



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA *Iztapalapa*

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

PSICOLOGÍA SOCIAL

AÑO DE INVESTIGACIÓN: "DINÁMICA DE LA INTERSUBJETIVIDAD"

**"CAMBIO DE ACTITUDES HACIA LA PENA DE MUERTE ENTRE JÓVENES
UNIVERSITARIOS: UNA EXPLICACIÓN DESDE EL MODELO DE PROBABILIDAD
DE ELABORACIÓN"**

TESIS, QUE, PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN PSICOLOGÍA SOCIAL.

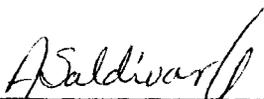
PRESENTA:

FREDI EVERARDO CORREA ROMERO



CARLOS CÉSAR CONTRERAS IBÁÑEZ

ASESOR



ALICIA SALDIVAR GARDUÑO

LECTORES



FERNANDO ORTIZ LACHICA

MÉXICO DF. NOVIEMBRE DE 2001

INDICE

MARCO SOCIO- HISTÓRICO	
1.1 INTRODUCCIÓN	5
1.2 BREVE RESEÑA HISTÓRICA	7
1.2.1 ANTECEDENTES REMOTOS	7
1.2.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO	8
1.2.3 ANTECEDENTES DE LA PENA DE MUERTE EN ESTADOS UNIDOS	9
1.3 CONCEPTOS	10
1.3.1 CONCEPTO DE PENA	10
1.3.2 JUSTIFICACIONES JURÍDICAS	10
1.3.3 CONCEPTO DE PENA DE MUERTE	11
1.3.4 DELITO Y DELINCUENCIA	11
1.4 PENA DE MUERTE EN MÉXICO	12
1.5 SITUACIÓN ACTUAL.	13
1.6 JUSTIFICANTES A FAVOR Y EN CONTRA DE LA PENA CAPITAL	15
1.7 ANTECEDENTES DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN	15
1.8 CONCLUSIÓN A MANERA DE JUSTIFICACIÓN	16
MARCO TEÓRICO	
2.1 INTRODUCCIÓN	17
2.2 ACTITUDES: UNA VISIÓN GENERAL	18
2.2.1 ORIGEN DEL CONCEPTO DE ACTITUD	18
2.2.2 PERIODOS DE ESTUDIO SOBRE ACTITUDES EN PSICOLOGÍA SOCIAL	19
2.2.3 EL CONCEPTO DE ACTITUD	19
2.2.4 FUNCIÓN DE LAS ACTITUDES	21
2.2.4.1 FUNCIÓN DE EVALUACIÓN DE OBJETOS	21
2.2.4.2 FUNCIÓN VALOR- AUTORREALIZACIÓN EXPRESIVA	22
2.2.4.3 FUNCIÓN INSTRUMENTAL- ADAPTATIVA	22
2.2.5 DE LA ACTITUD A LA CONDUCTA	22
2.2.5.1 FACTORES METODOLÓGICOS	23
2.2.5.2 FACTORES SITUACIONALES	23
2.2.5.3 CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DE LA ACTITUD	24
2.2.5.4 ASPECTOS INDIVIDUALES	24
2.2.6 TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA	25
2.3 PERSUASIÓN: DE LA ACTITUD AL CAMBIO DE ACTITUD	26
2.3.1 ORIGEN DEL ESTUDIO DE LA PERSUASIÓN	26
2.3.2 LA RETÓRICA SEGÚN ARISTÓTELES	28
2.3.2.1 INVENCION	28
2.3.2.2 ACERCA DEL CONVENCER	28
2.3.2.3 ACERCA DEL EMOCIONAR	29
2.3.3 EL GRUPO DE INVESTIGACIONES DE YALE	30
2.3.4 MODELO PERSUASIVO DE MCGUIRE	32
2.3.4.1 MATRIZ INPUTS	32
2.3.4.2 MATRIZ OUTPUTS	32
2.3.4.3 DIFICULTADES TEÓRICAS	33
2.3.5 LA PERSPECTIVA DE LA RESPUESTA COGNITIVA	34
2.3.6 EL MODELO HEURISTICO (Heuristic-Systematic Model, HSM)	35
2.4 EL MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACIÓN (Elaboración Likelihood Model -ELM-)	36
2.4.1 POSTULADOS DEL ELM	38
2.4.2 VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA MOTTIVACIÓN PARA PROCESAR	45
2.4.3 VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA HABILIDAD PARA EVALUAR UN MENSAJE	47
2.5 CONSIDERACIONES TEÓRICO- CONCEPTUALES	49
2.5.1 INDIVIDUALISMO- COLECTIVISMO	49
MÉTODO	
3.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMAS	52
3.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMAS	53
3.3 VARIABLES INDEPENDIENTES	54
3.3.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL	54
3.3.2 DEFINICIONES OPERACIONALES	54
3.4 COVARIABLES	55
3.4.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL	55
3.4.2 DEFINICIONES OPERACIONALES	55
3.5 VARIABLE DEPENDIENTE	55
3.5.1 CAMBIO DE ACTITUD HACIA LA PENA DE MUERTE	56

3.6 PARTICIPANTES	56
3.7 DISEÑO DE LOS ESTUDIOS	57
3.8 INSTRUMENTOS	58
3.9 PROCEDIMIENTO	59
3.10 MATERIALES	60
3.11 ANÁLISIS	60
RESULTADOS	
4.1 DATOS SOCIO- ESTADÍSTICOS	61
4.2 CHEQUEOS DE LA MANIPULACIÓN	61
4.3 INSTRUMENTOS	63
4.3.1 ESCALA DE TOLERANCIA HACIA LA PENA DE MUERTE (ETPM)	63
4.3.2. ESCALA DE NECESIDAD DE COGNICIÓN	66
4.3.3 ESCALA COLECTIVISMO -INDIVIDUALISMO	68
4.4 EFECTOS EXPERIMENTALES	70
4.4.1. DIFERENCIA ENTRE GRUPOS	71
4.4.2 COMPARACIÓN DE LOS GRUPOS CON EL PRE TEST	71
4.4.3 COMPARACIÓN DE LOS GRUPOS CON EL POS TEST INMEDIATO	72
4.4.4 COMPARACIÓN DE LOS GRUPOS CON EL POS TEST DIFERIDO	73
4.4.5 NECESIDAD DE COGNICIÓN DE LOS GRUPOS EXPERIMENTALES	74
4.4.6 INDIVIDUALISMO DE LOS DIFERENTES GRUPOS EXPERIMENTALES	74
4.4.7 CAMBIO DE ACTITUD PARA LOS DIFERENTES GRUPOS EXPERIMENTALES	74
4.5 VARIABLES INDEPENDIENTES	77
4.5.1 INTERACCIONES SIGNIFICATIVAS PARA EL CAMBIO INMEDIATO	77
4.6 EFECTO DE LAS COVARIABLES	82
4.6.1 NECESIDAD DE COGNICIÓN	82
4.6.2 INDIVIDUALISMO- COLECTIVISMO	86
CONCLUSIONES	
5.1 CON RESPECTO A LAS HIPÓTESIS	88
5.1.1 ACTITUD HACIA LA PENA DE MUERTE	88
5.1.2 CONSIDERACIONES SOBRE LAS VARIABLES	88
5.1.3 INFLUENCIA DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES	89
5.1.4 INFLUENCIA DE LA NECESIDAD DE COGNICIÓN	90
5.1.5 INFLUENCIA DEL COLECTIVISMO- INDIVIDUALISMO	92
5.2 CON RESPECTO AL MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACIÓN	93
DISCUSIÓN	
6.1 SOBRE LA EXPERTEZ DE LA FUENTE	95
6.2 SOBRE LA CALIDAD DEL MENSAJE	96
6.3 SOBRE LA INTERACCIÓN ENTRE CALIDAD DEL MENSAJE Y LA EXPERTEZ DE LA FUENTE	96
6.4 SOBRE LA RELEVANCIA PERSONAL	97
6.5 SOBRE LA NECESIDAD DE COGNICIÓN	97
6.6 SOBRE EL INDIVIDUALISMO- COLECTIVISMO	97
6.7 SOBRE LA INTERACCIÓN	98
6.8 SOBRE EL MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACIÓN	98
6.9 SOBRE LA DISPOSICIÓN HACIA LA PENA DE MUERTE	99
6.10 CONSIDERACIONES FINALES: DE LA TEORÍA A LA REALIDAD	100
PROGRAMA DE INTERVENCIÓN:	
Concientización de las evaluaciones y de los atributos que los estudiantes universitarios hacen sin reflexionar sobre la delincuencia y los castigos que se les debe imponer	102
OBJETIVOS	102
COORDINADORES Y CARACTERÍSTICAS DEL CURSO	102
JUSTIFICACIÓN	103
CARTA DESCRIPTIVA	104
SESIÓN 1	104
SESIÓN 2	105
SESIÓN 3	106
SESIÓN 4	107
SESIÓN 8	108
CONSIDERACIONES FINALES	109
ETAPAS DEL PROGRAMA DE INTERVENCIÓN	111
ANEXOS	
REFERENCIAS	112
	123

MARCO SOCIO - HISTÓRICO

Señores con mi máquina les vuelo la cabeza en un parpadeo
Y ustedes no sufren, ¡el mecanismo (la navaja) cae como un rayo,
la cabeza vuela, la sangre brota, el hombre se va definitivamente!

Joseph -Ignance Guillotin

1.1 INTRODUCCIÓN

El debate sobre la aplicación de la pena de muerte en la actualidad puede justificarse a través de dos perspectivas muy bien definidas.

