

CHARLES E. OSGOOD - GEORGE J. SUCI
PERCY H. TANNENBAUM

LA MEDIDA DEL SIGNIFICADO

VERSIÓN ESPAÑOLA DE
JULIO SEOANE Y JOSÉ BERNIA



EDITORIAL GREDOS
MADRID

© **EDITORIAL GREDOS, S. A.**, Sánchez Pacheco, 81, Madrid, 1976, para la versión española.

Título original: *THE MEASUREMENT OF MEANING*, By Charles E. Osgood, George J. Suci and Percy H. Tannenbaum.

Original English-language edition published by the University of Illinois Press.
Copyright 1957 by the Board of Trustees of the University of Illinois.

Depósito Legal: M. 30856 - 1976.

ISBN 84-249-2452-5. Rústica.

ISBN 84-249-2453-3. Tela.

Gráficas Cónдор, S. A., Sánchez Pacheco, 81, Madrid, 1976. — 4389.

ÍNDICE GENERAL

	<i>Págs.</i>
PRÓLOGO	7
I. — LA LÓGICA DE LA DIFERENCIACIÓN SEMÁNTICA	9
<i>Significados de «significado»</i>	10
Significado lingüístico	10
Significado psicológico	11
Mentalismo, 12. — Teoría de la sustitución, 12. — Teoría disposicional, 13.	
El Significado como un proceso de mediación represen- tacional	13
El Significado como un concepto relacional	17
<i>El problema de la medida</i>	18
Métodos fisiológicos	19
Potenciales de acción en la musculatura estriada, 19. — Reacción salival, 20. — La respuesta galvánica de la piel, 20.	
Métodos de aprendizaje	21
Generalización semántica, 21. — Estudios de transferencia e interferencia, 22.	
Métodos perceptivos	22
Métodos de asociación	23
Métodos de escalas	25

	<u>Págs.</u>
<i>El diferencial semántico</i>	25
El lenguaje como índice del significado	26
Fundamentos del diferencial semántico	28
La lógica de la diferenciación semántica	32
II. — LA DIMENSIONALIDAD DEL ESPACIO SEMÁNTICO	39
<i>Análisis I: Factorización centroide, método gráfico</i>	41
Muestreo	41
Procedimiento	42
Tratamiento de los datos	42
Matriz de intercorrelaciones, 43. — Análisis factorial, 44.	
<i>Análisis II: Factorización-D, método de elección forzada.</i>	47
Muestreo	47
Procedimiento	48
AGUDO-obtuso; relajado-tenso	48
FRESCO-rancio; largo-corto	48
Tratamiento de los datos	49
Análisis factorial, 49.	
Comparación de los análisis factoriales I y II	50
I. Evaluación, 52. — II. Potencia, 54. — III. Actividad, 54.	
<i>Análisis III: Muestreo del Thesaurus</i>	55
Muestreo	56
Procedimiento	58
Tratamiento de los datos	58
Análisis factorial	59
Análisis factorial centroide, 59. — Rotación Quartimax del centroide, 60. — Factorización de raíz cuadrada de los mismos datos, 60. — I. Factor evaluativo, 61. — II. Potencia, 67. — III. Actividad Orientada, 67. — IV. Estabilidad, 67. — V. Tensión, 68. — VI. Novedad, 68. — VII. Receptividad, 68. — VIII. Agresividad, 69.	
Varianza explicada por este análisis factorial	69

	<i>Págs.</i>
<i>Estudios factoriales adicionales</i>	70
Juicios de señales de sonar por operadores de sonar.	70
Juicios de no-artistas sobre cuadros figurativos	71
<i>Análisis del factor evaluativo general</i>	73
<i>El espacio semántico</i>	76
1) Los significados varían multidimensionalmente, 76. —	
2) Estabilidad de los factores de evaluación, potencia y actividad, 76. — 3) Modificabilidad del espacio semántico, 78. —	
4) Dimensionalidad del espacio semántico, 78.	
 III. — EL DIFERENCIAL SEMÁNTICO COMO INSTRUMENTO DE MEDIDA	 80
<i>Construcción y administración de un diferencial semántico.</i>	80
Contenido de un diferencial semántico	81
Selección de conceptos, 81. — Selección de escalas, 82.	
Administración de un diferencial semántico	84
Cantidad de material, 84. — Forma del diferencial, 85. —	
Instrucciones a los sujetos, 86. — El problema de la contaminación contextual, 88. — El uso de siete alternativas, 89.	
<i>Análisis de los datos del diferencial semántico</i>	90
Medidas descriptivas	91
El significado de un concepto, 91. — Semejanza y diferencia en el significado, 93. — 1) <i>El espacio semántico</i> , 93; 2) <i>La noción de distancia</i> , 94; 3) <i>Diversos usos de D</i> , 96; 4) <i>Supuestos incluidos en el uso de D</i> , 97. — Estructura conceptual, 97.	
Estimaciones de la significación	101
Datos individuales frente a datos de grupos, 102. — Diferencias en la posición de escalas o puntuación del factor, 102. — Diferencia en el significado, 103. — a) <i>Diferencia en el significado del mismo concepto para dos grupos distintos</i> , 104; b) <i>Diferencia entre los significados de dos conceptos para el mismo grupo</i> , 104; c) <i>Diferencia entre dos individuos en el significado de un concepto</i> y d) <i>Diferencia entre los significados de dos conceptos para el mismo individuo</i> , 105. — Diferencias entre distancias, 105. — Diferencias dentro de una estructura conceptual, 106. — Diferencias entre estructuras conceptuales, 107. — La función discriminante, 108.	

