

Alteraciones del script y juicios afectivos: la satisfacción del consumidor

Carlos Falces, Benjamín Sierra, Pablo Briñol y Javier Horcajo
Universidad Autónoma de Madrid

El objetivo de la presente investigación ha sido analizar el efecto en los juicios sobre una determinada situación, de diferentes tipos de alteración o interrupción de un *script*. Aunque existe evidencia acerca de la relación entre las alteraciones del *script* propuestas por Schank y Abelson (1977) y el recuerdo, hasta la fecha no se había analizado la conexión entre estas alteraciones y los juicios sobre la situación que reflejan. Para explorar dicha relación se realizó una investigación utilizando los juicios que, desde el rol de consumidor, se hacen sobre experiencias que reflejan alteraciones de una situación basada en un *script*. En el primer estudio, los participantes juzgaron su satisfacción con experiencias que reflejaban siete tipos de alteración del *script* del restaurante. Los resultados indican que las situaciones que reflejan un bloqueo de la secuencia de acciones (obstáculos) dan lugar a respuestas de satisfacción más extremas que aquellas situaciones en las que las acciones se completan con resultados inapropiados o inesperados (errores), especialmente cuando la interrupción se corrige. En el segundo estudio, utilizando la misma muestra de situaciones, los participantes debían indicar en qué medida cada una de ellas era representativa de un restaurante de buena calidad. El patrón de resultados fue muy similar al obtenido en el primer estudio y sugiere que los distintos tipos de alteración podrían actuar como claves o prototipos evaluativos para ser utilizados en la formación y expresión de las actitudes.

Script interruptions and affective judgments: the consumer satisfaction.. This research analyzes the role of script interruptions in affective judgments. Most of script literature has focused on the relation among script interruptions (Schank y Abelson, 1977) and memory, but there is no empirical research examining the effect of such interruptions in affective judgements. An exploratory research was carried out using judgements about interruptive situations in a consumer context. In the first study, participants were asked to make satisfaction judgements about situations that reflected seven different kinds of script interruption. The situations were related to the restaurant script. Results showed that interruptions affecting the temporal dimension of script structure (e.g., obstacles, distractions) led to more extreme satisfaction judgements than discrepancies that don't affect the script sequence (errors). This difference was even clearer when the interruptions were successfully resolved. In the second study, participants judged the diagnosticity of the same situations in forming global judgements about the context (e.g., consumer attitudes). Again, situations reflecting obstacles were judged as more informative than errors and this effect was stronger when the situation was fixed. These findings suggest the importance of temporal structure in script related judgements and the possibility that interruptions act as evaluative prototypes in the formation and expression of attitudes.

Dentro del ámbito de la Cognición Social, el guión o *script* ha sido uno de los conceptos más utilizados en el estudio de estructuras de conocimiento sobre situaciones. Los guiones o *scripts* se han definido como una clase de esquemas sobre una secuencia coherente de sucesos esperados por un individuo, implicándole como participante o como observador (Abelson, 1976). Esta secuencia de acciones se refiere a situaciones familiares y tendría un carácter estereotipado (e.g., Abelson, 1981; Schank, 1982; Schank y Abelson, 1977; Trafimow y Wyer, 1993). Los *scripts* comparten las mismas características que los esquemas como estructuras de

procesamiento, siendo la organización secuencial o temporal de su estructura el elemento que los define como un tipo específico de esquema. Concretamente, los *scripts* estarían compuestos por un conjunto de acciones conectadas secuencialmente, que pueden agruparse en conjuntos formando escenas o viñetas (e.g., Sierra, 1994).

Entre otras funciones, estas estructuras ayudan a regular eficazmente el comportamiento respecto a un contexto determinado. Así, por ejemplo, deben permitir reaccionar de manera adecuada cuando la información o la experiencia no se ajustan a las expectativas generadas, como puede ocurrir cuando el cliente de un restaurante encuentra que la mesa que ha reservado no está disponible a la hora establecida. Es de suponer que su conocimiento sobre la secuencia de sucesos que tienen lugar en un restaurante afectará a su reacción ante esta situación y, de la misma forma, el conjunto de la experiencia influirá en su opinión sobre el restaurante. Partiendo de esta idea, en el presente artículo se analizará el

papel que juegan los guiones o *scripts* en las respuestas afectivas hacia situaciones que, como la del ejemplo, discrepan del contenido general o típico de dichos esquemas.

Alteraciones de la estructura del script

Los *scripts* recogen principalmente el conocimiento genérico sobre una situación, pero para ser estructuras eficientes de procesamiento han de proporcionar mecanismos que permitan identificar e interpretar la presencia de información que es incongruente con dicho esquema y, en consecuencia, permitir una respuesta adaptativa.

