

Representaciones sociales y enmarcamiento: igualdad de género y regulaciones normativas

Social representations and framing: Gender equality and normative regulations

José Francisco Valencia^a, Lorena Gil de Montes^a, Garbiñe Ortiz^a,
Maidar Larrañaga^a y Fátima Flores-Palacios^b

^aUniversidad del País Vasco, Lejona, España

^bCentro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, Mérida, México

Resumen

Se investigó el rol de enmarcamiento del mensaje como *promotor* de ganancias o como *restaurador* de pérdidas y su relación con las orientaciones del self en relación a la aceptación o rechazo a la Ley de la Igualdad de Género, aprobada por el Parlamento Español en 2007. Se diseñaron dos estudios independientes con estudiantes de Psicología (93 mujeres y 47 hombres). En el primero se manipuló el enmarcamiento del mensaje y la orientación permanente del self; y en el segundo se manipuló el enmarcamiento del mensaje, además de inducir las orientaciones del self. Los resultados muestran estabilidad en los elementos centrales de la ley y diferencias en aspectos específicos. Se discute la pertinencia y relevancia de la teoría de las Representaciones Sociales para analizar este tipo de fenómenos.

Palabras clave: representaciones sociales, enmarcamiento, igualdad de género, self.

Abstract

The framing of the message as *promoter* of gains or *restorer* of losses and its relationship with Self-orientations is analyzed in relation to the acceptance or rejection of the Law on Gender Equality, passed by the Spanish Parliament in 2007. Two independent studies were designed with psychology students (93 women and 47 men). The first study manipulated both the framing of the message and permanent Self-orientation; and the second manipulated the framing of the message, as well as inducing Self-orientations. Results show stability of core elements of the law and differences in specific aspects. The relevance and importance of the Theory of Social Representations to analyze this phenomenon is discussed.

Keywords: social representations, framing, gender equality, self.

Contacto: F. Flores-Palacios, C. 43 s/n x 44 y 46, Col. Industrial Mérida, Yucatán, México. fatimafpalacios@gmail.com

Cómo citar este artículo:

Valencia, J. F., Gil de Montes, L., Ortiz, G., Larrañaga, M. y Flores-Palacios, F. (2013). Representaciones sociales y enmarcamiento: igualdad de género y regulaciones normativas. *Revista de Psicología*, 22(1), 62-71. doi: 10.5354/0719-0581.2013.27720

Introducción

Las Representaciones Sociales (RS) se pueden considerar como la elaboración colectiva “de un objeto social por parte de la comunidad con el fin de comportarse y comunicarse” (Moscovici, 1976, p. 261). Una vez elaborado el objeto social se convierte en realidad social. Para la Teoría de las RS (TRS) el sujeto y el objeto no son vistos como funcionalmente separados. Así, según Moscovici (1984) en respuesta a las epistemologías estáticas, el conocimiento social es co-construido por el conocedor (Yo) y el otro (persona, grupo, sociedad, cultura). Sobre la base de esta idea propone su modelo triádico de relación Ego-Alter-Objeto, como la esencia de su teoría de conocimiento social. Un objeto se localiza en un contexto de actividad en el que *es lo que es* porque es visto, en parte, por la persona y el grupo, como una extensión de su comportamiento (Moscovici, 1984). Wagner (1994), analizando la topografía de la mente moderna, distingue tres campos distintos de investigación en la TRS: 1) ciencia popularizada, 2) imaginario cultural y 3) análisis de las estructuras y los eventos sociales. Es en este tercer campo donde planteamos el presente trabajo.

Según Doise (1993; Doise y Staerklé, 2001) las representaciones sociales serían aquellos principios organizadores de las relaciones simbólicas¹ entre los individuos y los grupos. Para este autor, el consenso en la sociedad, por ejemplo el consenso social sobre la aceptación o el rechazo de la Ley de Igualdad de Género (LIG), no se entiende como equivalente a mayoría, sino como equivalente a regulaciones normativas que guían las relaciones simbólicas. Tanto en la versión de Doise como en la de la escuela Aixoise, se plantea la relación entre diferentes lógicas —modelos normativos diría Flament (1999)— del funcionamiento cognitivo: el meta-sistema y el sistema cognitivo.

Según Moscovici (1976), al explicar las diferentes lógicas del pensamiento normalizado y del pensamiento cotidiano, en este último intervienen dos sistemas cognitivos: Vemos que funcionan dos sistemas cognitivos, el uno que procede con asociaciones, inclusiones, discriminaciones, deducciones, es decir, el sistema operativo, y el otro que controla, verifica y selecciona con la ayuda de reglas —lógicas o no—; se trata de un tipo de meta-sistema que reelabora la materia producida por el primero (p. 254).

¹ Para Doise (1993) el término relaciones simbólicas hace referencia a la función simbólica-icónica de las representaciones, la cual permite hacer presente un objeto de la realidad social a través de imágenes o símbolos que sustituyen esa realidad. De tal modo que actúan como una práctica interaccional, recreándonos la realidad de modo simbólico: la representación social tiene dos caras —la figurativa y la simbólica— de tal manera que a toda figura se le atribuye un significado y a todo significado una figura.

Esta relación entre principios organizadores de regulaciones sociales y operaciones cognitivas no es nueva en Psicología social; resultados de la literatura experimental podrían ser explicados por este planteamiento. Así, estudios sobre estereotipos y discriminación (Guimelli y Deschamps, 2000; Valencia, Gil de Montes y Elejabarrieta, 2004) han encontrado diferencias en la evaluación de los grupos minoritarios utilizando dos contextos diferentes para los sistemas normativos: un contexto normal (sus propias respuestas), y un contexto de sustitución (respuestas que daría la sociedad en general). En el contexto normal, aparecía una norma de tolerancia, y dicha norma enmascara así, una evaluación más negativa que la que aparecía en la condición de sustitución (la sociedad en general).