	<u>Págs.</u>
<i>Un análisis semántico de electores en la elección presidencial de 1952</i>	108
Sujetos y procedimiento	108
Clasificación de los sujetos, 109.—El diferencial semántico, 111.	
El significado de los conceptos de individuo y de los conceptos problema para los electores	111
Semejanzas y diferencias en el significado	113
Estructuras conceptuales de los grupos de electores ...	117
Análisis teórico de los atributos característicos de un marco de referencia	120
1) Se pueden representar por completo los juicios semánticos en un espacio definido por un conjunto de factores semánticos elementales, 120.—2) Cualquier eje o dimensión que atravesase el origen del espacio semántico, representa una escala potencial o atributo semántico de juicio, 120.—3) La naturaleza semántica de cualquier atributo viene dada por sus relaciones con los factores elementales, 121.—4) Puede decirse que todo concepto del espacio semántico está «contenido» por su atributo característico, 121.—5) Dos conceptos pueden interactuarse recíprocamente en la medida en que están contenidos en los mismos atributos, 121.	
Los atributos característicos del marco de referencia político	123
IV.—EVALUACIÓN DEL DIFERENCIAL SEMÁNTICO	128
<i>Objetividad</i>	128
<i>Fiabilidad</i>	129
Fiabilidad del ítem	129
Datos de la correlación de test-retest (coeficientes de fiabilidad), 130.—Reproductibilidad de los puntajes de ítems, 130.—1) <i>Distribuciones conjuntas de puntajes de test y retest</i> , 130; 2) <i>Error de medida</i> , 132; 3) <i>Límites de probabilidad</i> , 135.	
Un experimento sobre la fiabilidad de los juicios semánticos	136
Fiabilidad del puntaje de factor	141

	Págs.
<i>Validez</i>	142
Validez aparente	144
Correlación de ciertos criterios externos	145
Validez de los factores semánticos	146
Validez de ciertos supuestos del método de escalas ...	149
La validez como un índice de los procesos de mediación representacional	155
1) Semejanza del perfil semántico y generalización mediatizada, 156. — 2) Polarización del juicio y fuerza del hábito, 157. — 3) Algunos otros correlatos comportamentales, 161.	
 <i>Sensibilidad</i>	 168
<i>Comparabilidad</i>	171
Comparación a través de los sujetos	172
Comparabilidad a través de los conceptos	178
 V. — LA MEDICIÓN DE LA ACTITUD Y EL PRINCIPIO DE CONGRUENCIA ...	 190
 <i>Medida de la actitud</i>	 190
Una definición de la actitud	190
Procedimiento de medición con el diferencial semántico.	192
Evaluación del diferencial semántico como una medida de la actitud	193
1) Fiabilidad, 193. — 2) Validez, 194. — a) <i>Comparación con las escalas de Thurstone</i> , 194; b) <i>Comparación con una escala de Guttman</i> , 195.	
La cuestión de las escalas de actitud generalizada ...	196
Significado frente a actitud en la predicción de la conducta	199
 <i>El principio de congruencia</i>	 200
Naturaleza del principio de congruencia	201
El aserto como una condición de la interacción cognitiva, 201. — La dirección y la localización de la congruencia, 203.	