- ✓ Por un lado muestra los valores éticos y morales de cada sociedad con respecto a la vida.
- ✓ También denota el nivel de interés por la rehabilitación de los criminales

Al respecto cabe preguntarse ¿participa de manera activa la sociedad en el debate sobre la aplicación de la pena de muerte?. Ya sea que contestemos en un sentido o en otro, al análisis del problema planteado sugiere una cuestión que es todavía mas importante ¿esta la sociedad realmente informada y capacitada para discutir una cuestión tan delicada como es tema de la pena de muerte?.

Ahora bien ¿basta con informar a las personas para que éstas comiencen a procesar y analizar los datos para tomar decisiones adecuadas?. Los modelos cognitivos sobre actitudes aceptan la idea de que las personas tienen una capacidad limitada de procesamiento, además de que existen factores que determinan cómo y cuanto se procesa (Pratkanis, 1989), en otras palabras es posible contar con mucha información sobre un tema, como este, pero lo importante es saber si realmente se esta analizando, lo que modifica nuestra pregunta inicial a ¿está la sociedad mexicana analizando detalladamente las implicaciones que se derivan de la aplicación de la pena de muerte?, ¿bajo que condiciones se puede favorecer el razonamiento de la información presentada y bajo que condiciones la aceptación de una postura sin analizar sus consecuencias implícitas?.

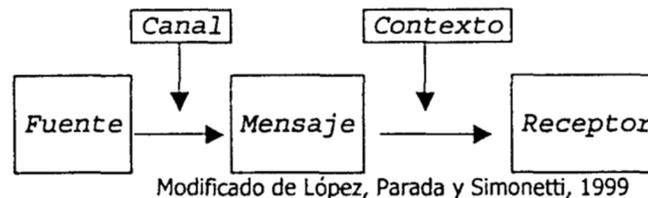
La respuesta a ésta cuestión no es fácil, por un lado el debate público sobre la viabilidad de aplicar la pena de muerte en nuestro país es producto directo de la situación que vive la sociedad con respecto a los altos índices delictivos. Según datos estadísticos, solo para el caso de homicidios, se ha observado un crecimiento en la tasa específica de mortalidad por esta causa, que en 1984 era de 18.2 sobre 100 000 habitantes, para 1994 ya era de 19.5 sobre 100, 000 habitantes (Peñalosa y Espinosa, 2000); De manera más específica se observó que en 1996 nuestro país ocupaba un nivel intermedio en la tasa de homicidios cometidos a hombres entre 15 y 24 años, el cual era en ese entonces de 41 personas por cada 100,000 (Peñalosa y Espinosa, 2000).

Esta situación real que padece nuestra sociedad se ve complementada por la difusión que los medios de comunicación realizan cada día a veces de manera francamente amarillista. Todo esto lleva al debate sobre

la aplicación de la pena de muerte cada vez mas lejos de los conceptos éticos y morales que ostenta nuestra sociedad, lo aleja también del debate sobre la rehabilitación de los delincuentes y lo que es mas grave, justifica su aplicación con la promesa de detener esta ola de inseguridad que nos aqueja, minimizando la búsqueda de soluciones más creativas al problema de la inseguridad.

Muchas veces hemos visto programas de TV donde se presenta a la victima o los familiares de estos que en situaciones de un alta tensión emocional y en muchos de los casos expresan ante las cámaras frases como "exijo que se haga justicia" "que se castigue con todo el rigor de la ley" y "quiero que se aplique la pena de muerte". Pero no es tan común presentar la posición opuesta, es decir, las consecuencias implícitas que una medida de ésta naturaleza traería consigo. Éste hecho nos permite aventurarnos a proponer que algunos elementos que fomentan una *posición* favorable hacia la pena de muerte, están contenidos dentro del proceso de comunicación (ver esquema 2). Junto con algunas características de los mensajes, intervienen aspectos propios del contexto social y algunos atributos personales que motivan a los "receptores" a pensar o no, en problemas como éstos. La suma de todos estos factores da como resultado una actitud ambigua y favorable hacia la pena de muerte (Correa Romero, Contreras- Ibáñez y Sánchez Cristóbal, 2000).

Esquema 1: Modelo básico del proceso de comunicación



Paralelamente a este aspecto, hay otros elementos como por ejemplo el hecho de que nuestra cultura tiene una amplia y extensa historia que tiene como sello particular, la crueldad de sus medidas para castigar a lo que en cada época se considera un "delincuente", en otras palabras, castigar con la muerte a los sujetos "dañinos" para la sociedad es un acto recurrente a lo largo de la historia del país. Esto nos lleva por un lado a sugerir que dada nuestra amplia tradición cultural al respecto la gente tendría una propensión "natural" a aceptar este hecho; a pesar de contar con información y ser capaces de razonar e incluso defender los derechos humanos, como se muestra en el esquema 1.

Esta situación se replica en la posición oficial de nuestro país con respecto al tema de la pena capital, por un lado el gobierno mexicano siempre se ha pronunciado en contra de la pena de muerte y hasta ha exigido el indulto para los mexicanos condenados a morir en Estados Unidos, pero por otro dicha pena esta contemplada en la constitución y recientemente un Juez militar condenó a cuatro marinos de la Armada de México a morir fusilados, al encontrarlos culpables de violencia, insubordinación y asesinato (Millan, 2000a).

Para analizar los antecedentes y los elementos implícitos de este fenómeno, vamos a realizar una breve semblanza, que pasa rápidamente sobre los antecedentes mas remotos, después de ver las formas utilizadas a lo largo de la historia de nuestro país que demuestran que contamos con una tradición cultural propensa a ver, aceptar y castigar los delitos con la muerte y considerarlo un método "eficaz", "natural" y "necesario". Este periodo que va desde el México precolombino hasta el siglo XIX nos permitirá ubicar nuestro

problema social en una dimensión espacio- temporal que se intercepta con el cambio social, cultural y político que ha sufrido nuestra sociedad.

Es necesario tocar parte de lo que ha sido el proceso de legalización en Estados Unidos, porque en las últimas décadas, nuestro vecino ha aplicado la pena capital a más mexicanos que el propio gobierno nacional.

Posteriormente debemos analizar las definiciones sobre la pena de muerte, para posteriormente ver cual es el marco legal vigente en México.

Se revisaran brevemente los argumentos a favor y en contra, que se han manifestado como el "sentir" de la población con respecto a la pena de muerte y finalmente se realizara una semblanza de los últimos antecedentes al respecto.

Partimos de una definición general de la pena de muerte o pena capital, donde puede considerarse como la forma más extrema de castigo corporal y que consiste en infligir legalmente la muerte de un sujeto a manos del poder vigente. El linchamiento, a diferencia de la imposición legal de la muerte, es la forma ilegal, no autorizada, de la muerte como castigo que más se ha utilizado. La alternativa más común a la pena de muerte es la cadena perpetua. (González de Cossío, 1997).

1.2 BREVE RESEÑA HISTÓRICA

1.2.1 ANTECEDENTES REMOTOS

Los registros más antiguos muestran evidencias de la aplicación de la pena capital. Ya se mencionaba en el Código de Hammurabi (1750 a.C.) y la Biblia prescribía la muerte como el castigo para más de 30 diferentes crímenes, desde el asesinato hasta la fornicación, incluyendo el secuestro y la brujería. El Código Draconiano de la antigua Grecia imponía la pena capital para todas las ofensas graves, lo que demuestra la conceptualización de la pena como un método *correctivo- ejemplar*, es decir, que al mostrar a la sociedad el castigo al "delito", se viera como una advertencia para que no se repitiera por los otros individuos, al mismo tiempo podemos observar que existe un visión político- religiosa que acepta el hecho sin mayores reservas.

En la Europa del medioevo la hoguera era el método que se aplicaba a los herejes y hechiceros. Hacia finales del siglo XV la ley inglesa reconocía siete crímenes principales: traición grave, traición menor, asesinato, latrocinio, robo, violación e incendio. Hacia el año 1800 se identificaban más de 200 crímenes capitales y como resultado de ello más de mil personas eran sentenciadas a muerte anualmente, aunque gran parte de las sentencias eran conmutadas por medio del perdón real.

Los esfuerzos para abolir la pena de muerte llegaron con el pensamiento ilustrado alcanzaron auge a finales del siglo XVIII, lo cual no es de extrañarse si consideramos que dicho pensamiento representaba una ruptura con los valores y la forma de concebir al sujeto, que paso de ser individuo a ciudadano, por lo cual se replantea sus deberes pero también sus derechos. Un breve tratado elaborado por el jurista italiano Cesare Beccaria, denominado "Sobre crímenes y castigos", inspiró a pensadores de la influencia del filósofo francés Voltaire para oponerse a la tortura, al flagelo y a la pena de muerte. Animada por los escritos del filósofo Jeremy Bentham, Inglaterra repelió casi todos sus estatutos sobre pena capital durante el siglo XIX. En los casos en que la plena abolición de la pena capital no era posible de alcanzar, los reformistas se concentraban en limitar su ámbito de aplicación y en mitigar lo áspero de la pena de muerte (González de Cossío, 1997), con ello

cambiaron las formas de aplicar el castigo en este caso, por ejemplo la Guillotina fue implementada como un método mas humano, pues evitaba la posibilidad de una muerte mas larga y dolorosa.

1.2.2 ANTECEDENTES EN MÉXICO

En el México precolonial, los mexicas practicaban la pena de muerte de variadas formas. Dos eran sus principales fuentes: la violación a una regla de vida antigua y tradicional y la ofensa al soberano. Como en todas las naciones de gobierno despótico, el soberano era el supremo legislador y la máxima autoridad judicial, quien la ejercía como el Tlatoani, representante de Dios en la tierra y supremo gobernante "que toma el poder sobre todos y tiene libertad de matar a quien quisiere" (Cortés Esteves, 1997). El derecho penal Mexica era, por lo tanto, extremadamente duro y severo. Muy poco frecuente era la pena de prisión y los castigos eran generalmente la muerte en múltiples y sanguinarias formas o en el mejor de los casos la esclavitud.