En relación a la estructura de la representación social se puede decir que una vez formada, esta exhibe una cierta forma y estructura (Abric y Guimelli, 1998). Las representaciones sociales generalmente conectan ideas, características, atributos y evaluaciones asociadas con el objeto representado. Estos elementos juegan distintos roles dentro de una representación social y toman posiciones diferentes dentro de su estructura (Abric, 1993, 1994; Vergés, Tyszka y Vergés, 1994). Un conjunto de estos elementos, el núcleo central, será la parte constitutiva de la representación social: una representación sin estos elementos centrales dejaría de existir o cambiaría su carácter. Los elementos centrales forman una unidad estable, el núcleo, cuya estructura interna permanece relativamente inalterable a las variaciones situacionales. En el mismo sentido, son los elementos periféricos de las RS, cuyos significados y relaciones entre ellos y los elementos centrales, los que se adecuan al contexto e implican un posible cambio situacional, permitiendo así cierta flexibilidad para la acomodación de información novedosa en una representación social (Flament, 1994). A estas subestructuras de los elementos centrales se les denominó núcleos estables, indicadores de una representación social bien estructurada. Estos núcleos estables se encontraron en el estudio de Wagner, Elejabarrieta y Valencia (1994) en las asociaciones para guerra en las muestras españolas y nicaragüenses, pero solo para el caso de paz en la muestra española. Este hallazgo es interpretado como una consecuencia del discurso público y la confrontación simbólica con objetos o fenómenos relevantes o amenazantes.

Por otra parte, el análisis de los elementos centrales y periféricos de las representaciones sociales recientemente (Sibley, Liu y Kirkwood, 2006; Wagner, Valencia y Elejabarrieta, 1996) se ha relacionado con las teorías del enmarcamiento (Iyengar, 1991; Kahneman y Tversky, 1984). Las hipótesis sobre los efectos de los mensajes enmarcados en pérdidas

o ganancias² se basan en la teoría del Prospecto (Tversky y Kahneman, 1981), la cual sugiere que las personas buscan el riesgo en los dominios de pérdidas y son adversas al riesgo en el área de las ganancias. En concreto, en el área de la igualdad de género, Quattrone y Tversky (1988) habían encontrado una aceptación diversa si la Enmienda de Igualdad de Derechos para hombres y mujeres era presentada como *eliminar la discriminación contra las mujeres* o como *implementar el estatus de la mujer en la sociedad*. El enmarcamiento como restauración de pérdidas o como implementación de ganancias conllevaba diferentes evaluaciones y aceptaciones de la misma. En el área de las políticas de acción afirmativa, los mensajes dirigidos a hacer salientes los beneficios de promover políticas de igualdad se denominan mensajes enmarcados en ganancias, y los dirigidos a hacer salientes los costos asociados con eliminar políticas de discriminación se denominan mensajes enmarcados en pérdidas (e.g., Rothman y Salovey, 1997).

El estudio de los procesos psicosociales que conducen a la aceptación o rechazo de la LIG son importantes para su aplicación a políticas de acción afirmativa. En el mismo sentido, consideramos relevante el estudio de la LIG desde el marco de las representaciones sociales en un contexto como el español, donde los procesos históricos han llevado a que la distribución de roles productores y reproductores se hayan mantenido en el tiempo. Este hecho ha devenido de dos lugares. Por un lado, el fracaso del discurso igualitario feminista y por otro lado, la irrupción de discursos (biológicos) de la diferencia, representados por pensadores como Ortega y Gasset o Marañón y por los ideólogos del franquismo español (Merino, Figueruelo y Ibáñez, 2007; Uría, 2009). Con la excepción de los años de la II República por los años 30 (irrupción por el golpe de estado franquista), no ha sido sino hasta la Constitución de 1978, y las leyes orgánicas del siglo XXI, que ha habido un intento político de desarrollar un cambio para la plena igualdad de sexos. No será, sin embargo hasta 2007 que con la LIG se plantee un intento político para desarrollar un cambio hacia la plena igualdad de sexos en los dominios de la política, economía, administración pública, trabajo y mundo laboral, y de la conciliación.

² Pérdidas y ganancias son dos conceptos básicos en la teoría del prospecto (Kahneman y Tversky, 1984). Los autores, en contra de la teoría de la utilidad esperada, plantearon que las pérdidas eran más valoradas que las ganancias, siempre que se parta de un mismo punto de referencia (ver Quattrone y Tversky, 1988). En nuestro caso se utilizó el texto de la ley de igualdad de Género (BOE, 2007) en la que se hacía referencia a *implementar la igualdad* (implementar ganancias) y *eliminar la discriminación* (eliminar pérdidas).

Efectos del enmarcamiento y representaciones sociales

La persuasividad de los mensajes ha sido extensamente estudiada con relación a diversos tipos de comportamientos donde mensajes enmarcados positiva o negativamente influyen la toma de decisiones (Maheswaran y Meyers-Levy, 1990; Meyerowitz y Chaiken, 1987; Rothman y Salovey, 1997). Sin embargo, los resultados en esta área no están claros. Así, mientras Maheswaran y Meyers-Levy (1990) y Rothman, Salovey, Antone, Keough y Martin (1993) demostraron que los mensajes positivamente enmarcados eran más persuasivos que los negativamente enmarcados; Banks et al. (1995), y Meyerowitz y Chaiken (1987) encontraron que los mensajes negativamente enmarcados eran más persuasivos que los positivamente enmarcados. En el área de la LIG en España, Valencia, Gil de Montes, Ortiz, Larrañaga e Idoyaga (2010), habían encontrado que en la condición normal el enmarcamiento producía efectos diferentes en la aplicación de la ley en la empresa privada y en la administración pública. Mientras el enmarcamiento de pérdidas (evitación de la discriminación) suponía un mayor apoyo que el enmarcamiento de ganancias (promoción de la igualdad) para la aplicación de la LIG en la administración pública, era el efecto inverso el que se daba en el caso de la empresa privada.

