *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Moscovici, S. (1981). *Psicología de las Minorías Activas*. Madrid: Morata.
- Moscovici, S., Mugny, G., Pérez, J. A. (1991). *La Influencia Social Inconsciente*. Barcelona: Anthropos.
- Mugny, G. y Papastamou, S. (1982). Rigidité et influence minoritaires: les discours comme régulateur d'appartenance. *Bulletin de psychologie*, 36, 723-734.