En las 20 ordenanzas del rey Nezahualcóyotl se describen las causas para aplicar la pena de muerte, tales como el adulterio, en el que se aplica el apedreamiento¹; vender a un muchacho como esclavo; invasión de tierras; traición en la guerra; asesinato; difamación; emborrachamiento; alcahuetaje de mujer casada; incesto con madre, hermana, suegra y entenada; hechicería; hurto o robo; fraude, al puto o somético (sodomítico) y al varón que tomaba el hábito de mujer; si una mujer pecaba con otra. "Mataban al médico o hechicera que daba bebedizos para echar la criatura de la mujer preñada y a la que lo tal tomaba para este efecto (González de Cossío, 1997).

Podemos observar, que paralelamente al viejo mundo, la aplicación y la forma de ver el castigo, tienen tintes político- religiosos, cosa que no es de extrañarse si consideramos el pensamiento mágico religioso que dominaba entre de los antiguos mexicanos.

La pena de muerte se ejecutaba de varias formas, correspondiendo a los diversos delitos que la merecían: descuartizamiento, desollamiento, cremación, decapitación, estrangulamiento, garrote, machacamiento de cabeza, lapidación, empalamiento, extracción de las entrañas por el orificio anal, asaeteamiento, arrastramiento, despeñamiento por las gradas de los templos, ahogamiento y horca.

En el México colonial se aplicaba el derecho castellano y la legislación de Indias o Leyes Indianas. Los delitos se castigaban con toda severidad se incluía la pena de muerte con tres justificantes:

- Para pena y escarmiento del que los cometía;
- Para satisfacción de los que por causa de ellos se hallaren damnificados; y
- Para ejemplo de quienes se atrevieran a perpetrarlos.

Los principales organismos judiciales de la Colonia eran las Audiencias; los funcionarios judiciales eran los alcaldes, los fiscales y los alguaciles. Los virreyes tenían facultad de perdonar cualesquier delitos y excesos cometidos. Como se puede observar los poderes legislativo y judicial estaban intrínsecamente unidos al ejecutivo. De esta manera, en la Nueva España la comisión de un delito era una ofensa a la sociedad y a la "causa pública" y exigía una reparación, y la punibilidad de un acto descansaba en el hecho de que se había violado la norma impuesta e interpretada exclusivamente por una voluntad: la del Monarca (González de Cossío, 1997).

¹ Curiosamente, la forma de castigar este hecho, es similar a la que imponía la ley hebrea y que esta descrita en la Biblia.

La pena común a los delitos de apostasía y herejía era la hoguera. Aunque había diversas modalidades de tortura, como el castigo corporal. Otras penas: cárcel temporal o perpetua, azotes, exilio, trabajos forzados y muerte por garrote. La Inquisición fue suspendida en 1820 gracias a los efectos de la Constitución de Cádiz (González de Cossío, 1997).

Se puede inferir fácilmente, como la pena capital, continuo teniendo tintes claramente políticos y religiosos, el castigo hacia los delincuentes dependía del concepto de delito, y aquí es donde podemos observar que nuevamente el poder de la iglesia mediado por la inquisición y el poder del Estado que se muestra en toda su plenitud en el apartado que determina una de las causales que lleva a la aplicación de este castigo: para satisfacción de los que por causa de ellos se hallaren damnificados, muestran el carácter correctivo- ejemplar, por un lado y por otro, la forma de ver y aceptar la ley por parte del grueso de la sociedad, vemos así, que la abolición de la inquisición como institución, no es producto de una exigencia popular, sino por decreto hecho en la Constitución de Cadiz, es decir, al otro lado del mundo. No podemos apreciar formas mas "humanas" de aplicar la muerte a los "culpables"

Ya en el México independiente, al consumarse la independencia en 1821, las leyes principales seguían siendo las mismas vigentes en la época colonial, es decir, la pena de muerte seguía presente y era aplicada principalmente a los enemigos políticos. (Cortés Esteves, 1997). Sin embargo, tal vez aquí es donde podemos empezar a marcar una diferencia con respecto a los periodos anteriores, por primera vez, el nuevo Estado, tiene la posibilidad de decidir de manera independiente a la iglesia, qué, cómo y cuándo castigar los delitos, el resultado muestra, que no hay una consideración seria al respecto de la pena capital y de los "delincuentes" que siguen siendo los ciudadanos "incómodos" al Estado, la pena de muerte por tanto solo cambia con respecto a su conceptualización religiosa, ya no es castigo "divino" o con la venia de Dios, es un castigo aplicado únicamente por el Estado.

En la época del Porfiriato se aplicó la llamada *mano dura* tanto en aspectos políticos como en el caso del combate contra el crimen. "Para imponer su autoridad al pueblo, el Gral. Díaz se vio en la necesidad de premiar a los poderosos del país, tratar a los extranjeros con libertades y privar al pueblo de sus derechos"(Turner, 1991). Para mantener el orden y la paz en un país que durante todo el siglo vivió una guerra tras otra, se creó un sistema de poderes públicos e instituciones que se encargaron de ésta tarea, por ejemplo:

Entre las instituciones tenemos: al ejército, las fuerzas rurales, la policía y los jefes políticos.

Entre los castigos se encontraban, la ley fuga (que era la forma mas frecuente de aplicar la pena de muerte en aquella época), Quinta Roo, la "Siberia mexicana" y la cárcel.

La aplicación de un sistema tan autoritario funcionó como un inhibidor de la actividad delictiva dando al país una reputación intachable en materia de seguridad a pesar de los métodos y muchas veces injusta e inequitativa aplicación de justicia (Turner, 1991).

1.2.3 ANTECEDENTES DE LA PENA DE MUERTE EN ESTADOS UNIDOS

En las colonias norteamericanas, la pena de muerte era autorizada usualmente para un cúmulo de crímenes. La gente de color, ya fueran esclavos o libres, era amenazada con la muerte por la comisión de muchos crímenes, que eran castigados menos severamente cuando los cometía gente blanca (González de Cossío, 1997).

En nuestro vecino del norte la pena de muerte es aplicada en la actualidad comúnmente en alguna de estas cinco formas: horca (un solo estado), el método tradicional de ejecución a través del mundo de habla inglesa; electrocución (practicada por 12 estados), introducida por el estado de Nueva York en 1890; la cámara de gas (por 5 estados), adoptada en Nevada en 1923; fusilamiento (practicado en Utah y Idaho); y la inyección letal (practicada por 15 estados), introducida en 1977 por Oklahoma y ampliamente practicada en Texas. Sólo 15 estados de la Unión no tiene contemplada en su legislación la aplicación de la pena de muerte (González de Cossío, 1997).

Hacia 1967 las ejecuciones fueron suspendidas para permitir a las cortes de apelación decidir si la pena de muerte era inconstitucional. En 1972, la Suprema Corte resolvió que en el caso Furman vs. Georgia la pena de muerte por asesinato o violación se oponía a la prohibición en contra del "castigo cruel y desusado." La Corte argumentaba que la muerte era administrada con irregularidad "caprichosa" y que por lo tanto su uso era "arbitrario" y "cruel." Sin embargo, la mayoría de los estados emitieron nuevos estatutos a favor de la pena de capital y en 1976, la Suprema Corte, en el caso Gregg vs. Georgia, mantuvo que éstos no eran inconstitucionales. En 1977, sin embargo, la Suprema Corte resolvió también que la pena de muerte por violación era "grotescamente desproporcionada y excesiva" (Coker vs. Georgia). En 1987, en el caso McCleskey vs. Kemp la Suprema Corte se rehusó a dictaminar que la pena de muerte, tal y como es administrada, contenía prejuicios raciales en contra de negros encontrados culpables de asesinar blancos (González de Cossío, 1997).

Numerosas encuestas de opinión pública dan cuenta que más del 70% de los estadounidenses están en favor de la pena de muerte por asesinato, porcentaje que ha ido en aumento con el tiempo; en Texas, por ejemplo, la cifra alcanzaba el 87% en 1993. En 1977 se reanudaron las ejecuciones, y ya en 1991 alrededor de 2,350 personas se encontraban con sentencia capital en 35 estados de la Unión. A fines de 1996, alrededor de 3,100 confinados se encontraban en el "pabellón de la muerte" (Death Row) y más de 350 personas, incluyendo a una mujer, habían sido ejecutadas en 22 estados, encabezados por Texas con más de 100 ejecuciones. Sólo en 1995 hubo 56 ejecuciones (González de Cossío, 1997), en 1997 fueron 74, lo que representa el mayor número de ejecuciones por año que se hayan registrado en ese país desde que se reinstaló la pena de muerte y el más alto en cuatro décadas, en 1855 fueron ejecutados 76 personas y en 1935, el número fue de 1999 (Quilantan Arenas, 1999).

1.3 CONCEPTOS

1.3.1 CONCEPTO DE PENA

"El concepto de pena implica el castigar a quien resulte penalmente responsable de un ilícito; es la reacción legal que el Estado tiene y utiliza contra quien demuestre ser un peligro para la sociedad; la pena es el medio que responde a la justicia".(Cortés Esteves, 1997, cap.3)

1.3.2 JUSTIFICACIONES JURÍDICAS

Se ha considerado que la pena tomada como castigo, tiende a reprimir la conducta antisocial para defender a la sociedad, sin embargo, para la doctrina, la justificación de la pena presenta dos hipótesis:

- por un lado la pena tiene un fin específico, se aplica "*quia peccatum est*"; (a quien esta pecando)
- y por el otro lado se considera en forma casuística, como medio para la consecución de fines determinados, se aplica "*en peccetur*" (para que nadie peque). (Cortés Esteves, 1997)

Tales supuestos dan origen a una hipótesis más, la tesis ecléctica, la que no se conforma con darle a la pena una sola característica; a estas corrientes se les conoce como *Teorías Absolutas, Teorías Relativas y Corrientes Mixtas*.