Para resolver estos resultados aparentemente inconsistentes, diversos autores (Mann, Sherman y Updegraff, 2004) han mostrado que el enmarcamiento de mensajes dirigidos a una persuasión de comportamientos deseables, depende, en parte, de los aspectos que se hacen salientes en el self. Así, según diversas teorías de motivaciones del self (Carver, Sutton y Scheier, 2000), el comportamiento se encuentra regulado por dos sistemas distintos: un sistema de Aproximación (el sistema de activación comportamental, BAS) que regula el comportamiento dirigido hacia recompensas potenciales; y un sistema de Evitación (el sistema de inhibición comportamental, BIS) que regula el comportamiento dirigido a evitar castigos o amenazas potenciales. Los sujetos con orientaciones de aproximación son más sensibles a las señales de recompensa, mientras los de orientación de evitación son más sensibles a las claves de amenaza o castigo (Carver et al., 2000). Por ejemplo, en el estudio original sobre el Efecto de Congruencia (Mann et al., 2004), los participantes, primeramente, fueron clasificados como orientados a la aproximación o a la evitación, y posteriormente se les dio a leer un artículo enmarcado como pérdidas —en una condición— y como ganancias —en otra condición— sobre el uso del hilo dental para la salud bucal. En el contexto del mensaje enmarcado como pérdidas, los sujetos orientados hacia la evitación utilizaban más el hilo dental que los sujetos orientados hacia la aproximación, y cuando el mensaje era enmarcado como

ganancias, eran los sujetos orientados hacia la aproximación los que más utilizaban el hilo dental. En este sentido, este trabajo trata de profundizar en el efecto de la interacción entre la orientación del self de aproximación-evitación y la estructuración del mensaje como pérdidas o ganancias, en la aceptación o rechazo de la LIG.

Volviendo a las representaciones sociales, consideramos que el enmarcamiento de un determinado problema social es más improbable que influya en las actitudes que se encuentran más fuertemente ancladas en las representaciones socialmente elaboradas de los principios generales que subyacen a dichos problemas (elementos centrales o núcleo central). En otras palabras, se argumenta que el enmarcamiento de un problema como pérdidas o ganancias y la saliencia del self como aproximación o evitación, afectarán de manera interactiva a los aspectos periféricos de las representaciones, mientras los elementos centrales permanecerán sin cambios.

Uno de los elementos básicos en los que se basa la Ley Orgánica para la Igualdad efectiva de Mujeres y Hombres³ tiene que ver con los desarrollos de las teorías del enmarcamiento (Iyengar, 1991; Kahneman y Tversky, 1984; Levin, Schneider y Gaeth, 1998;), así como con recientes desarrollos de la relación entre el uso del lenguaje y la teoría de enfoque regulatorio (Higgins, 1997, 1998; Higgins, Klein y Strauman, 1985). De aquí se deriva el principal objetivo del presente trabajo: el estudio del rol del enmarcamiento del mensaje como *promotor* de ganancias (implementar la igualdad de género) o como *restaurador* de pérdidas (eliminar la discriminación hacia las mujeres) y su relación con las motivaciones del self de aproximación y evitación.

Basándonos en la interrelación entre la Hipótesis de la Congruencia y la TRS, el objetivo general de este trabajo analiza los medios a través de los que la interacción entre la saliencia⁴ del self de aproximación-evitación y la estructuración del mensaje como pérdidas o ganancias, conduce a la aceptación o el rechazo de la LIG, en los aspectos centrales

y periféricos de su representación. Igualmente, con el fin de analizar la persistencia del efecto, el primer estudio utilizará medidas permanentes de aproximación vs. evitación (BIS/BAS), mientras el segundo medidas contextuales de regulación del enfoque regulatorio (RFI).

De lo anterior, se desprende la hipótesis principal del presente estudio basada en la interrelación entre la hipótesis de la congruencia y la TRS: se espera que la manipulación de la condición de enmarcamiento del mensaje y de la orientación del self hacia la aproximación o la evitación no tendrán un impacto en los aspectos generales y sí en los aspectos específicos de la LIG. Además, dichos efectos se producirán tanto con medidas permanentes (BIS/BAS) como con medidas contextuales (RFI) de aproximación vs. evitación.

Estudio 1

Método

Participantes. En el primer estudio participaron 92 estudiantes de Psicología (62 mujeres y 30 hombres), cuyas edades comprendían entre los 19 y 26 años ($M = 19.6$; $SD = 2.1$). A la muestra se le aplicó un cuestionario dividido en dos partes.

Instrumento y Procedimiento. La primera parte corresponde a la escala BIS/BAS (Carver y White, 1994) diseñada para medir las orientaciones del self hacia la aproximación (BIS) y hacia la evitación (BAS). Consta de 20 ítems, 7 corresponden a la subescala BIS y 13 a la subescala BAS. La escala arroja índices de fiabilidad satisfactorios para cada subescala, así como el conjunto de ítems ($BIS \alpha = .70$; $BAS \alpha = .78$; y la medida general $\alpha = .76$). En la segunda parte del cuestionario se les presentaron a los sujetos cinco situaciones alusivas a la LIG. La primera de estas situaciones correspondía a la evaluación general de la LIG, mientras que las otras cuatro a situaciones específicas de la misma: administración pública, compañías privadas, partidos políticos y conciliación. En cada una de estas situaciones se presentaron dos condiciones de enmarcamiento (Implementar la igualdad vs. Eliminar la discriminación). Ejemplo de la primera pregunta: en la condición implementar la igualdad de géneros se presentó a los sujetos el siguiente texto: El artículo 14 de la constitución española proclama el derecho a la igualdad en función de sexo. En este contexto se ha planteado la Ley de Igualdad de Género que después de una amplia discusión parlamentaria el gobierno pretende promulgar en breve. En la condición de eliminar la discriminación se presentaba el mismo texto, pero refiriéndose a el derecho a la no discriminación en función del sexo. Posteriormente venía lo siguiente:

³ “El objetivo de la igualdad entre hombres y mujeres y eliminar la discriminación por razón de sexo”, Artículo 1 de la Ley del Parlamento Español (BOE, 2007).