Schank y Abelson (1977) propusieron una clasificación de los diferentes tipos de información atípica, incongruente o discrepante respecto a un *script*. Como supuesto de partida se afirma que en un *script* pueden suceder determinados tipos de situaciones que causan, bien el que se inicien acciones alternativas en el desarrollo del mismo, o su abandono y la activación de un nuevo *script*. En primer lugar se encontrarían los obstáculos y los errores. Los obstáculos se producen cuando falta alguna condición necesaria para que pueda llevarse a cabo la acción en curso o la acción siguiente, como cuando el cliente de un restaurante va a leer el menú y se da cuenta de que no queda una carta disponible. En este sentido, se puede entender que los obstáculos bloquean el desarrollo del *script*. Por otra parte, los errores se producen cuando una acción se completa con valores inapropiados o inesperados, pero sin impedir necesariamente el desarrollo de acciones posteriores y la consecución del objetivo que conlleva el *script* activado. Por ejemplo, el cliente pide un café caliente y se lo traen templado. Tanto los obstáculos como los errores pueden ir seguidos de acciones correctoras. Por ejemplo, un camarero pide una carta a otro cliente en el caso del obstáculo, o volver a pedir el café en el caso del error. Otro tipo de interrupción son las distracciones, que reflejan acontecimientos inesperados que activan nuevos *scripts* y desvían temporal o definitivamente del *script* en curso. Un ejemplo de distracción sería entrar en un restaurante, pedir el menú y, al encontrarse con un viejo amigo, decidir acompañarle a su trabajo en ese mismo momento. Que el abandono del *script* sea temporal (acompañarle hasta el coche y volver) o definitivo (acompañarle al trabajo y no volver) dependerá tanto de la naturaleza de la distracción como del resultado que tengan las acciones correctoras.

El efecto de las interrupciones se ha estudiado fundamentalmente en tareas de memoria (e.g., Bower, Black y Turner, 1979; Davidson y Jergovic, 1996; Sierra, Falces y Briñol, en prensa). En estas investigaciones se ha encontrado que las distracciones y los obstáculos tienden a recordarse más que los errores. Estas diferencias se deberían fundamentalmente a que los obstáculos y las distracciones son valores atípicos que afectan a la dimensión secuencial del *script*, mientras los errores son valores atípicos de las acciones que no afectan necesariamente a dicha dimensión. Los obstáculos bloquean el desarrollo de la acción y las distracciones activan nuevos *scripts*, por lo que en ambos casos queda en suspenso la consecución de los objetivos. Sin embargo, los errores reflejan una acción que se completa con valores inesperados o inapropiados, pero que no impiden el desarrollo de la secuencia. Debido a que la estructuración secuencial o temporal de la información es una característica básica de este tipo de esquemas, toda información que afecte a dicha organización (obstáculos y distracciones) estaría representada en la memoria de una forma más detallada, y

tendría una naturaleza más episódica, lo que facilitaría su recuperación (Schank 1982; Schank y Abelson, 1995).

Alteraciones del *script* y evaluaciones

Debido al carácter dinámico de los *scripts* y a la necesidad de responder a la presencia de información incongruente, Schank y Abelson (1977) proponen que las alteraciones en el desarrollo del *script* podrían dar lugar a la aparición de respuestas emocionales. Pero, a pesar de que la presencia de información discrepante, incongruente o atípica se ha propuesto como uno de los mecanismos clave para explicar la relación entre estructuras cognitivas y respuestas afectivas (e.g., Fiske y Taylor, 1991), no se han llevado a cabo investigaciones en las que se trate de contrastar empíricamente la relación entre los distintos tipos de interrupción del *script* y las evaluaciones de carácter afectivo. En este sentido, cabe preguntarse si al igual que en el caso de las tareas de memoria, existirán diferencias en los juicios que se realizan sobre los distintos tipos de interrupción.

Una de las hipótesis más conocidas acerca de la conexión entre esquemas, información discrepante y afecto ha sido la propuesta por Mandler (Mandler, 1982, 1984). El supuesto inicial del modelo es que la incongruencia entre información y esquema genera activación fisiológica y es el origen de la respuesta emocional y las evaluaciones. Así, el grado de activación dependerá, bien de la complejidad de la tarea interrumpida cuando se trata de una secuencia de acciones (e.g., los *scripts*), o bien del grado en que la información es atípica, cuando se habla de esquemas cognitivo-perceptuales (por ejemplo, la representación de una pieza musical). En el caso de la tipicidad, el modelo propone una función de U invertida para explicar la relación entre el grado de congruencia de la información presentada y la valencia y dirección de las evaluaciones. Cuando la información se ajusta o es congruente con el esquema activado, entonces se produce un afecto positivo, puesto que la tarea de interpretar la nueva información se ha realizado con éxito. Cuando la discrepancia es moderada, se trata de ajustar la información dentro de la estructura del esquema y, si se resuelve con éxito, entonces la evaluación es positiva e intensa. Esta tendencia cambia a medida que la información es más incongruente o se fracasa en el proceso de ajustar la información al esquema activado. Una de las predicciones que se realizan desde este modelo es que la evaluación de información moderadamente discrepante será positiva incluso cuando la nueva información es negativa, ya que lo que confiere la valencia positiva es la resolución de la discrepancia (e.g., Mandler, 1982; Stayman, Alden y Smith, 1992).