Las generalidades de las teorías son las siguientes:

- Las *Teorías absolutas* afirman que la pena se justifica a sí misma y no es un medio para otros fines.
- Las *Teorías relativas* sostienen que la pena es un medio para obtener fines ulteriores, y se dividen a su vez en:
 - *Teoría relativa de la prevención general* ; es decir, la pena será entendida con un propósito de prevención para los demás.
 - *Teoría relativa de la prevención especial* ; la pena se impone y surte efecto en el delincuente.
- Las *Teorías mixtas*, respaldan la prevención general mediante la retribución justa.

1.3.3 CONCEPTO DE PENA DE MUERTE

Con base en términos jurídicos y legales que incluyen los derechos y obligaciones tanto del Estado como de los ciudadanos, existen varias definiciones sobre la pena de muerte, alguna de ellas son:

- "*Sanción penal que ordena la privación de la vida al delincuente. Ejecución que tiene muchas variantes, pero en común deben matar a quien se aplique*".
- *Privación de la vida impuesta por los tribunales del Estado. La pena consiste en ejecutar al condenado*".
- *Es "la sanción jurídica capital, la más rigurosa de todas, consiste en quitar la vida a un condenado mediante los procedimientos y órganos de ejecución establecidos por el orden jurídico que la instituye."*
- *Es: "la privación de la vida o supresión radical de los delincuentes que se considera que son incorregibles y altamente peligrosos"*(ver Cortés Esteves, 1997).

Retomando elementos de las definiciones, podemos hacer una síntesis que a partir de este momento tomaremos como definición jurídica formal: "*La pena de muerte es la eliminación definitiva de los delincuentes que han demostrado ser incorregibles y por lo tanto un grave peligro para la sociedad*" (Cortés Esteves, 1997).

1.3.4 DELITO Y DELINCUENCIA

El concepto de delito y de lo que es delincuencia, cambia en cada cultura y época, por lo cual es necesario ubicar dichos conceptos en el contexto actual del país.

El delito es "un quebrantamiento de la ley, por lo que se encuentra determinado por los ordenamientos jurídicos vigentes en determinado momento y sociedad" (Peñalosa y Espinosa-Torres, 2000) para nuestro caso tendríamos que basarnos primero en lo propuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de manera mas específica en el código civil de cada Estado para determinar los hechos considerados como delitos. Un aspecto importante e implícito, es que partiendo de este concepto, uno puede cometer un delito en un Estado o País, mientras que si hace el mismo acto en otro lugar puede no ser considerado como delito.

Basado en el concepto de delincuencia organizada presentado por Peñalosa y Espinosa-Torres (2000) podemos definir la delincuencia como "*la forma de violencia social que pone en peligro el desarrollo armónico y sano de la sociedad*", dada la ambigüedad del termino, este concepto puede ir desde el simple hecho de agredir verbalmente a alguien hasta la muerte de un ciudadano.

1.4 PENA DE MUERTE EN MÉXICO

En México, nuestro máximo ordenamiento legal es la Constitución Política, la cual prevé la aplicación de la pena de muerte, para los delitos más graves, en su artículo 22 el cual establece:

"Quedan prohibidas las penas de mutilación y de infamia, la marca, los azotes, los palos, el tormento de cualquier especie, la multa excesiva, la confiscación de bienes y cualesquiera otras penas inusitadas y trascendentales .

(...) Queda también prohibida la pena de muerte por delitos políticos, y en cuanto a los demás, sólo podrá imponerse al traidor a la patria en guerra extranjera, al parricida, al homicida con alevosía, premeditación o ventaja, al incendiario, al plagiaro, al salteador de caminos, al pirata y a los reos de delitos graves del orden militar".

En nuestro país la pena de muerte no se aplica, pero esta es la prueba de que esta contemplada por la constitución, de hecho, como veremos mas adelante hay sentencias (en el orden militar) que la han dictaminado como el castigo correspondiente del agravante, sin embargo, en la mayoría de los casos, siempre hay un "indulto" presidencial .

En todo caso, lo importante es que no podemos aceptar los argumentos que se basan en el hecho de que no esta legislado este problema o que habría que cambiar la constitución para poder llevarlo acabo, la verdad es que la ley lo contempla y es muy clara al respecto, de hecho el artículo 22 Constitucional se complementa con el artículo 14 del mismo Ordenamiento, para darle mayor claridad y consistencia en materia jurídica pues establece que:

"A ninguna ley se dará efecto retroactivo en perjuicio de persona alguna. Nadie podrá ser privado de la vida, de la libertad, o de sus propiedades, posesiones o derechos, sino mediante juicio seguido ante los tribunales previamente establecidos, en el que se cumplan las formalidades esenciales del procedimiento y conforme a las leyes expedidas con anterioridad al hecho.

Esto quiere decir que la única forma legalmente autorizada de privar la vida implica como condición necesaria la debida existencia de un proceso legal y que después de cumplirse todas las formalidades de ley, éste culmine con una sentencia firme pronunciada por un tribunal competente y de conformidad con una ley que establezca dicha pena dictada con antelación a la comisión del ilícito, luego entonces la pena de muerte se encuentra vigente en México (Cortés Esteves, 1997).

Sin embargo, dicho articulo 14 de la Constitución continua de la siguiente forma:

"En los juicios de orden criminal queda prohibido imponer, por simple analogía y aun por mayoría de razón, pena alguna que no esté decretada por una ley exactamente al delito de que se trata".

Esto quiere decir, que según la constitución política de los Estados Unidos Mexicanos, solo se podría aplicar la pena capital al :

- Traidor a la patria en guerra extranjera
- Parricida
- Homicida con alevosía, premeditación o ventaja
- Incendiario
- Plagiaro
- Salteador de caminos

Curiosamente, el secuestro, el homicidio y el asalto son los delitos por los que más se queja la sociedad (añadiendo la violación, que no esta contemplada en la constitución como delito merecedor de pena capital), por lo cual teórica y legalmente, sería posible aplicar dicho castigo sin necesidad de enmiendas a la constitución. Esto también es la prueba palpable de que en México la pena capital no esta abolida, lo que es mas, nunca fue abolida, pues recordemos que todas las legislaciones (incluyendo aquellas que correspondían a los pueblos precoloniales) la consideraban como un método validamente aplicable.

1.5 SITUACIÓN ACTUAL.

La ultima ejecución que ocurrió en nuestro país fue en 1929, sin embargo en repetidas ocasiones (siempre en el caso de la milicia) se decretado la sentencia de pena capital, la más reciente ocasión fue en noviembre de 1999 cuando un Juez militar condenó a cuatro marinos de la Armada de México a morir fusilados, al encontrarlos culpables de violencia, insubordinación y asesinato de un superior, dicha sentencia fue ratificada por el supremo tribunal de justicia.

Dicho decretó fue conmutado posteriormente por la única vía posible, "el indulto por gracia" de parte del Poder Ejecutivo el 19 de mayo de 2000, dicho decreto cambio la pena a 20 años de prisión para tres de los marinos (Millan, 2000b), el cuarto (el mismo que causo la muerte de un superior) al termino de esta investigación estaba a la espera del indulto. Existe por lo tanto, la posibilidad aún que remota de hacer valer el castigo y por tanto aplicar la pena capital.

Mayor es el numero de mexicanos que han muerto por esta vía en el vecino país del norte, donde desde 1920, han sido 5 los conacionales ejecutados², dos de ellos en el segundo semestre de 1988 y uno mas el 10 de noviembre de 2000, actualmente solo en Texas están en espera de un amparo contra esta condena 18 mexicanos (Reforma, 2000).

Algunos estudios demuestran que existe una ambivalencia entre la posición oficial del gobierno mexicano y el sentir de la ciudadanía, así, por ejemplo en una encuesta realizada en las principales ciudades del país, se pregunto a la gente si estaba a favor o en contra de la pena de muerte, apenas el 52% de la población estaba en contra de la pena de muerte (Nexos, 1993). González de Cossío (1997) reporta que en un sondeo telefónico realizado a mediados de junio, el 70% de la población se manifestó a favor de la aplicación de la pena de muerte. Menos representativo, pero aun así, muy revelador, son los sondeos telefónicos que las principales cadenas de televisión hicieron con motivo de la ejecución del Mexicano, recientemente en el Estado de Texas, Televisión Azteca reporto el día 8 de noviembre, que a la pregunta explicita de ¿se debe aplicar la pena de muerte?, recibieron cerca de 9,000 llamadas entre las 10 y las 11 de la noche, el 81% dijo estar a favor, y el 19% en contra. El día 9 de noviembre por la noche, El noticiario de Televisa, realizo su sondeo Telefónico, con la pregunta ¿Merecía Miguel Ángel Flores morir ejecutado en Texas?, recibieron un total de 19242 llamadas entre las 7 y las 11:30 de la noche, a pesar de ser un hecho reciente, la tendencia general fue muy similar a la del otro sondeo, 65% dijo si, y el 35% llamo para decir que no, en Marzo del 2001 la cadena

² Los nombres de los sujetos ejecutados en EU son: Agapito Rueda (1924), Emilio Benavides (1942) Ramón Montoya Facundo (1993), Irineo Tristán y Benjamín Murphy Rodríguez (1988) (Qilantan Arenas, 1999); El 10 de noviembre del 2000 fue ejecutado en Texas Miguel Angel Flores, por los delitos de violación y asesinato.