⁴ Saliencia se define por el Diccionario de Psicología APA como un índice de efectividad de un estímulo. En otras palabras, describe algo prominente o notable. Por ejemplo, en los estudios sobre manejo de terror, la saliencia de muerte se consigue pidiendo a la gente a pensar en su propia muerte, con lo que se pone a disposición de la persona la idea de la muerte. En nuestro caso se hizo pensar a los sujetos en los ideales o aspiraciones que tienen en su vida (condición de auto-guía ideal) o en las responsabilidades o deberes que tienen en su vida (condición de auto-guía de deber) como parte del cuestionario de Regulatory Focus Induction (Freitas y Higgins, 2002).

- a) Los partidarios de dicha ley dicen que ayudará a hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en las esferas política, civil, laboral, económica y social (versus Los partidarios de dicha ley dicen que ayudará a la eliminación de la discriminación de la mujer, en las esferas política, civil, laboral, económica y social, en la otra condición).
- b) Los oponentes a dicha ley dicen que medidas de este tipo perjudican más que benefician.

¿En qué medida está usted de acuerdo con cada una de las dos opciones?

Posteriormente se les presentaron dos escalas tipo Likert a siete puntos, en la que la primera expresaba la probabilidad de estar de acuerdo con los partidarios y la segunda con los oponentes de cada situación (en ambos, 1 = *Nada de acuerdo*; 7 = *Totalmente de Acuerdo*). Una descripción similar se realizó para la aceptación o rechazo de la ley en el caso de la administración pública, compañías privadas, partidos políticos y conciliación.

De los datos obtenidos de la primera parte del cuestionario, se agruparon a los sujetos de acuerdo la orientación del self, formándose dos grupos: sujetos con respuestas BIS más altas que BAS (evitación; $N = 30$), y sujetos con respuestas BAS más altas que BIS (aproximación; $N = 55$). Por otra parte, se realizó un sumatorio de la resta entre las puntuaciones de aceptación y las puntuaciones de rechazo de la ley en las cuatro situaciones concretas.

El diseño final consistió en 2 (condiciones de enmarcamiento: implementar la igualdad vs. Eliminar la discriminación) x 2 (orientaciones del self de aproximación vs evitación) x 2 condiciones intra-sujetos, utilizadas a modo de medidas repetidas (Aspectos Generales vs. Concretos de la Ley). La variable dependiente consistió en la resta del nivel de acuerdo con los partidarios de la ley menos el nivel de acuerdo con los oponentes de la ley (en la condición aspectos generales) y en el sumatorio ponderado de las restas entre el nivel de acuerdo con los partidarios menos el nivel de acuerdo con los oponentes en cada una de las situaciones (en la condición aspectos concretos). De esta manera el rango de puntuaciones alcanzadas por la variable dependiente oscilaba entre -6 (totalmente en desacuerdo con los partidarios de la ley y totalmente de acuerdo con los oponentes) y 6 (totalmente en desacuerdo con los oponentes de la ley y totalmente de acuerdo con los partidarios).

Resultados

La estrategia de análisis estadístico siguió los procedimientos utilizados por los autores citados anteriormente (e.g.,

Mann, Sherman y Updegraff, 2004) que se basaba en realizar primeramente un análisis MANOVA con dos variables independientes (BIS/BAS y enmarcamiento) y una dependiente a modo de medidas repetidas (aspectos generales vs. aspectos concretos) y posteriormente realizar diversos anovas en los efectos de segundo nivel y univariados. El análisis MANOVA produjo un efecto intra de situación (aspectos generales vs. concretos) ($F(1, 86) = 6.23$; $p < .01$; $\eta^2 = .15$), y un efecto de interacción significativo ($F(2, 84) = 4.12$; $p < .05$; $\eta^2 = .065$) entre los dos factores independientes (BIS/BAS y enmarcamiento de implementar ganancias vs. eliminar pérdidas) y el factor dependiente (aspectos Generales vs. Concretos de la Ley) como medidas repetidas (ver figura 1). Los resultados mostraron que el enmarcamiento de implementación de ganancias produjo una mayor aceptación de los aspectos concretos de la ley en sujetos altos en BAS —orientación de aproximación— mientras el enmarcamiento de eliminar la discriminación produjo una mayor aceptación de los aspectos concretos en los sujetos altos en BIS —orientación de evitación—. Análisis ANOVA separados para los aspectos concretos y para los aspectos generales de la ley encontraron que no había ningún efecto en los aspectos generales de la ley ($F(1, 84) = 1.79$, $p = .45$, $F(1, 84) = 2.21$, $p = .26$, $F(1, 84) = 0.90$, $p = .65$, respectivamente para BIS-BAS, enmarcamiento e interacción) mientras sí se produjo un efecto de interacción significativo ($F(1, 84) = 5.63$; $p = .02$; $\eta^2 = .067$) en los aspectos concretos de la ley. En la condición de enmarcamiento de ganancias eran los sujetos altos en BAS —orientación de aproximación— los que observaban una mayor aceptación de los aspectos concretos de la ley ($M = 1.56$; $DT = 1.38$) que los sujetos altos en BIS —orientación de evitación— ($M = 0.53$; $DT = 1.73$), mientras en la condición de enmarcamiento de pérdidas eran los sujetos altos en BIS ($M = 1.42$; $DT = 1.91$) los que observaban una mayor aceptación de los aspectos concretos de la ley que los sujetos altos en BAS ($M = 0.40$; $DT = 1.54$). En suma, los resultados muestran que no había diferencias significativas del enmarcamiento y la saliencia del self a la hora de evaluar la LIG en general, mientras sí se daban diferencias en los aspectos concretos de la misma.