Aunque los *scripts* se definen fundamentalmente como secuencias de acciones, el efecto de la tipicidad de la información respecto al esquema podría afectar a éstos, ya que también se aplican en tareas de categorización (e.g., en El Corte Inglés, un hombre con barba difícilmente sería identificado como vendedor). Así, las interrupciones podrían presentar distintos grados de tipicidad y diferir en cuanto a la intensidad de las respuestas afectivas. No obstante, no hay razón para pensar que servir un café muy frío o caliente (error), la ausencia de un camarero en el momento en el que se va a realizar una petición (obstáculo) o el mancharse la corbata con la comida (distracción), se distinguen en cuanto a su tipicidad respecto al *script* de un restaurante. De hecho, en aquellas investigaciones sobre memoria en las que se ha controlado el grado de tipicidad de la información presentada, no se encontraron diferencias entre obstáculos, errores y distracciones (e.g., Davidson y Jergovich, 1996).

El segundo factor que contribuye a crear respuestas afectivas, la complejidad de las interrupciones, se ajusta más al concepto de *script*. Como se ha señalado, las interrupciones difieren sobre todo en la capacidad que tienen para afectar a la estructuración secuencial de las unidades (acciones) que componen el *script*. Los obstáculos y las distracciones bloquean el desarrollo de la secuencia mientras que los errores no. Las interrupciones que afectan a la dimensión secuencial (e.g., obstáculos) producirían mayor activación que el resto de información incongruente (e.g., errores), ya que aunque puedan ser igualmente atípicas, son estructuralmente más complejas.

Alteraciones del script y evaluaciones del consumidor

En el ámbito de la Psicología del consumidor y del Marketing se ha planteado la relación entre los *scripts* y diferentes aspectos del comportamiento de consumo (e.g., Leigh y McGraw, 1989; Peracchio, 1992). Entre los fenómenos estudiados se encuentran las respuestas de satisfacción con la experiencia de consumo. Por ejemplo, se ha planteado que la prestación-consumo de un servicio puede definirse como una situación para el cual el cliente tiene un *script* (Smith y Houston, 1983, 1985). El *script* generaría las expectativas del consumidor sobre el desarrollo de la transacción. Si la experiencia de consumo sigue el *script*, entonces las expectativas del cliente se cumplirán, o al menos el consumidor no estará insatisfecho. Si el evento no sigue el *script*, entonces puede producirse satisfacción o insatisfacción dependiendo del sentido de la desviación. No obstante, en dichas investigaciones no se maneja empíricamente el concepto de interrupción y su posible efecto sobre la satisfacción. Por ejemplo, en el trabajo teórico de Smith y Houston (1983), aunque se adopta la perspectiva de Mandler (1982), se plantea que la satisfacción dependerá del grado de tipicidad de la experiencia respecto al esquema y no de las diferencias en la complejidad de las interrupciones. Así, cuando la experiencia es extremadamente atípica y no se puede integrar en el esquema activado, la respuesta será negativa. Por ejemplo, los clientes de un restaurante de comida rápida podrían tener una reacción negativa si un camarero muy educado les recomendara acompañar la hamburguesa con algún vino sofisticado. Es decir, aunque se ha utilizado el concepto de *script* para explicar las reacciones de satisfacción del consumidor, no se ha analizado empíricamente el impacto de los diferentes tipos de interrupción en las evaluaciones de los clientes.

El objetivo de la presente investigación es explorar la relación entre los diferentes tipos de alteración de un *script* y los juicios afectivos que se realizan, utilizando para ello las evaluaciones de satisfacción del consumidor sobre situaciones que pueden ocurrir cuando acuden a un restaurante, contexto que estaría representado en la memoria mediante un *script*. Asumiendo los postulados de Mandler (1982, 1984), se espera que las alteraciones que bloquean la secuencia de acciones del *script* den lugar a respuestas más intensas que aquellas alteraciones que reflejen valores atípicos del *script*, pero que no bloquean la consecución de las metas.

1º Estudio: tipo de interrupción y satisfacción

Para analizar si se producen diferencias en los juicios afectivos sobre experiencias de consumo, se elaboró una muestra de situaciones que podían suceder en el restaurante de una cafetería universitaria y que reflejaban diferentes tipos de interrupción del

script, y se pidió a los participantes que estimaran su grado de satisfacción con el resultado de dichas situaciones.

Método

Participantes

En este estudio participaron voluntariamente 63 estudiantes de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid. De esta muestra se eliminaron 5 participantes por fallos al completar la tarea. Todos ellos eran usuarios habituales del servicio de restaurante de la cafetería de su facultad (M= 3,2 veces por semana).

Material

La tarea de juicio se realizó utilizando una muestra de situaciones que tenían lugar en un restaurante y que, por lo tanto, podrían estar asociadas al *script* de este tipo de actividad. Estas situaciones pretendían reflejar los diferentes tipos de interrupción propuestos por Schank y Abelson (1977). Teniendo en cuenta los tipos de interrupción y el carácter dinámico del *script*, se consideraron las siguientes categorías de interrupción: *S1- Obstáculo-resolución positiva*, *S2- Error-resolución positiva*, *S3- Obstáculo-resolución negativa*, *S4- Error-resolución negativa*, *S5- Obstáculo*, *S6- Error* y *S7- Distracción*.