Televisa realizó otro sondeo similar con la pregunta ¿esta usted de acuerdo en que en México se aplique la pena de muerte?, de cerca de 20,000 llamadas el 80% se manifestaba a favor de esta medida.

Estos datos (estadísticamente no representativos) muestran que por lo menos hay un sector de la sociedad que esta de acuerdo en que se aplique la pena capital, sin embargo, si vamos mas a fondo, podemos observar otro hecho curioso, mientras que parece que un sector de la sociedad esta de acuerdo en aplicar esta medida, otros estudios demuestran que parte de la sociedad percibe que en México las autoridades son incompetentes corruptas y que la aplicación de justicia es lenta e ineficiente (Tello y Garza, 2000). Es paradójico observar que las personas, por un lado simpatizan con la aplicación de una pena tan severa y que no es retroactiva y al mismo tiempo se manifiestan concientes de que sus autoridades no son muy competentes, por lo cual sería muy posible cometer una injusticia.

Del mismo estudio de Tello y Garza (2000) encontramos algunos elementos interesantes que al parecer refuerzan la posibilidad de que un amplio sector de la sociedad estaría a favor de aplicar la pena de muerte, ellos reportan que de una muestra representativa para el Distrito Federal de 542 sujetos³, el 65.8% estuvo de acuerdo en que "si el gobierno no hace que se cumpla la ley uno tiene derecho de hacerse justicia por su propia mano", de la muestra el 45% estuvo en desacuerdo de no acusar a algún familiar que haya cometido un delito⁴,

Para algunos analistas uno de los elementos que permitió al candidato del PRI Arturo Montiel ganar la gobernatura del Estado de México, fue uno de sus *spots*: "*los derechos humanos son de los humanos, no de las ratas*", para estos analistas (Cano, 1999) parte de la sociedad exige que se apliquen penas mas severas lo que dicho *spot* da a entender.

Al respecto, los detractores, argumentan que dicho castigo no solucionaría nada y si permitiría por un lado mas injusticias por parte de los cuerpos policíacos y de vigilancia y por otro un elevado número de injusticias y errores.

A pesar de ello, la bancada Priista para la LVIII legislatura manifestó en julio del 2000 la elaboración de un nuevo código civil que contemple " lo que el pueblo quiere", refiriéndose al hecho de que debido al aumento de asesinados a manos de secuestradores la Cámara de Diputados ha recibido un enorme cantidad de cartas, tanto de destacados juristas, como de la sociedad en general, donde se solicita aprobar la pena de muerte para los autores de esos ilícitos: " la sociedad quiere penas muy severas para cierto tipo de delincuentes, como los secuestradores o los violadores, inclusive se ha replanteado la posibilidad de la aplicación de la pena de muerte para ciertos delitos"(Notimex, 2000). Al parecer y con respecto a este punto quedo en claro que existen dos corrientes de opinión al interior del PRI, que manifiestan posiciones opuestas entre si:

- una de ellas considera que debe imponerse la pena de muerte en determinados casos, como a delincuentes muy peligrosos,
- otra corriente se inclina porque no tiene sentido aplicar la pena de muerte, ya que no es un castigo que sea ejemplar.

³ Con una distribución por edades similar a la nacional

⁴ La afirmación específica fue: "si alguien de mi familia comete un delito, tengo la obligación moral de no denunciarlo" (Tello y Garza, 2000)

1.6 JUSTIFICANTES A FAVOR Y EN CONTRA DE LA PENA CAPITAL

Los debates sobre los méritos de la pena capital continúan incesantes. Los simpatizantes la defienden con base a dos premisas:

- Que la pena de muerte es un castigo adecuado en contra de ciertos delitos graves y
- Que las ejecuciones maximizan la seguridad pública a través de la incapacitación y la disuasión (González de Cossío, 1997). Esto quiere decir que :
 - la aplicación de la pena de muerte evita la comisión de mas crímenes por el mismo victimario y que el temor a ser ejecutado inhibe o disuade a otros potenciales criminales, esta es la posición conocida como *deterrence*. (Quilantan Arenas, 1999)
 - Por otra parte, se encuentran aquellos que sustentan la aplicación en su aspecto retributivo, es decir, que es la venganza o la satisfacción de un instinto punitivo lo que justifica su vigencia, posición conocida como *retribución*.

Por su parte y haciendo un análisis profundo de lo que nuestra carta magna concede, algunos juristas afirman que actualmente es necesaria su aplicación, pues esta claramente demostrado que desde que no se aplica, la delincuencia ha rebasado totalmente a las autoridades y arrebatado a la sociedad derechos tan indispensables como *la libertad*, pues tenemos que permanecer "presos" en nuestras propias casas, negocios, escuelas etc.; *El derecho a la seguridad*, pues aun encerrados bajo las cerraduras de sus casas, rejas de los negocios, automóviles etc. no se encuentra la tan buscada seguridad, pero sobre todo el *derecho a la vida*, pues como es bien conocido, infinidad de personas son actualmente privadas de la vida en circunstancias que no habría jamás imaginado ningún ser racional" (Cortés Esteves, 1997).

Los que se oponen a ella rebaten diciendo que:

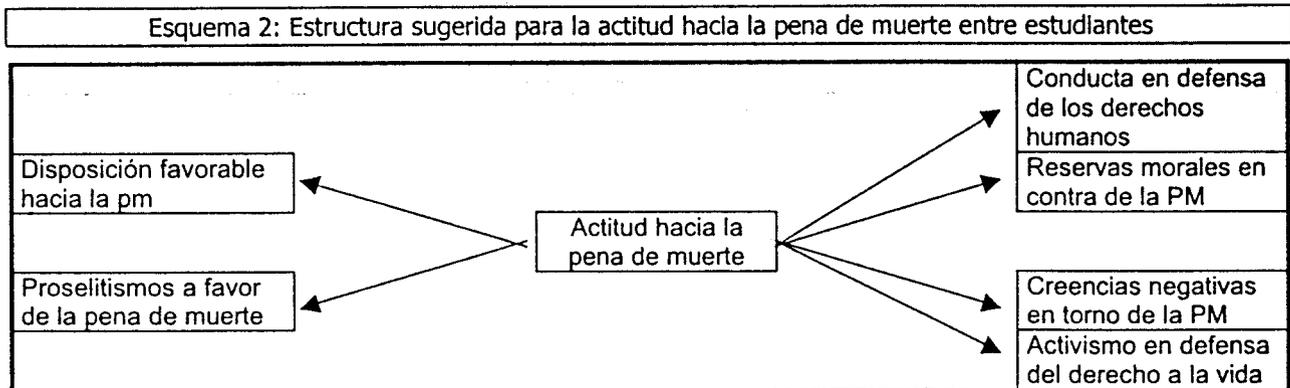
- No hay evidencia de que la tasa de asesinatos fluctúe de acuerdo a la frecuencia con la que la pena de muerte es utilizada.
- Objetan también que la ley del talión, "ojo por ojo y diente por diente", no es un principio de justicia criminal; o sea, que la sociedad no puede tolerar que la brutalidad del crimen violento fije los límites de los castigos apropiados.
- También se discute si la pena de muerte continúa manifestando prejuicios raciales y socioeconómicos, pues en la mayoría de los casos las condenas a muerte son impuestas a personas pertenecientes a las minorías étnicas o raciales, pobres o ignorantes, mientras que los reos con poder logran conmutar sus sentencias e incluso reciben condenas menos severas (Quilantan, 1999).

1.7 ANTECEDENTES DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

Con motivo de conocer las evaluaciones sobre este problema que hacen los estudiantes en la ciudad de México, Correa Romero, Contreras- Ibáñez y Sánchez Cristóbal (2000), validaron un instrumento para medir la actitud hacia la pena de muerte, de una muestra de 299 personas entre 20 y 24 años, se encontró una actitud ligeramente favorable hacia la aplicación de este castigo, además se encontró que dicha actitud estaba constituida de una forma muy curiosa.

La actitud hacia la pena de muerte esta directamente relacionada con varios polos opuestos, en otras palabras, las personas manifestaron una disposición favorable hacia la aplicación de este castigo, pero al mismo tiempo consideraban importante la posición contraria, manifestada en forma de reservas morales en

contra de la pena de muerte, manifestando creencias negativas en torno a la pena de muerte y sugiriendo su disposición a defender los derechos humanos y e derecho a la vida.



Basado en Datos de Correa Romero, Contreras- Ibáñez y Sánchez Cristóbal (2000), donde se aprecia que la actitud hacia la pena es ambigua, pues al mismo tiempo la gente tiene una disposición favorable hacia su aplicación sin olvidar factores que están totalmente en su contra.

Estos resultados apuntan al hecho de que la actitud hacia la pena de muerte realmente es muy ambigua y por tanto susceptible de cambiar de una manera muy sencilla de un extremo (estar totalmente a favor de que se aplique este castigo) al polo opuesto (manifestar un total repudio a la aplicación de la pena capital). Dado el carácter volátil de esta actitud, cualquier factor personal o del contexto del problema puede inclinar la balanza en una dirección o en otra. Es precisamente éste hecho el que nos induce a estudiar el problema a través de un modelo de cambio de actitudes, que nos permita saber cual es la actitud de los estudiantes de psicología en la UAM- Iztapalapa en un problema de tan delicada naturaleza. Además buscamos comprender bajo que condiciones se gesta dicha actitud y cuales son las condiciones que facilitarían una posición más crítica y responsable sobre el asunto.