En otras palabras, encontramos que el mensaje afecta a los aspectos periféricos de la representación, mientras los aspectos centrales aparecen sin cambios. Además, encontramos una congruencia entre la manipulación del mensaje como pérdidas y ganancias y la saliencia del self como aproximación y evitación, a la hora de una mayor aceptación de los aspectos concretos de la ley. Se confirma así la hipótesis de la congruencia en los aspectos periféricos de la representación, en el sentido de que son los sujetos de orientación de evitación los que más aceptan los aspectos concretos de la ley en el contexto de enmarcamiento de pérdidas (para eliminar la

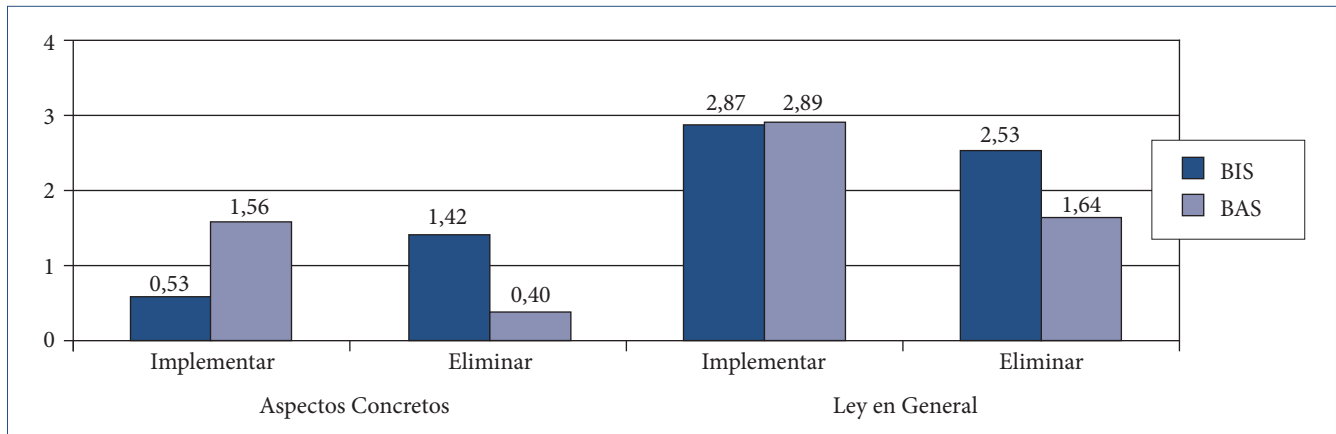


Figura 1. Medias de aceptación de la Ley de Igualdad de Género en función del enmarcamiento y el BIS-BAS en función de los aspectos generales y concretos de la ley.

discriminación), mientras son los sujetos de orientación de aproximación los que más aceptan los aspectos concretos de la ley en el contexto de enmarcamiento de ganancias (para implementar la igualdad). Los aspectos centrales de la representación, en cambio, permanecen estables.

Este efecto de congruencia aparece, sin embargo, con medidas permanentes de aproximación vs. evitación (BIS/BAS, en nuestro caso). Con el fin de analizar la persistencia de dicho efecto, se diseñó un segundo estudio con medidas contextuales de aproximación vs. evitación (RFI, en este caso).

Estudio 2

Método

Participantes. Cuarenta y ocho estudiantes de Psicología (31 mujeres y 17 hombres) con edades comprendidas entre los 20 y 28 años ($M = 21.6$; $SD = 3.1$) quienes, al igual que en el Estudio 1, respondieron a un cuestionario con dos partes.

Instrumento y Procedimiento. En la primera parte del cuestionario se utilizaron la versión de auto-guía ideal (los ideales o aspiraciones que tienen en su vida) o la versión de auto-guía de deber (las responsabilidades o deberes que tienen en su vida) del cuestionario de RFI (Freitas y Higgins, 2002; Higgins, Roney, Crowe y Hymes, 1994). Se pedía a los sujetos que pensarán durante unos cinco minutos sobre los ideales o aspiraciones en su vida vs. las tareas o deberes en su vida, después, realizaban un listado de las actividades pensadas. La segunda parte del cuestionario fue similar a la del Estudio 1.

El diseño final consistió en 2 condiciones de enmarcamiento (implementar ganancias vs. eliminar pérdidas) x 2 orientaciones de aproximación vs. prevención (self-guía ideal vs. self-guía deber) x 2 condiciones intra-sujetos utilizadas como medidas repetidas (aspectos generales vs. concretos de la Ley). La variable dependiente, al igual que en el Estudio 1, consistió en la resta del nivel de acuerdo con los partidarios de la ley menos el nivel de acuerdo con los oponentes de la ley (en la condición aspectos generales) y en el sumatorio ponderado de las restas entre el nivel de acuerdo con los partidarios menos el nivel de acuerdo con los oponentes en cada una de las situaciones (en la condición aspectos concretos).

Resultados

El análisis MANOVA produjo un efecto de interacción significativo ($F(1, 44) = 7.09$, $p < .01$, $\eta^2 = .067$) entre los dos factores independientes (self-guía ideal vs. self-guía deber y enmarcamiento de Implementar ganancias vs. Eliminar pérdidas) y el factor dependiente (aspectos generales vs. concretos de la Ley) como medidas repetidas. Los resultados mostraron que el enmarcamiento de implementar la igualdad produjo un mayor nivel de aceptación de los aspectos concretos de la ley en la condición de self-guía ideal (orientación de aproximación), mientras el enmarcamiento de eliminar la discriminación produjo un mayor nivel de aceptación de los aspectos concretos de la ley en la condición self-guía de deber (orientación de prevención).

El análisis igualmente evidenció un efecto de interacción entre la manipulación de la orientación de aproximación vs. prevención y el factor intrasujetos de aspectos generales vs. Concretos de la ley ($F(1, 44) = 4.64$, $p = .001$, $\eta^2 = .14$).

Los resultados mostraron que en el caso de la orientación de aproximación los aspectos concretos de la ley fueron menos aceptados que los aspectos generales ($M = -1.328$; $DT = 1.304$; vs. $M = 2.292$; $DT = 0.450$), mientras que en el caso de la orientación de prevención los aspectos generales fueron aceptados al mismo nivel que los aspectos concretos ($M = 3.722$; $DT = 1.251$; vs. $M = 3.17$; $DT = 0.432$). Pruebas post hoc de Bonferroni confirmaron las diferencias significativas en la orientación del self de aproximación ($p = .01$) y las no diferencias en el caso de la orientación del self de prevención ($p = .34$).