Para elegir estas categorías se tuvieron en cuenta los resultados de un estudio piloto en el que los participantes relataban experiencias que les habían sucedido, encontrando que un porcentaje importante de las respuestas se ajustaban a los tipos de interrupción elegidos. La categoría distracción, si bien es muy similar a la categoría obstáculo, permite contrastar si el bloqueo de la secuencia que implica una activación de *scripts* alternativos (distracción) produce los mismos efectos sobre un juicio afectivo, que cuando se produce un bloqueo en la secuencia, pero no se da la activación de *scripts* alternativos como es el caso de los obstáculos. En este sentido, es esperable que la activación de otros *scripts* pueda atenuar la intensidad de la respuesta, por lo que la distracción actuaría como un control para comparar el efecto del bloqueo de la secuencia de acciones en la satisfacción.

A partir de las siete categorías de interrupción seleccionadas, se redactaron 42 situaciones, que transcurrían en 6 acciones diferentes del *script*, es decir, siete interrupciones por cada acción. Las seis acciones seleccionadas habían sido consideradas como igualmente relevantes en un estudio previo (Sierra et al., en prensa). Por otra parte, no se encontraron efectos en la satisfacción experimentada, en función de la acción a la que pertenecían las situaciones. Para controlar la correcta clasificación de las situaciones, en cada una de las siete categorías de interrupción, se proporcionó a dos jueces las definiciones de los tipos de interrupción utilizados y se les pidió que clasificasen cada una de las situaciones (Davidson y Jergovic, 1996), obteniendo un índice de acuerdo de 0,82. Los desacuerdos se resolvieron con uno de los investigadores. En este proceso se descartaron cuatro de las situaciones pertenecientes a la acción «desplazarse de la caja a la barra», debido a que parecían poco realistas. Las 38 situaciones restantes fueron evaluadas por una muestra de 20 sujetos en cuanto al grado en que eran típicas de una cafetería, mediante una escala de siete puntos con los anclajes *muy típica* – *muy atípica*. Utilizando esta medida, se eliminaron las situaciones que diferían en cuanto a su tipicidad del resto, hasta que se obtuvo una muestra (21 situaciones, tres por cada

tipo de interrupción) homogénea para la que no existían diferencias en tipicidad entre las siete categorías de interrupción ($F < 1$). Las situaciones seleccionadas eran moderadamente atípicas ($M = 3,29$; $DT = 0,93$). De esta forma, se obtuvo un conjunto de situaciones que eran diferentes en cuanto a contenido, ya que ocurrían en acciones distintas, pero equivalentes en cuanto al tipo de interrupción y grado de tipicidad.

Procedimiento

En el contexto de una investigación sobre las reacciones de la gente ante distintas situaciones de la vida cotidiana, los participantes debían leer cada uno de los 21 incidentes e indicar su reacción, señalando su grado de satisfacción con el resultado de la situación utilizando una escala de 7 puntos con los anclajes *muy negativo - muy positivo* e indicar si les habían sucedido o no. Para todas las interrupciones, al menos el 73% de los participantes señaló que había experimentado dichas situaciones. Los participantes realizaron la tarea en una sala en grupos de un máximo de seis.

Resultados

Se aplicó un análisis de varianza de efectos fijos y medidas repetidas para evaluar el efecto del tipo de interrupción sobre el grado de satisfacción asignada a cada una de las situaciones. Los resultados muestran un efecto de la variable interrupción sobre la satisfacción ($F(6, 342) = 225,70$, $p < 0,001$, $MSe = 0,50$).

Para conocer entre qué tipos de interrupción existían diferencias significativas se siguió el método de Tukey. Tal como se muestra en la Tabla 1, las diferencias entre los distintos tipos de interrupción se producen en la dirección esperada, es decir, las interrupciones que implican el bloqueo de la dimensión temporal del script dan lugar a evaluaciones más intensas, si bien estas diferencias son mayores en el caso de las interrupciones que se resuelven con éxito. Las diferencias entre obstáculos y errores son significativas en el caso de las interrupciones positivas (Obstáculos $M = 5,52$, $DT = 0,87$ vs. Errores $M = 5,02$, $DT = 0,75$). En el caso de las interrupciones que no se resuelven, las diferencias entre obstáculos y errores se producen en la dirección esperada, pero no son significativas (Obstáculos $M = 2,28$, $DT = 0,89$ vs. Errores $M = 2,50$,

$DT = 0,92$). Tampoco se han encontrado diferencias significativas entre los obstáculos y los errores presentados sin acción correcta (Obstáculos $M = 2,63$, $DT = 0,74$ vs. Errores $M = 3,01$, $DT = 0,72$), si bien los errores sí presentan diferencias significativas con los obstáculos y los errores que no se resuelven. En cuanto a las distracciones, quedan en una valoración intermedia ($M = 4,93$, $DT = 0,65$) debido fundamentalmente a que las tres situaciones que componían esta categoría eran de signos afectivos opuestos, habíad dos distracciones positivas y una negativa. De hecho, cuando se elimina la distracción negativa, la media se equipara a la de los obstáculos que se resuelven con éxito ($M = 5,44$, $DT = 0,95$).