1.8 CONCLUSIÓN A MANERA DE JUSTIFICACIÓN

Para concluir, podemos decir, que la aceptación de la pena de muerte en nuestro país es un tema que esta cobrando dimensiones no alcanzadas en las ultimas décadas, la sociedad esta escuchando constantemente argumentos a favor y en contra, obligando a los ciudadanos a reflexionar o cuando menos tomar una postura frente a este fenómeno, posición que por otro lado sigue siendo incierta del todo y por tanto es susceptible a una manipulación que lleve a las personas a tomar decisiones poco objetivas e irresponsables. Nuestra meta es conocer los elementos que puedan llevar a las personas a reflexionar en el problema y de una manera crítica formen su actitud con respecto a si debemos apoyar o no la aplicación de la pena de muerte en nuestro país.

Como ya se menciona más arriba, el estudio teórico del problema correrá a través de un modelo actitudinal, pero antes debemos conocer qué son exactamente las actitudes, cómo se pueden cambiar, que modelos se han implementado al respecto, finalmente es necesario conocer a fondo el modelo en que se basa la presente investigación. Estos puntos serán tocados en el capítulo correspondiente al marco teórico.

MARCO TEÓRICO

No es lo mismo "hablar para demostrar la verdad de algo" que "hablar para convencer de algo"
Aristoteles

¿Quién dice Qué a Quién, Cuándo y Cómo?
Laswell

2.1 INTRODUCCIÓN

En el primer capítulo se hizo mención del contexto actual en torno al problema de la pena de muerte. Sugerimos que la población está ligeramente a favor de la aplicación de la pena de muerte. También mencionamos que dicha posición es ambigua y que tal vez es susceptible de cambiar por medio de ciertos mensajes, en un contexto social determinado y bajo algunas condiciones propias de los receptores de dicho mensaje. Todos estos elementos han sido estudiados a lo largo de la historia de la psicología social dentro de un campo de estudios que engloba muchas teorías y que tienen en común el estudio de las actitudes y como estas se pueden modificar, es decir el cambio de actitud.

Para definir y comprender el concepto de actitud, a continuación se presenta una lista de comentarios sobre la cuestión de la ejecución del mexicano Miguel Ángel Flores en el Estado de Texas, por encontrarse culpable de violación y asesinato⁵, dichos comentarios se recogieron el 11 de noviembre de 2000, es decir al día siguiente de su ejecución :

- Ahora resulta que todo México, principalmente los medios, abogan por él, por su "derecho" a vivir, ¿y los derechos de la víctima? La secuestro, violó y asesinó, pero como siempre pasa, tenemos mala memoria. Ojalá aquí empezaran a hacer lo mismo.
- Yo opino que si sí es culpable, que lo ejecuten, en México debería de aprobarse la pena de muerte, para los violadores y asesinos y secuestradores, todos esos que defienden a estos criminales, se les haría esta pregunta: ¿Que les harían ustedes si violaran a sus hijas, a su esposa o a su madre y luego las mataran? ¿Acaso abogarías por estos malvados? Claro que como esto no les pasa a ellos ahí están de habladores defendiéndolos. Bueno yo se que esto queda en el olvido pero por lo menos ya expresé lo que siento, lástima seguimos siendo un país de poco carácter, porque no nos sabemos defender ante las injusticias, ¿o que quieren que les demos un premio a estos asesinos?.
- No entiendo porque se quiere defender de esa manera a esta basura: secuestro, violo y asesino a puñaladas a un inocente, que de gracias a Dios que no lo van a matar igual, ciertamente la pena de muerte no disminuye la delincuencia pero si acaba con este tipo de seres que no debieron existir nunca, solo piensa que harías si esto le hubiera pasado a tu hermana, hija, madre, etc. pedirías clemencia por el asesino????
- Que bueno que lo maten y ojalá lo hagan sufrir...por asesino y violador...ojalá que en México se establezca la pena de muerte para bestias como esa.

⁵ Las opiniones se tomaron del periódico Reforma en su versión electrónica y se encuentran en la dirección: <http://www.reforma.com/especial/Flores/frame.asp?url=http://www.reforma.com/general/opinion/default.asp?TemaOpinionid=460>

Estas opiniones reflejan los afectos y creencias hacia lo que en psicología social llamamos un objeto social, como se puede observar cada expresión refleja puntos de vista que se pueden sintetizar como: es "bueno", "positivo" o en todo caso "eficaz" castigar con la pena de muerte a los delincuentes en nuestro país.

Dados que estos comentarios hablan del mismo objeto y se manifiestan en el mismo sentido, entonces podemos aceptar que comparten un "algo" hacia dicho problema, a ese algo le llamaremos por el momento *actitud*.

El concepto de actitud es uno de los más importantes en psicología social, a lo largo del tiempo ha generado una cantidad infinita de estudios, entre otras muchas cosas por que se ha considerado (a pesar de un amplio debate al respecto) que las actitudes guían la conducta de las personas o en el peor de los casos están íntimamente ligadas, de ahí el interés por conocer las condiciones mínimas indispensables que se necesitan para cambiar una actitud y con ello la conducta de los sujetos.

Dada la gran importancia de este concepto, el siguiente apartado se dedica a exponer brevemente el origen del estudio de las actitudes, su función, las pruebas que existen en torno a su relación con la conducta, el concepto de actitud que maneja el presente trabajo y los periodos en que la psicología social le ha dedicado más atención, para que después podamos centrar nuestra atención en el estudio del cambio de actitud, una semblanza de los estudios más importantes a lo largo de la historia de nuestra disciplina para terminar con el estudio del modelo de probabilidad de elaboración, que es el esqueleto teórico del presente estudio.

2.2 ACTITUDES: UNA VISIÓN GENERAL

2.2.1 ORIGEN DEL CONCEPTO DE ACTITUD

La palabra Actitud fue utilizada por primera vez en inglés (*attitude*) en 1710, en francés (*Acttitude*), igual que en italiano (*acttitudine*) en el siglo XVIII. En ese entonces el concepto se refería a la postura o figura de una estatua o persona, por el contrario ahora el término designa nuestra orientación cognitiva hacia algún objeto social (Petty y cols, 1981), es decir, el término pasó de definir la posición inherente de un sujeto, a la manera en que los demás vemos a ese sujeto o a los fenómenos sociales.

Para Herbert Spencer, la actitud es un término que designa un concepto mental de los sujetos, por su parte Charles Darwin utilizó el término actitud como parte del motor conceptual de las emociones, para él la actitud refleja una emoción innata, por ejemplo, la actitud de hostilidad de un especie. El neuropsicólogo, Charles Sherrington hizo referencia al término en 1906, como una manifestación ocasional de una emoción fuerte (como vemos su concepción está muy cerca del concepto de Darwin).

Margaret Washburn quien fue la primera estudiante doctoral de Titchner combinó el concepto de actitud de tal forma que contenía aspectos biológicos, pero también netamente mentales, es su obra *Movement and mental*, definió a la actitud como un motor de los impulsos que estaba relacionado con el proceso intelectual

La visión netamente psicológica apareció en 1918 con la obra de investigación social *The polish peasant in Europe and America*, del sociólogo William I. Thomas y el filósofo-poeta Florian Znaniecki, ambos pertenecientes a la Universidad de Chicago, en este libro se explicaba las diferencias conductuales en la vida cotidiana existentes entre los campesinos polacos que residían en Polonia y en EU. Definieron el término actitud como "un proceso de la conciencia individual que determina una actividad real o posible del individuo en

el mundo social". Para Thomas y Znaniecki una actitud siempre fue un sentimiento dirigido a un objeto, por ejemplo "el amor de un niño", "el respeto a la ciencia", "el odio a los criminales". Este concepto marca el inicio de la actitud como un concepto de características y funciones netamente psicológicas (Petty y Cols, 1981)

Con este trabajo también se inician las investigaciones de la llamada Escuela de Chicago que durante toda una década se dedicó especialmente a la construcción e instrumentalización empírica de las actitudes, que desembocaron en 1929 con los trabajos de Louis Leon Thurstone que desarrolló un procedimiento escalar para medir específicamente el constructo actitudinal (Estramiana, 1995) con lo cual se consolidó el estudio de las actitudes, cuyo interés ha resurgido en diversos periodos de la historia de la psicología social.

2.2.2 PERIODOS DE ESTUDIO SOBRE ACTITUDES EN PSICOLOGÍA SOCIAL

La psicología social ha privilegiado el estudio de las actitudes en diversos periodos de tiempo, como se puede ver en la siguiente reseña:

- 1920-1930: La investigación estaba centrada sobre la medición de las actitudes, se crearon las escalas de medición de Thurstone y Likert. La medición estaba reducida a la búsqueda de homogeneidad interna de las clasificaciones de los jueces y a las correlaciones entre los ítems con los puntajes totales y su unidimensionalidad (McGuire, 1985).
- 1950-1960: la investigación que se vio favorecida, fue aquella que trataba de explicar el cambio de actitud. Los métodos de medición cambiaron y la teoría estaba inclinada a la relación entre la actitud y el conductismo (McGuire, 1985).
- 1980-1990: el llamado oleaje de "sistemas estructuralista" se enfoca en el contenido, estructura y funcionamiento de los complejos de actitudes. La forma de hacer investigación es más sistemática y formal. La temática está dominada por la investigación sobre el cambio de creencias anticipatorias, los efectos cognitivos remotos, integración de la información, respuestas cognitivas y percepción social. La investigación trata de distinguir múltiples trayectorias causales, frecuentemente bidireccionales, usando un diseño de investigación inclusivo (Tesser y Shaffer, 1990).