	Págs.
Coordinación con las operaciones de medida	205
Congruencia y aprendizaje	208
Congruencia y predicción del cambio de actitud	209
Algunas condiciones limitativas y paramétricas de la congruencia	212
1) Contigüidad de los signos en los asertos, 213.—2) Intensidad del aserto, 213.—3) Credulidad de los asertos, 213.—4) Pertinencia del aserto, 214.—5) Significado de la cópula o de la misma acción como una variable, 215.	
Resumen	216
VI. — LA MEDICIÓN SEMÁNTICA EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA PERSONALIDAD Y LA PSICOTERAPIA	
	217
<i>El significado y la estructura de la personalidad</i>	
	217
Rasgos de personalidad	
	218
Mecanismos psicodinámicos	
	219
Cambio de la personalidad: psicoterapia	
	220
<i>Aplicaciones en la investigación de la personalidad y la psicoterapia</i>	
	222
Comparación de las estructuras factoriales	
	222
Estructuras factoriales de sujetos poco y muy etnocéntricos, 222.—Estructuras factoriales de sujetos normales frente a esquizofrénicos, 223.	
Comparación de estilos de respuesta a las escalas	
	226
Estilo de respuesta a las escalas y trastorno mental, 227.—Estilos de respuesta a las escalas e inteligencias, 227.—Respuestas a las escalas y conflictos de respuesta, 228.—Estilo de respuestas a las escalas y ansiedad, 229.	
Empleo del diferencial semántico para cuantificar instrumentos de test subjetivos	
	235
Aplicación al test de apercepción temática, 236.—Aplicación al Rorschach, 237.	
Empleo como un procedimiento para poner a prueba hipótesis	
	238

	<u>Págs.</u>
Efectos de la inteligencia y del nivel de ansiedad sobre el cambio de actitud, 238.—Efecto de la ego-satisfacción sobre el nivel de ansiedad, 240.	
Comparación de estructuras conceptuales individuales.	242
Comparación de significados de conceptos y distancia entre grupos	247
<i>Tres estudios ilustrativos del área de la personalidad ...</i>	248
La naturaleza de la identificación	249
Análisis cuantitativo del simbolismo de los sueños ...	252
Análisis a ciegas de un caso de triple personalidad	256
VII. — MEDIDA SEMÁNTICA EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE LA COMUNICACIÓN.	267
<i>Aplicaciones a la investigación en psicolingüística</i>	269
Los efectos semánticos de la combinación con palabras.	270
Material y procedimiento, 271.—La base de la predicción, 272.—Resultados, 273.—Naturaleza del fracaso de la predicción, 276.	
Un estudio experimental de la fidelidad individual al codificar	278
Un estudio de la producción experimental de significados de asignos	281
<i>Aplicaciones a la estética experimental y problemas afines.</i>	284
Estudios factoriales sobre la estructura de los juicios estéticos	285
Problema, 285.—Método, 286.—Resultados del análisis factorial, 286.—Relación entre técnicas artísticas y juicios semánticos, 287.	
Signos y símbolos pictóricos	289
Estudios sobre los significados de los colores	293
Efectos del color sobre los significados de los productos anunciados, 293.—Efectos del color sobre los significados de los objetos esculpidos, 295.—Resumen, 296.	
Efectos del fondo musical sobre representaciones teatrales y televisivas	296

	<u>Págs.</u>
<i>Aplicación a estudios del efecto de comunicaciones</i>	298
Efectos de la transmisión televisiva de una sesión del congreso	299
Procedimiento, 299. — Resultados, 300. — Resumen, 303.	
Estudios experimentales sobre el cambio de actitud ...	304
Cambio de actitud provocado por una sátira radiofónica, 304. — Comunicación «unilateral» frente a comunicación «bi- lateral». 305. — Efectos del orden y estructura del mensaje, 306.	
Influjo de los rótulos verbales sobre la identificación de grabados	307
Estudios sobre los efectos de la publicidad	308
La eficacia comparativa de cinco anuncios publicitarios, 308. — Credibilidad de anuncios de cerveza, 309. — Efectos de los slogans sobre la actitud respecto del producto, 309. — Evaluación de los componentes de un anuncio, 310. — Resu- men, 310.	
 VIII. — RESUMEN Y PERSPECTIVAS	 312
El diferencial semántico como un índice de los estados de significado	312
¿En qué sentido el diferencial semántico es una medida del significado?	314
1) ¿Cómo puede haber comunicación interpersonal a pesar del desacuerdo connotativo?, 315. — 2) ¿Cómo puede haber codificación discriminativa a pesar de la indiscrimi- nabilidad connotativa?, 317.	
La dimensionalidad del espacio semántico	319
Construcción y evaluación de diferenciales semánticos.	321
El principio de congruencia	323
Aplicaciones de la medida semántica	323
 APÉNDICE	
<i>El método-D de factorización</i>	326
<i>Apéndice a la versión castellana</i>	331
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	333