Discusión

Los resultados obtenidos señalan que el tipo de interrupción que produce la alteración del script influye en la reacción afectiva de los participantes ante las diferentes situaciones presentadas. Concretamente, aquellas interrupciones que afectan a la dimensión temporal del script (obstáculos y distracciones) provocan respuestas más polarizadas que aquellas interrupciones que reflejan valores atípicos de las acciones del script, pero no afectan a su estructura temporal (errores). De acuerdo con el modelo de Mandler, los obstáculos y distracciones producirían respuestas más extremas que los errores, ya que son interrupciones de mayor complejidad. En este sentido, éste es el primer estudio que proporciona evidencia empírica sobre las diferencias en la reacción afectiva que provocan los distintos tipos de alteración del script propuestos por Schank y Abelson (1977).

Como se ha señalado anteriormente, la investigación sobre esquemas y memoria demuestra que los obstáculos y las distracciones se recuerdan mejor que los errores o que las acciones típicas del script (véase Sierra et al., en prensa). De acuerdo con el modelo de memoria dinámica de Schank (1982, Schank y Abelson, 1995), los resultados del primer estudio sugieren que la superioridad en el recuerdo de los obstáculos y las distracciones puede deberse, entre otros factores, a la intensidad de las respuestas afectivas que provocan.

En el ámbito específico de la conducta del consumidor se había propuesto que la satisfacción era producto del grado en que la experiencia de consumo era típica respecto al script activado

Tabla 1
Diferencias entre los distintos tipos de interrupción

	1º Estudio Satisfacción							2º Estudio representatividad											
	Media	D.T	S3	S4	S5	S6	S7	S2	S1	Media	D.T	S3	S4	S5	S6	S7	S2	S1	
S3 Obstáculo resolución negativa	2,28	0,89								2,32	1,38								
S4 Error resolución negativa	2,50	0,92								2,41	1,49								
S5 Obstáculo	2,63	0,74								2,61	1,52								
S6- Error	3,01	0,72	*	*						3,37	1,13	*	*	*					
S7 Distracción	4,93	0,65	*	*	*	*				3,38	1,39	*	*	*					
S2- Error resolución positiva	5,02	0,75	*	*	*	*				4,34	1,10	*	*	*	*	*			
S1- Obstáculo resolución positiva	5,52	0,87	*	*	*	*	*	*a		5,15	1,24	*	*	*	*	*	*		
DMS^b = 0,401										DMS = 0,7182									
Medias y diferencias entre los siete tipos de interrupción en la evaluación de la satisfacción (1º estudio) y en el juicio de representatividad (2º estudio).																			
a : * diferencia significativa con una prob. $P = 0,05$																			
b: DMS, diferencia mínima significativa según el procedimiento de Tukey																			

(Smith y Houston, 1983). Es decir, se asumía que el script actuaría sobre todo como un esquema perceptual cognitivo y no como un esquema conductual. Pero, sin embargo, esta hipótesis no se había probado empíricamente. Los resultados de este estudio muestran que la explicación basada en la tipicidad se puede descartar a favor de la complejidad estructural, ya que las interrupciones utilizadas fueron elegidas de forma que todas fueran igualmente atípicas.

Las diferencias encontradas en las evaluaciones se podrían deber a que, aunque todas las experiencias eran igualmente atípicas, los obstáculos y las distracciones, dada su mayor complejidad estructural, se consideran de mayor relevancia subjetiva respecto a las metas del esquema, ya que impiden la consecución de las mismas. Las experiencias que reflejan obstáculos podrían considerarse prototipos evaluativos que informan sobre lo que pasa en contextos positivos frente a contextos negativos. De esta forma, una experiencia que reflejase un obstáculo sería más informativa del tipo de contexto en el que se encuentra un individuo que una experiencia que refleje un error. No obstante, no se dispone de evidencia empírica acerca del valor informativo de los distintos tipos de interrupción a la hora de juzgar o categorizar un determinado contexto. En el segundo estudio se trató de analizar esta idea, utilizando la misma muestra de situaciones y preguntando a los participantes en qué medida dichas situaciones eran representativas de un restaurante de buena calidad.

Segundo estudio

Aunque la calidad está relacionada con la satisfacción del consumidor, se consideran conceptos diferentes. La satisfacción se define como una evaluación sobre el resultado de una experiencia y tendría un alto componente afectivo, mientras que la calidad se refiere a la evaluación global sobre la excelencia en las prestaciones de una marca o producto, y es un juicio fundamentalmente cognitivo (e.g., Oliver, 1997). De hecho, no es difícil imaginar que alguien se pueda sentir satisfecho como resultado de una experiencia de consumo y, sin embargo, pensar que la marca, en términos generales, no puede ser categorizada como una marca de alta calidad. Igualmente, podemos experimentar una situación muy insatisfactoria con una marca que categorizamos como de alta calidad (e.g., Rust y Oliver, 1994). De la misma forma, en otros ámbitos, una persona puede experimentar una situación insatisfactoria y, sin embargo, gozar de una gran calidad de vida y viceversa.