Análisis ANOVA separados para los aspectos generales y concretos de la ley encontraron que no había ningún efecto para los aspectos generales de la ley ($F(1, 44) = 2.01$, $p = .27$, $F(1, 44) = 1.91$, $p = .35$, $F(1, 44) = 0.05$, $p = .84$, respectivamente para orientación del self, enmarcamiento e interacción), mientras se dio un efecto de interacción significativo ($F(1, 44) = 7.03$; $p = .01$, $\eta^2 = .14$) en los aspectos concretos de la ley. Así, en la condición de enmarcamiento de implementación de ganancias (implementar la igualdad) eran los sujetos altos en self-guía ideal —orientación de aproximación— los que observaban una mayor aceptación de los aspectos concretos de la ley ($M = 5.67$; $DT = 4.02$) que los sujetos altos en self-guía de deber —orientación de evitación— ($M = -3.86$; $DT = 4.04$), mientras en la condición de enmarcamiento de pérdidas (eliminar la discriminación) eran los sujetos altos en self-guía de deber ($M = 1.77$; $DT = 4.02$) los que observaban una mayor aceptación de los aspectos concretos de la ley que los sujetos altos en self-guía ideal ($M = 1.20$; $DT = 4.3$).

Igualmente el análisis produjo un efecto univariado de orientación del self, ($F(1, 44) = 7.76$, $p < .001$, $\eta^2 = .14$). Era en la condición de enmarcamiento de self-guía ideal donde se observaba un mayor índice de aprobación de la ley ($M = 3.80$; $DT = 5.29$) mientras en la condición de self-guía deber se daba una menor aprobación de la misma ($M = -1.21$; $DT = 5.57$) (ver figura 2).

En suma, los resultados del segundo estudio nuevamente muestran que no había diferencias significativas de los efectos del enmarcamiento y de la saliencia del self —medida aquí contextualmente— a la hora de evaluar la LIG en general, mientras en los aspectos concretos de la ley aparecían diferencias estadísticamente significativas. Así, en este segundo estudio se replican los efectos del primero: los aspectos centrales de la representación permanecen estables, mientras son los elementos periféricos de la misma los que son afectados por el mensaje. En el mismo sentido, los resultados producen nuevamente una congruencia entre la manipulación del mensaje como pérdidas y ganancias y la saliencia del self como self-guía ideal vs. self-guía deber, a la hora de una mayor aceptación o rechazo de los aspectos concretos de la ley.

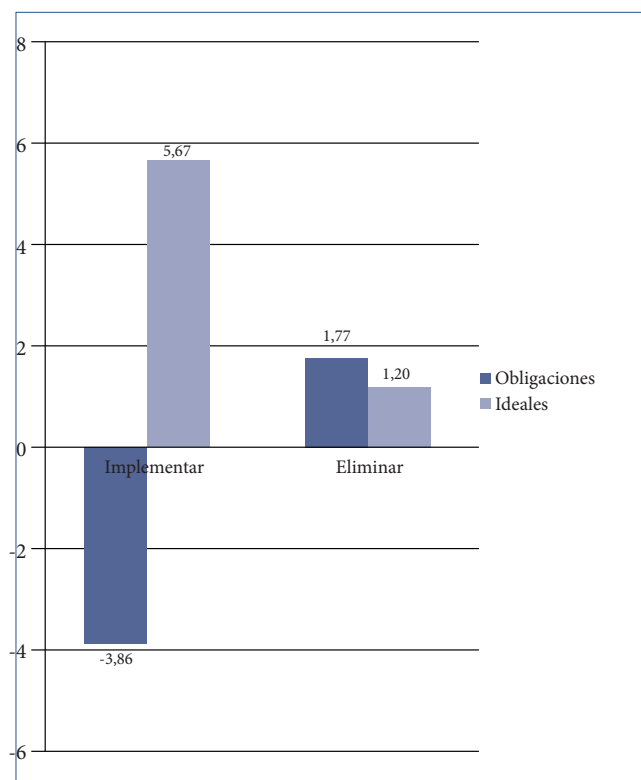


Figura 2. Medias de aceptación de la Ley de Igualdad de Género en función del enmarcamiento y el RFI en función de los aspectos concretos de la ley.

Discusión y conclusiones

Encontramos que este objeto de discusión social —la aplicación de la LIG— concebido por la aprobación por parte del Parlamento Español, refleja la utilización de diferentes lógicas hacia su aceptación, atreviéndonos a decir que una de ellas podría responder al imperativo de una práctica políticamente correcta y otra, a una convicción real. Así, los resultados aducen que se dan diferentes formas de actuar del meta-sistema cognitivo en el sistema operativo (Doise, 1990) y aportan una interesante articulación para el estudio de las diferentes lógicas normativas en las tomas de decisión sobre la aceptación o rechazo de un objeto de discusión social como es la LIG.

Los resultados aportan evidencias a favor de la hipótesis principal a través de los dos estudios: la interacción entre la manipulación de la condición de enmarcamiento del mensaje y de la orientación del Self hacia la aproximación o la evitación no tienen impacto en los aspectos generales y sí en los aspectos específicos de la LIG. Además, dichos efectos

se producen tanto con medidas permanentes (BIS/BAS en el primer estudio) como con medidas contextuales (RFI, en el segundo estudio) de aproximación vs. evitación.

El efecto de la interacción en los aspectos concretos de la LIG y no en los aspectos generales nos hace pensar en la interconexión entre enmarcamiento y representaciones sociales, ya que al igual que Sibley et al. (2006) o Valencia et al. (2010) los resultados muestran que mientras no hay efectos de las manipulaciones del mensaje como pérdidas y ganancias y de la saliencia del self como aproximación y evitación en la evaluación de la ley en general (en otras palabras, núcleo central de la RS de la LIG), sí se dieron en la concreción de la ley en su aplicación en contextos específicos (en otras palabras, elementos periféricos de la LIG). Siguiendo a Abric y Guimelli (1998) se podría pensar que el posicionarse ante la LIG supone hacer referencia al Valor de Igualdad —actualmente asumido por nuestra sociedad— y que conforma el núcleo central de la representación. Sin embargo, posicionarse ante la aplicación de la ley en contextos específicos hace referencia a elementos periféricos, más sensibles al contexto y que permiten a los sujetos y a los grupos adaptarse a las situaciones concretas (Wagner et al., 1994). Así, mientras se utiliza una norma anti-discriminatoria en el contexto de la igualdad de género como valor (LIG en general: núcleo central), la LIG se pone en cuestión en sus aplicaciones concretas (aplicación de la LIG en contextos específicos: elementos periféricos). En otras palabras, mientras las zonas de la LIG como Valor se hacen mudas, en la aplicación de la ley en situaciones concretas, estas zonas se desenmascaran (Abric y Guimelli, 1998). Esto nos puede dar indicios a la hora de evaluar la medida en la que la aplicación de una ley regulatoria orientada desde la igualdad realmente tendrá éxito en su aplicación y sobre todo, si será asumida en la práctica. Así, se podría argumentar que la diversidad coexiste con el consenso necesario para la homogeneidad de una representación, la estabilidad perdura en medio de la movilidad y ello es posible debido a que la flexibilidad del sistema periférico alterna con la rigidez del sistema central (Abric, 1994; Flores-Palacios, 2001).