2.2.3 EL CONCEPTO DE ACTITUD

A continuación vamos a establecer el concepto de actitud que el presente estudio tomó como base de su estudio, dado que existen tantas casi tantas definiciones como estudios sobre las actitudes, es de vital importancia tomar una definición para establecer exactamente a que nos referimos en este trabajo cuando hablamos de actitud. La elección del concepto obedece a un criterio personal, teórico y logístico, lo cual no descarta o niega las múltiples definiciones que se han hecho en torno a las actitudes. Ante este hecho cabe aclarar que no es mi intención detenerme mucho tiempo en esta sección, pues la información es enorme y el propósito de este trabajo es el cambio de actitud y no una discusión (que por otro lado, sería ampliamente edificante y muy interesante) de los elementos en común y opuestos entre las muchas definiciones que se han hecho sobre las actitudes. También me gustaría señalar que en esta sección se da por un hecho que las actitudes guían las conductas de los sujetos, mas adelante se reserva un espacio para esta discusión en particular.

El concepto unidimensional de actitud enfatiza el carácter evaluativo de las actitudes como su principal componente: *"El término actitud debería ser usado para referirse a una evaluación positiva o negativa, hacia*

una persona, objeto o problema⁶.". Estas Evaluaciones generales se basan en una variedad de experiencias cognitivas, conductuales y afectivas; a su vez, son capaces de guiar procesos conductuales, cognitivos y afectivos⁷ (Petty y Cacioppo, 1981).

Históricamente se consideraba que la actitud debía contar con una combinación de elementos afectivos, cognitivos y un elemento más que era de carácter conductual, sin embargo algunos estudios demostraron, que si bien, cuando estos tres elementos correlacionan es más seguro que la actitud lleve a la conducta, pero también se ha encontrado que en general basta con una evaluación centrada en elementos afectivos (a favor o en contra del objeto, persona o hecho) para generar una actitud firme que pueda predecir la conducta, en otras palabras el resumen evaluativo puede expresarse a través de sentimientos⁸ como gusto-disgusto, acuerdo- desacuerdo, bueno- malo (Prathkanis y Greenwald, 1989; Eagly, Mladinic y Stacey, 1992).

De esta forma el término *creencia* queda delegado a "las opiniones mantenidas acerca del objeto de actitud, en otras palabras, para la información, conocimiento o pensamiento que alguien tiene sobre el objeto de actitud" (Petty y Cacioppo, 1981), ahora bien, dichas cogniciones pueden ser positivas, negativas o no evaluar las implicaciones de su postura y pueden estar o no correlacionadas con el elemento afectivo de la evaluación.

Por su parte las *intenciones conductuales*, harían referencia a una predisposición para cierta clase de acción relevante a la actitud, o intención de conducta⁹ (Petty y Cacioppo, 1981).

Este modelo tiene la ventaja que ante una baja correlación entre los aspectos cognitivos y afectivos que despierta un objeto social, todavía es posible encontrar una actitud capaz de ser predictora de la conducta, así por ejemplo, parece ser que mientras los ciudadanos manejan una información ambigua en torno a las implicaciones de aplicar la pena de muerte en nuestro país, su evaluación afectiva está más firmemente

⁶ Al respecto del concepto, la cita es textual pero a su vez los autores citan a Bem, 1970; Insko & Schopler, 1972; Oskam, 1977, a pesar de que en varios manuales en Español el concepto es atribuido a Petty y Cacioppo 1981.

⁷ El concepto unidimensional surge como una propuesta por sintetizar el llamado modelo tripartita de la actitud, como se puede observar a continuación ambos modelos comparten elementos en común, aunque en general la relación entre los diferentes elementos puede guardar otro tipo de relación con el objeto de actitud.

Como apunta Breckler (1984) el modelo Tripartita de actitud propuesto por Rosemberg y Hovland a principio de la década de los 60's, consideraba las actitudes como "predisposiciones a responder a alguna clase de estímulo con ciertas clases de respuesta", estas respuestas se especifican como:

- Afectivas: concierne a sentimientos evaluativos de agrado o desagrado
- Cognitivas: concierne a creencias, opiniones, e ideas acerca del objeto
- Cognitivas/ Conductuales: concierne a intenciones conductuales o tendencias de acción.

Otra característica implícita de este modelo, es que dichos subconjuntos o tipos de respuesta deben de estar correlacionados entre sí, en otras palabras, una actitud positiva hacia la pena de muerte —como la expresada en líneas más arriba— debe por un lado tener unas creencias positivas ("muerto el perro, se acaba la rabia") y despertar *más*⁷ sentimientos favorables que desfavorables (por ejemplo, "la pena de muerte es un acto horrible, pero necesario"), para que de esta forma sea altamente posible que el sujeto termine realizando actos a favor de dicho problema (por ejemplo, votar en un referéndum a favor de que se aplique la pena de muerte).

⁸ A pesar de que existe referencias que apoyan este concepto de actitud como un modelo unidimensional de las actitudes, también debe decirse que la polémica sigue abierta, pues mientras que algunos investigadores apoyan el modelo Tripartita de Rosemberg y Hovland pues consideran que los elementos afectivos y cognitivos en realidad están altamente correlacionados, una referencia en este sentido la podemos encontrar en el estudio ya clásico Bleckler: *Attitudes: Structure, measurement and functions*, de 1984.

⁹ por ejemplo, el sujeto con una actitud positiva hacia la pena capital, puede expresarse verbalmente a favor de esta (o como en el caso de nuestros ejemplos, vía internet) esa conducta implica una intención de conducta, y es una forma de actuar, pero indudablemente no es prueba fehaciente de que, votaría en un plebiscito para que se aplique en nuestro país. "La proyectada conducta no tendrá lugar, por ejemplo, cuando entre en conflicto con las normas sociales o con las expectativas del individuo de lo que debería ser una conducta adecuada o aceptable" (Stahlberg y Frey, 1993).

sustentada en un sentimiento negativo hacia los delincuentes y un cierto grado de aprobación hacia la pena capital, lo cual explica, por que aún jóvenes con preparación universitaria están a favor de la aplicación de un castigo de estas magnitudes (ver Correa, Contreras y Sánchez, 2000).

Algunos otros aspectos de manera teórica permiten establecer ciertas bases a favor de este concepto, por un lado parece ser que una evaluación afectiva, sería mejor predictor de la conducta en el sentido, de que tendemos a realizar por nuestra propia voluntad aquellas cosas que nos parecen mas agradables o positivas (Eagly, Mldinic, Stacey, 1992).

Finalmente otro motivo a considerar es que socialmente es censurable que la conducta de una persona no coincida con las preferencias que ha manifestado públicamente, "tres importantes teorías psicosociales -la de la disonancia, la de la autopercepción y la del manejo de la impresión- predicen este tipo de consistencia, si bien por razones diferentes para cada caso" (Morales, Reboloso, Moya, 1994).

2.2.4 FUNCIÓN DE LAS ACTITUDES

En el siguiente apartado, se mencionan algunas de las funciones de las actitudes, básicamente aquellas que pueden estar relacionadas en mayor o menor medida con el objeto de estudio y que posteriormente permitan explicar algunos aspectos relacionados al cambio de actitud y a la relación actitud – conducta.

2.2.4.1 FUNCIÓN DE EVALUACIÓN DE OBJETOS

La idea detrás de esta función es muy simple, es mejor tener una actitud hacia un objeto que no tener ninguna actitud hacia ese objeto ¿por qué?, pues que de esa manera tenemos un referente de comportamiento, en otras palabras podemos actuar frente a ese objeto. Una frase muy elocuente al respecto apunta que "las cosas buenas producen consecuencias buenas y las malas producen consecuencias malas" (Prathkanis y Greenwald, 1992), nuevamente, dependiendo de nuestra actitud, será nuestro comportamiento, por ejemplo imagine que esta en la calle y un hombre muy mal vestido se le acerca, dependiendo de su actitud hacia este tipo de personas será su reacción y su conducta, tal vez le parezcan agradables o por lo menos no molestos, entonces tal vez no huya de su presencia como aquellas personas cuyas actitudes son negativas ante estas personas.

Esta función de evaluación de los objetos es resultado directo de uso como heurístico que hacemos de las actitudes. El heurístico es una estrategia simple para resolver un problema, *un heurístico actitudinal* utiliza la evaluación almacenada de un objeto como una clave para resolver un problema, por ejemplo como actuar en relación a ese objeto (Prathkanis y Greenwald, 1992)

La actitud funciona como resumen, sinopsis de la experiencia pasada pero también puede afectar los procesos conceptuales, al traer a la memoria mas rápido aquellos casos claramente clasificados como favorables o desfavorables, puede privilegiar cierto tipo de información y desechar otra que puede ser también muy relevante, así por ejemplo, cuando se tiene una actitud negativa en contra de los delincuentes, uno puede recordar mas fácilmente sus peores actos y considerar que no merecen otro castigo que la muerte, pero al mismo tiempo puede olvidar aquellos casos de presuntos delincuentes que fueron injustamente acusados y que por tanto, no serían mas que otras víctimas a las cuales se les exige un castigo equivalente al de los verdaderos criminales.

2.2.4.2 FUNCIÓN VALOR- AUTORREALIZACIÓN EXPRESIVA

Las personas tienen la necesidad de expresar actitudes que reflejen sus propios valores, para confirmar la validez del propio concepto del sí (Stahlberg y Frey, 1993), así las actitudes hacia sí mismo le ayudan a reafirmar su personalidad y sus valores, por ejemplo, alguien que este a favor de los derechos humanos puede experimentar gran satisfacción al expresar su oposición ante las leyes que buscan aplicar la pena de muerte. Recordemos que el elemento evaluativo (agradable- desagradable) también es aplicable a nosotros mismos.

2.2.4.3 FUNCIÓN INSTRUMENTAL- ADAPTATIVA

Las actitudes ayudan a las personas a alcanzar objetivos deseados y evitar objetivos no deseados, retomando el termino de heurístico actitudinal, los sujetos en general consideran que la similitud engendra simpatía por lo cual resulta funcional adoptar actitudes semejantes a las de la persona a quien se desea ganar como amigo (Stahlberg y Frey, 1993). Para nuestro problema, es mas probable que un sujeto busque la compañía de personas que piensen como él, por ejemplo en tomo al tema de la pena de muerte, esto a su vez, puede influir en la percepción del mundo y considerar erróneamente que la mayoría de las personas piensan como él, en relación con este tema, lo cual por supuesto no necesariamente es verdad.