Es posible que, aunque los obstáculos y las distracciones den lugar a juicios afectivos más polarizados que los errores, como en el caso de la satisfacción del consumidor, dado que la calidad percibida es un juicio de carácter fundamentalmente cognitivo, los errores se consideren de igual calidad que los obstáculos. Desde un punto de vista práctico, las situaciones presentadas pueden definirse como problemas que pueden suceder en un restaurante y que se resuelven o no, por lo que, en principio, no tendrían por qué diferenciarse respecto a lo informativos que son sobre la calidad. Por otra parte, aunque el bloqueo en la secuencia pueda dar lugar a una reacción afectiva más intensa, cuando el juicio es de carácter fundamentalmente cognitivo, puede que este efecto se modere, ya que se pueden tener en cuenta otros factores. En este caso, además de la presencia del incidente, para categorizarlo como un ejemplo de buena o mala calidad, la comparación con experiencias pasadas o procesos de atribución podrían jugar un papel, atenuando el efecto del tipo de interrupción sobre el juicio.

Por esta razón, en el segundo estudio se ha utilizado una tarea en la que se pueda aclarar si las diferencias encontradas en un juicio afectivo sobre una experiencia concreta (satisfacción) son consideradas claves informativas que permiten categorizar un contexto (e.g., una marca de restaurantes) en un juicio fundamentalmente cognitivo (e.g., decidir si es de buena o mala calidad).

Método

Participantes, material y procedimiento

Participaron voluntariamente 57 estudiantes de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid. Para realizar la tarea se presentó un cuadernillo donde se incluían las 21 situaciones del estudio anterior. En este caso, los participantes debían leer cada una de las situaciones e indicar en una escala de 7 puntos, con los anclajes «nada representativa vs. muy representativa» el grado en el cual la situación podía considerarse representativa de un restaurante de buena calidad.

Resultados

Se aplicó el mismo análisis que en el primer estudio. Los resultados indican que el tipo de interrupción determina en qué grado los participantes consideran que las diferentes situaciones son representativas o no de un servicio de buena calidad ($F(6,336)=40,39$, $p<0,001$, $Mse=1,58$). Con el fin de conocer entre qué condiciones (tipo de interrupción) existían diferencias se aplicó el método de Tukey. Tal como se observa en la Tabla 1, el patrón de resultados es muy similar al obtenido en el primer estudio. Existe una tendencia a que las interrupciones que bloquean el desarrollo de la acción reciban juicios más polarizados que cuando dichas interrupciones no suponen un bloqueo (los errores). Como en el caso de las evaluaciones de satisfacción, es en las interrupciones que se resuelven con éxito cuando estas diferencias se aprecian con mayor claridad (Obstáculo $M=5,15$, $DT=1,25$ vs. Error $M=4,34$, $DT=1,10$). Sin embargo, en este caso sí se producen diferencias significativas entre los tipos de interrupción cuando se presentan sin acción correctora (Obstáculo $M=2,61$, $DT=1,52$; Error $M=3,37$, $DT=1,13$). Por lo que respecta a las distracciones, la valoración es muy similar a la de los errores ($M=3,38$, $DT=1,39$).

Discusión

Los resultados del segundo estudio indican que los obstáculos dan lugar a juicios más extremos (positivos y negativos) sobre la representatividad que los errores y, al igual que en el primer estudio, esta tendencia se muestra de forma más pronunciada cuando la interrupción se resuelve con éxito. Es decir, de los juicios realizados por los participantes se desprende que aquellas interrupciones que bloquean la secuencia de acciones del *script* (los obstáculos) se consideran más informativos sobre el carácter positivo de un determinado contexto (en este caso, la buena calidad ofrecida por el restaurante), el cual estaría representado en la memoria mediante un *script*. Dicha capacidad diagnóstica se debería fundamentalmente a la estructuración temporal del conocimiento representado en el *script*. Por otra parte, el análisis de varianza y el examen de las puntuaciones en cada tipo de interrupción parece señalar que el efecto de esta variable es menor en el caso de un juicio cognitivo como es la calidad percibida.

La inclusión de la categoría distracción permite delimitar el efecto del bloqueo de la secuencia en los juicios. Una interrupción que bloquea la secuencia es suficiente para provocar una reacción afectiva, como se ha observado en el primer estudio en los juicios de satisfacción. Por esta razón, obstáculos y distracciones obtenían puntuaciones muy similares. Sin embargo, esto no es suficiente cuando se trata de un juicio cognitivo como el de este estudio, donde las distracciones son valoradas de forma muy similar a los errores, con valores intermedios en la escala. Dado que las distracciones activan otros scripts, es decir, otros objetivos, serían menos relevantes a la hora de informar sobre una característica de un determinado contexto (e.g., la calidad de una cafetería). Como conclusión, el efecto de bloqueo debe ser considerado además relevante para servir de clave informativa sobre el contexto evaluado.