La persistencia de la interacción entre enmarcamiento y aspecto del self tanto con medidas permanentes como con medidas de manipulación inducida nos hace pensar en la pertinencia de la dimensión cultural del self. Así, los estudios aquí presentados muestran que la saliencia del self como aproximación vs evitación, interactúa con la manipulación de enmarcamiento de pérdidas vs ganancias a la hora de la aceptación o rechazo de los diferentes aspectos concretos de la LIG. Se encontró que, haciendo saliente los aspectos de aproximación (o self ideal en el segundo estudio) y de evita-

ción (o self deber en el segundo estudio) llevan a diferentes aceptaciones de los aspectos concretos de la LIG. Este posicionamiento del self lleva a ser más congruente entre el aspecto del self hecho saliente y el tipo de enmarcamiento manipulado. En otras palabras, al igual que los estudios sobre mensajes de salud, la saliencia del self tiende a ser congruente con el tipo de enmarcamiento (Mann et al., 2004, Sherman, Mann y Updegraff, 2006). Sin embargo, a diferencia de los estudios anteriores, el enfoque de la TRS nos ha permitido profundizar en dicha relación, ubicando que esta congruencia se encuentra relacionada con los aspectos concretos de la ley (elementos periféricos) y no con los aspectos generales de la ley (núcleo central). El hecho que el efecto de congruencia aparezca tanto con una manipulación permanente (BIS/BAS) como con una manipulación inducida (RFI), muestra que, más que al rol de las características intrapsíquicas de los sujetos, este efecto se debe a las lógicas normativas (Doise y Staerklé, 2001) que al posicionamiento del self (aproximación/ideal vs. evitación/deber) que supone toman los sujetos a la hora de aceptar o rechazar la LIG. De hecho, el estudio transcultural del efecto de congruencia ha mostrado que el enmarcamiento de los mensajes congruentes culturalmente lleva a mayores niveles de aceptación de comportamientos propuestos y que la interacción entre el focalización regulatoria del self y el enmarcamiento del mensaje son el medio a través el cual se dan las diferencias culturales (Hamamura, Meijer, Heine, Kamaya y Hori, 2009; Uskul, Sherman y Fitzgibbon, 2009). Por ejemplo, Uskul et al., (2009) encontraron que mientras los participantes británicos, que tenían un mayor focalización de promoción, fueron más persuadidos por el mensaje enmarcado en ganancias, los participantes asiáticos, que tenían un mayor focalización en prevención fueron más persuadidos por el mensaje enmarcado en pérdidas.

Además, esta diferencia cultural en persuasión fue mediada por una interacción entre el tipo de mensaje y la focalización regulatoria. Similares patrones decisionales se encontraron en el estudio de Hamamura et al. (2009) con participantes norteamericanos y japoneses. En otras palabras, estos estudios aducen en el sentido de diferencias culturales del self a la hora de ser persuadidos por un mensaje enmarcado en pérdidas o ganancias: se encuentran diferentes regulaciones normativas en función de la saliencia del self. En conclusión, se evidencia que los individuos toman sus decisiones, más que debido a sus características intraindividuales, debido a cómo se posicionan en relación a la LIG de acuerdo con el tipo de self hecho saliente y el enmarcamiento propuesto, tratando de ser congruentes con su dimensión cultural y por lo tanto con sus propias representaciones sociales.