Discusión general

El objetivo de la presente investigación era analizar empíricamente el papel que juega la estructura temporal del *script* en los juicios de naturaleza afectiva que se realizan sobre situaciones que incluyen información discrepante con el esquema. Para ello se recurrió a la clasificación de interrupciones del *script*, propuesta por Schank y Abelson (1977), y al modelo teórico de Mandler (1982, 1984), sobre la relación entre esquemas y respuestas afectivas. De acuerdo con dicho modelo, la información discrepante genera respuestas más intensas en la medida en que sea estructuralmente más compleja respecto al esquema.

Siguiendo este planteamiento, se ha analizado por primera vez el papel de los diferentes tipos de interrupción de un *script*, haciendo énfasis en la relación de dichas interrupciones con la estructura temporal del esquema. Mientras la mayor parte de la evidencia empírica disponible se centra en el rol de la tipicidad y la relevancia de la información presentada (e.g., Fiske y Taylor, 1991; Wyer y Srull, 1989), en esta investigación se pone de manifiesto la conveniencia de tener en cuenta la relación de la información con la estructura temporal del esquema, cuando se trata con secuencias de acciones dirigidas a un objetivo. Recurriendo a la teoría de Mandler y a la clasificación propuesta por Schank y Abelson (1977), se pueden concebir situaciones igualmente atípicas pero que difieran en cuanto a su complejidad estructural. Y lo que muestran los resultados de los dos estudios realizados es que las interrupciones estructuralmente más complejas bloquean la secuencia de acciones, producen evaluaciones más intensas y son consideradas más informativas sobre un determinado contexto, aunque sean igual de atípicas que las interrupciones que no bloquean dicha secuencia.

En un sentido más general, los resultados de la presente investigación sugieren algunas ideas acerca de la relación entre interrupciones del *script*, recuerdo de información y evaluaciones globales como las actitudes. Así, las interrupciones serían recordadas en mayor medida puesto que generan respuestas afectivas y se les atribuye cierto valor diagnóstico respecto al tipo de contexto en el que se encuentra el individuo y, si esto es así, es posible que la actitud expresada en un determinado momento pueda verse influida por el tipo de información accesible y su valor diagnóstico (Feldman y Linch, 1988; Lynch, Marmorstein y Weingold, 1988). Esta idea es congruente con la definición de las actitudes como reconstrucciones (Wilson, Hodges y LaFleur, 1995), las cuales serían susceptibles de modificación debido al efecto de la información

disponible para expresar la evaluación. No obstante, esta relación se debería contrastar en investigaciones posteriores en las que se controlara la información accesible (e.g., obstáculos o errores) a la hora de expresar la actitud (e.g., la opinión sobre un determinado restaurante). Por otra parte, los resultados también se ajustan al planteamiento de Abelson (1976), según el cual una actitud sería el resultado del funcionamiento de los diferentes *scripts* relacionados con el objeto actitudinal.

Esta investigación supone un enfoque diferente al realizado hasta la fecha en la aplicación del concepto de *script* en el campo del comportamiento del consumidor. En primer lugar, se ha analizado empíricamente el efecto de diferentes tipos de interrupción más allá del carácter atípico de la experiencia respecto al *script* (e.g., Smith y Houston, 1983, 1985; Stayman, Alden y Smith, 1992). En segundo lugar, proporciona evidencia sobre la relación entre el *script* y el tipo de experiencias que pueden servir como indicadores a tener en cuenta por el consumidor para categorizar un contexto (una marca concreta) de forma global (es una marca de buena o mala calidad). Desde el punto de vista aplicado, señalan una idea sugerente: determinados fallos en la prestación de un servicio, especialmente aquellos que generan una percepción de bloqueo en la experiencia del cliente, pueden llevar a una valoración positiva de la marca si son corregidos con éxito. Es decir, los obstáculos posibilitarían el que el cliente valore la forma en que se resuelven los problemas. Esta idea es congruente con el resultado de algunos estudios aplicados en los que se ha observado que los clientes realizan una valoración más positiva de la marca tras la resolución de un incidente que cuando no sucede nada (Goodman y Blanchard, 1998; Hocutt, Chakraborty y Mowen, 1997; Oliver, 1997).

No obstante, dado su carácter exploratorio, los resultados de esta investigación deben ser tomados con cautela. Por ejemplo, una limitación importante ha sido la no inclusión de acciones típicas que reflejasen el desarrollo normal del *script*. De esta manera se hubiera podido comprobar hasta qué punto las interrupciones que se resuelven dan lugar a evaluaciones realmente positivas, o en el caso del segundo estudio, si las acciones típicas se considerarían más indicativas o no de un contexto positivo que los obstáculos resueltos. Otro elemento importante que no se ha controlado en esta investigación lo constituyen las diferencias de procesamiento que se podrían producir entre los distintos tipos de interrupción. En este sentido, se podría esperar que si los obstáculos dan lugar a reacciones afectivas más intensas, existiría una tendencia a que dicha discrepancia se procesara de manera más sistemática que en el caso de los errores (e.g., Chaiken y Trope, 1999). De la misma manera, es posible que el efecto de los obstáculos en las evaluaciones estuviera mediado por algún tipo de procesamiento contrafáctico (e.g., Miller, Turnbull y McFarland, 1990). En definitiva, estas y otras limitaciones, así como la escasez de evidencia empírica al respecto, señalan la necesidad de nuevas investigaciones en las que se delimite con precisión el papel de la organización temporal de los *scripts* en los juicios afectivos que realizan las personas ante situaciones discrepantes con el contenido genérico de dichos esquemas.

Agradecimientos

La investigación que se presenta en este artículo forma parte del proyecto de investigación DGESIC, nº PB970062 financiado por el Ministerio de Educación.

Referencias

- Abelson, R.P. (1976). Script processing in attitude formation and decision making. En J.S. Carroll y J.W. Payne (Eds.), *Cognition and social behavior* (pp. 33-46). Hillsdale, NJ: LEA.
- Abelson, R.P. (1981). Psychological status of the script concept. *American Psychologist*, 36, 715-29.
- Bower, G.H., Black, J.B. y Tumer, T.J. (1979). Scripts in memory for texts. *Cognitive Psychology*, 11, 177-220.
- Chaiken, S. y Trope, Y. (1999). Dual-process theories in social psychology. New York: Guilford Press.
- Davidson, D. y Jergovic, D. (1996). Children's memory for atypical actions in script-based stories: An examination of the disruption effect. *Journal of Experimental Child Psychology*, 61, 134-152.
- Feldman, J.M. y Lynch, J.G. Jr. (1988). Self-Generated validity and other effects of measurement on belief, attitude, intention, and behavior. *Journal of Applied Psychology*, 73, 421-435.
- Fiske, S.T. y Taylor S.E. (1991). *Social cognition*. NY: McGraw Hill.
- Hocutt, M.A., Chakraborty, G. y Mowen, J.C. (1997). The impact of perceived justice on customer satisfaction and intention to complain in a service recovery. *Advances in Consumer Research*, 24, 457-463.
- Goodman, J. y Blanchard, A. (1998). A satisfied customer may spell financial disaster for power utilities. *Working paper series*. TARP Inc. Eds.
- Lynch, J.G. Jr., Marmorstein, H. y Weigold, M.F. (1988). Choice from sets including remembered brands: Use of recalled attributes and prior overall evaluations. *Journal of Consumer Research*, 15, 169-84.
- Mandler, G. (1982). The structure of value: Accounting for taste. En M.S. Clark y S.T. Fiske (Eds.), *Affect and cognition: The 17th Annual Carnegie Symposium on Cognition* (pp. 3-36). Hillsdale, NJ: LEA.
- Mandler, G. (1984). *Mind and body: Psychology of emotion and stress*. New York: Norton
- Miller, D.T., Tumbull, W. y McFarland, C. (1990). Counterfactual thinking and social perception: Thinking about what might have been. En M.P. Zanna (Eds.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 23, pp. 305-331). NY: Academic Press.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Peracchio, L.A. (1992). How Do Young Children Learn to be Consumers? A Script Processing Approach, *Journal of Consumer Research*, 18, 425-40.
- Schank, R.C. (1982). *Dynamic memory: A theory of reminding and learning in computers and people*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schank, R.C. y Abelson R.P. (1977). *Scripts, goals, plans, and unders-tanding*. Hillsdale, NJ: LEA.
- Schank, R.C. y Abelson, R.P. (1995). Knowledge and memory: The real story. En R.S. Wyer (Ed.), *Advances in social cognition: Knowledge and memory* (Vol. 8, pp. 1-85).
- Sierra, B. (1994). Representación del conocimiento en el sistema cognitivo humano: Esquemas. En P. Adarraga (Comp.). *Psicología e inteligencia artificial*. Madrid: Trotta.
- Sierra, B., Falces, C., Briñol, P. y Horcajo, J. (2002) Recuerdo sobre situaciones reales basadas en scripts: el efecto de la tipicidad y la relevancia. *Psicothema* (en prensa).
- Smith, R.A. y Houston, M.J. (1983). Script-based Evaluations of Satisfaction with Services. En L.L. Berry, G.L. Shostack y G.D. Upah (Eds.), *Emerging Perspectives on Services Marketing*, 59-62. Chicago: American Marketing Association
- Smith, R.A. y Houston, M.J. (1985). A Psychometric Assessment of Measures of Scripts in Consumer Memory, *Journal of Consumer Research*, 12, 214-24.
- Stayman, D.M., Alden, D.L. y Smith, K.H. (1992). Some effects of schematic processing on consumer expectations and disconfirmation judgments. *Journal of Consumer Research*, 19, 240-55.
- Wilson, T.D., Hodges, S.D. y LaFleur, S.J. (1995). Effects of introspecting about reasons: Inferring attitudes from accessible thoughts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 16-28.
- Wyer, R.S. y Srull, T.K. (1989). *Memory and cognition in its social context*. Hillsdale, NJ: LEA.