Referencias

- Abrie, J. C. (1993). Central system, peripheral system: Their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on Social Representations*, 2, 75-78.
- Abrie, J. C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris: PUF.
- Abrie, J. C. y Guimelli, C. (1998). Représentations sociales et effets de contexte. *Connexions* 72(2), 23-38.
- Banks, S. M., Salovey, P., Greener, S., Rothman, A. J., Moyer, A., Beauvais, J. y Epel, E. (1995). The effects of message framing on mammography utilization. *Health Psychology*, 14(2), 178-184.
- BOE. (2007). Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Núm. 71, 23 de marzo 2007, 12611-12645. Disponible en: <http://www.boe.es/boe/dias/2007/03/23/pdfs/A12611-12645.pdf>
- Carver, C. S., Sutton, S. K. y Scheier, M. F. (2000). Action, emotion, and personality: Emerging conceptual integration. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(6), 741-751. doi: 10.1177/0146167200268008
- Carver, C. y White, T. (1994). Behavioural inhibition, behavioural activation and affective responses to impeding reward and punishment: The BIS/BAS Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(2), 319-333. doi: 10.1037/0022-3514.67.2.319
- Doise, W. (1990). Les représentations sociales. En R. Ghiglione, C. Bonnet y J-F. Richard (Eds.), *Traité de Psychologie Cognitive* (pp. 111-174). Paris: Dunod.
- Doise, W. (1993). *Logiques Sociales dans le Raisonnement*. Neuchatel: Delachaux & Niestle.
- Doise, W. y Staerklé, C. (2001). From social to political psychology: The societal Approach. En K. Monroe (Ed), *Political Psychology* (pp. 151-172). Nueva York: Erlbaum.
- Flament, C. (1994). Aspects périphériques des représentations sociales. En C. Guimelli (Ed.), *Structures et transformations des représentations sociales* (pp. 85-115). Neuchâtel: Delachaux et Niestle.
- Flament, C. (1999). La représentation sociale comme système normatif. *Psychologie et Société*, 1, 29-53.
- Flores-Palacios, F. (2001). *Psicología social y género; el sexo como objeto de representación social*. México: McGraw-Hill
- Freitas, A. L. y Higgins, E. T. (2002). Enjoying goal-directed action: The role of regulatory fit. *Psychological Science*, 13(1), 1-6. doi: 10.1111/1467-9280.00401
- Guimelli, C. y Deschamps, J. C. (2000). Effets de contexte sur la production d'associations verbales: Le cas des représentations sociales des Gitans. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 47-48, 44-54.
- Hamamura, T., Meijer, Z., Heine, S. J., Kamaya, K. y Hori, I. (2009). Approach-avoidance motivation and information processing: Cross-cultural analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 35(4), 454-462. doi: 10.1177/0146167208329512
- Higgins, T. (1997). Beyond Pleasure and Pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280-1300. doi: 10.1037/0003-066X.52.12.1280
- Higgins, T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivation principle. *Advances in Experimental Social Psychology*, 30, 1-46. doi: 10.1016/S0065-2601(08)60381-0
- Higgins, T., Klein, R. y Strauman, T. (1985). Self-concept discrepancy theory: A psychological model for distinguishing among different aspects of depression and anxiety. *Social Cognition*, 3(1), 51-76. doi: 10.1521/soco.1985.3.1.51
- Higgins, E. T., Roney, C. J., Crowe, E. y Hymes, C. (1994). Ideal versus ought predilections for approach and avoidance distinct self-regulatory systems. *Journal of Personality & Social Psychology*, 66(2), 276-286. doi:10.1037/0022-3514.66.2.276
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1984). Choices, values and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350. doi: 10.1037/0003-066X.39.4.341
- Levin, I. P., Schneider, S. L. y Gaeth, G. J. (1998). All frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76(2),149-188. doi:10.1006/obhd.1998.2804
- Mann, T, Sherman, D. y Updegraff, J. (2004). Dispositional motivations and message framing. *Health Psychology*, 23(3), 330-334. doi: 10.1037/0278-6133.23.3.330
- Maheswaran, D. y Meyers-Levy, J. (1990). The Influence of Message Framing and Issue Involvement. *Journal of Marketing Research*. 27, 361-367.
- Merino, R. M., Figueruelo, A. e Ibañez, M. (2007). *Igualdad ¿para qué? A propósito de la Ley Orgánica para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*. Granada: Comares.
- Meyerowitz, B. E. y Chaiken, S. (1987). The effect of message framing on breast self-examination attitudes, intentions, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 500-510. doi: 10.1037/0022-3514.52.3.500
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse son image et son public*. Paris: PUF.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. En R. Farr y S. Moscovici (Eds.), *Social Representations* (pp. 3-69). Cambridge: Cambridge University Press.
- Quattrone, G. y Tversky, A. (1988). Contrasting rational and psychological analyses of political choice. *American Political Science Review*, 82(3), 719-736.
- Rothman, A. J. y Salovey, P. (1997). Shaping perceptions to motivate healthy behavior: The role of message framing. *Psychological Bulletin*, 121(1), 3-19.
- Rothman, A. J., Salovey, P., Antone, C., Keough, K. y Martin, C. D. (1993). The influence of message framing on intentions to perform health behaviors. *Journal of Experimental and Social Psychology*, 29(5), 408-433. doi: 10.1006/jesp.1993.1019
- Sherman, D., Mann, T. y Updegraff, J. (2006). Approach/avoidance orientation, message framing and health behaviour. *Motivation and Emotion*, 30(2), 164-168. doi: 10.1007/s11031-006-9001-5
- Sibley, Ch., Liu, J. y Kirkwood, S. (2006). Toward a social representations theory of attitude change: the effect of message framing on general and specific attitudes toward. *New Zealand Journal of Psychology*, 35(1), 3-13.

- Tversky, A. y Kahneman, D. (1981). Framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458. doi:10.2307/1685855
- Uría, P. (2009). *El feminismo que no llegó al poder*. Madrid: Talasa.
- Uskul, A. K., Sherman, D. y Fitzgibbon, J. (2009). The cultural congruency effect: Culture, regulatory focus and the effectiveness of gain- vs. loss-framed health messages. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(3), 535-541. doi:10.1016/j.jesp.2008.12.005
- Valencia, J. F., Gil de Montes, L. y Elejabarrieta, F. (2004). Creencias y actitudes hacia la inmigración: estereotipos, prejuicio y regulaciones normativas. *Revista de Psicología Social*, 19(3), 299-318. doi: 10.1174/0213474041960469
- Valencia, J. F., Gil de Montes, L., Ortiz, G., Larrañaga, M. y Idoyaga, N. (2010). Enmarcamiento y el rechazo o aceptación de los aspectos generales y específicos de la Ley de Igualdad de Género: representaciones sociales y regulaciones normativas. *Revista de Psicología Social*, 25(2), 145-156. doi: 10.1174/021347410791063769
- Vergés, P., Tyszka, T. y Vergés, P. (1994). Noyau central, saillance et propriétés structurales. *Papers on Social Representations*, 3, 3-12.
- Wagner, W. (1994). Fields of research and socio-genesis of social representations: A discussion of criteria and diagnostics. *Social Science Information*, 33(2), 199-228. doi: 10.1177/053901894033002004
- Wagner, W., Elejabarrieta, F. y Valencia, J. F. (1994). Estabilidad en las representaciones sociales de paz y de guerra en dos países. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, 10(2), 123-143.
- Wagner, W., Valencia, J. y Elejabarrieta, F. (1996). Relevance, discourse and the "hot" stable core of social representations. A structural analysis of word associations. *British Journal of Social Psychology*, 35(3), 331-352. doi: 10.1111/j.2044-8309.1996.tb01101.x

Fecha de recepción: 16 de mayo de 2013
Fecha de aceptación: 20 de junio de 2013