2.2.5 DE LA ACTITUD A LA CONDUCTA

Retomando un comentario acerca de nuestro problema de investigación:

- "ciertamente la pena de muerte no disminuye la delincuencia pero si acaba con este tipo de seres que no debieron existir nunca"

Esta es una muestra de las expresiones de una evaluación negativa hacia el sujeto y positivas a la aplicación de la pena de muerte, teóricamente este sujeto es consistente, la expresión de su actitud en el medio electrónico es un acto teóricamente guiado por su actitud, pero ¿es también la prueba de que sería capaz de tener otras conductas más directamente relacionadas con el problema (como votar en un plebiscito la aprobación de una ley que aplique la pena capital en la ciudad donde habita o participar en marchas a favor de la habilitación de la pena capital, etc.).

Ante la pregunta de si las actitudes llevan a la conducta existen dos posiciones francamente encontradas, por un lado aquellos que opinan que no existe una relación entre actitud y conducta, mas que aquella que se da por la casualidad o por simple correlación. El estudio clásico al respecto lo realizó a mediados de la década de los 30's La Piere, quien viajo con una pareja china por todo EU, en aquel tiempo existía un gran racismo hacia los chinos y era común que se les negara el hospedaje en los hoteles de paso, a pesar de esto solo en 1 de entre 200 lugares se les negó el acceso. Seis meses después La Piere mando una carta donde cuestionaba la posibilidad de hospedar gente de raza china en cada uno de los establecimientos visitados, la respuesta del 92 % fue tajantemente negativa, lo cual parece ser una clara muestra de que por lo menos no siempre la actitud lleva a la conducta.

Hay mucha controversia sobre los resultados del estudio de La Piere, algunos autores aluden al hecho de que los sujetos chinos estaban directamente relacionados (iban en compañía) de un hombre blanco o el posible cambio de contexto social en 6 meses (Petty y Cacioppo, 1981), a pesar de todo, el seguimiento de estos resultados ha llevado a los psicólogos sociales a replantearse la pregunta de ¿están correlacionadas las actitudes y la conducta? Y llevarla a un planteamiento mas específico basado en cuestiones tales como ¿

Cuándo están correlacionadas las actitudes y la conducta ? y ¿ por medio de que procesos las actitudes llevan a la conducta ? (Petty y Cacioppo, 1981; Stahlberg y Frey, 1993).

Para responder al *cuándo* las actitudes pueden predecir la conducta, existen múltiples investigaciones (revisar Stahlberg y Frey, 1993; Petty, Ostrom y Brock, 1981) que sugieren la existencia de algunos factores que modifican la relación actitud- conducta, los cuales se agrupan básicamente en cuatro aspectos:

- Factores Metodológicos
- Factores Situacionales
- Características especiales de la actitud
- Aspectos individuales

2.2.5.1 FACTORES METODOLÓGICOS

Podemos verificar la importancia de este factor con un ejemplo, veamos las siguientes preguntas:

- I. ¿Le parece que el Estado debe perdonar a todos los mal vivientes?
- II. Si hubiese hoy un plebiscito para aceptar la aplicación de la pena de muerte a los secuestradores que mataron a mas de 10 personas inocentes ¿votaría a favor o en contra de la aplicación de la pena de muerte?

¿Cuál pregunta podría ser un mejor predictor de la conducta de voto en un plebiscito?, al parecer la primera pregunta es tan general que difícilmente podríamos asegurar que si alguien responde que si, no existe la menor posibilidad que en un referéndum vote a favor de la pena de muerte, y es que entre mayor especificidad mayor probabilidad de que la actitud medida pueda ser un referente de la conducta (Petty y Cacioppo, 1981). Ahora bien la especificidad debe estar en función de cuatro elementos (Ajzen y Fishbein, 1977, en Petty y cacioppo, 1981):

- a) *La acción:* el voto, la disposición, la preferencia, ect.
- b) *El objetivo:* como en nuestro ejemplo, los mal vivientes son una categoría muy amplia, en cambio los secuestradores que mataron a mas de 10 personas inocentes es un objetivo mas específico.
- c) *El tiempo:* regresando a nuestro ejemplo, la primera pregunta deja la abierta la cuestión de la temporalidad, en cambio la segunda especifica el día de la probable acción.
- d) *El contexto:* Se refiere a todo aquello que envuelve la situación, es decir, el momento y lugar que se hizo la pregunta, así, no es lo mismo hacer estas preguntas hoy en nuestro país a si se hicieron hace 20 años en EU, los resultados no serán por supuesto equivalentes.

2.2.5.2 FACTORES SITUACIONALES

Imagine que usted esta totalmente a favor de que se aplique la pena de muerte, pero al mismo tiempo sabe que sus compañeros de trabajo, sus familiares mas cercanos y hasta su jefe están decididamente en contra de esta medida, ¿daría su opinión en una discusión?, probablemente muestre una posición que no refleje exactamente sus creencias, esto dado la influencia del ambiente que le rodea. Uno de los elementos que ambientales que mas afectan el hecho de que una actitud no se convierta en conducta son las normas sociales (Tesser y Shaffer, 1990).

Otro aspecto situacional que afecta al vinculo actitud- conducta es la presión temporal, dada la función de esquema cognitivo que tienen las conductas, en situaciones de alta presión temporal y la necesidad de tomar una decisión rápida, las actitudes sirven de guía de conducta, por lo cual en general se considera que en situaciones de alta presión temporal es mas probable que la conducta sea un reflejo de la actitud de la persona

(Prathkanis y Greenwald, 1989), en otras palabras si se realizará un plebiscito para aprobar la aplicación inmediata de la pena de muerte, un factor determinante en la decisión de las personas, es el tiempo en que este se realizara, así, en un plazo de largo como de 6 meses se hay tiempo para analizar y debatir sobre el tema, en un lapso hipotético de una semana, esto sería muy difícil de lograr (Todo esto considerando que las personas encuentren relevante el hecho y pretendan participar).

2.2.5.3 CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DE LA ACTITUD

Existen innumerables elementos que se ha investigado puede afectar a la actitud, aquí solo enumeraremos unos cuantos para resumir este punto, para una explicación mas amplia y detallada referirse al trabajo de Prathkanis y Greenwald (1989) en que se basó este apartado.

- a) *Origen de las actitudes*: En general se considera que las actitudes que son resultado de la experiencia directa de los sujetos para con el objeto, persona o problema está más fuertemente vinculado con la conducta que aquellas conductas que no lo están, para nuestro problema particular, significa que las personas que han sufrido algún daño en manos de los delincuentes, es más probable que puedan tener actitudes negativas en contra de éstos y también es más probable que puedan realizar una conducta en la dirección de su actitud.
- b) *Accesibilidad de la actitud*: Este punto se refiere al vinculo objeto- evaluación de la actitud en la memoria. La accesibilidad es la facilidad con que podemos recordar un hecho o una relación como en este caso, por ejemplo, supongamos que durante algún tiempo usted no tiene una posición muy declarada en torno a nuestro problema, la pena de muerte, pero cuando se le cuestiona sobre una solución a los altos índices delictivos, ante ésta situación usted recuerda que ayer vio en el periodico un encabezado que decía mas o menos: "Pena de muerte a los criminales", usted recuerda que al leer eso estuvo de acuerdo con ello, entonces es mas probable que su respuesta (conducta) este en función de este recuerdo.
- c) *Importancia de la actitud*: Entre más esté *interesado* una persona en un problema específico (por ejemplo la aplicación de la pena de muerte), se *identifica* con alguna persona o grupo (por ejemplo las victimas o los presuntos delincuentes) y ese problema está relacionado con su *sistema de valores*, entonces en general el sujeto considerará mas importante su actitud, los estudios indican que a mayor interés de las personas por su actitud mayor vinculo con la conducta.

2.2.5.4 ASPECTOS INDIVIDUALES:

Recientemente algunas investigaciones se han preguntado ¿si es mas fuerte el vinculo entre actitud y comportamiento para unas personas que para otras?, algunas investigaciones así lo sugieren, por ejemplo Jarvis y Petty (1996) desarrollaron una escala para medir la tendencia de los sujetos a evaluar personas, objetos, productos, problemas y conductas futuras, la Escala de Necesidad de Evaluación (NES- Need Evaluate Scale), con base en la validación de dicha escala concluyen que efectivamente existen algunos sujetos que avalúan mas los problemas que otros, estos primeros tienen un mayor vinculo con la conducta correspondiente y sugieren que se puede deber a motivos personales directamente relacionados con el auto- concepto (self-concept), en otras palabras, de acuerdo a esta idea, las actitudes permiten defender al yo y lograr el ajuste social del individuo a través del establecimiento y manutención de una identidad positiva, con ello, las actitudes sirven como catalizadores motivacionales que buscan elementos que refuercen la autoestima y desecha los elementos que la inhiben. Cuando una actitud pone en peligro nuestra autoestima, difícilmente actuaremos en consecuencia, pero si por el contrario la refuerza, es mas probable que llevemos acabo esa conducta. Por

ejemplo, si tengo una actitud en contra de la pena de muerte, entonces buscaré, atenderé y actuaré en aquellos sucesos que se corresponda con mi actitud para reforzar mi auto- concepto.

Después de haber revisado el *cuándo* la actitud lleva a la conducta, vamos a ver el *cómo* las actitudes influyen en la conducta.

Cabe aclarar que dado que el objetivo del presente estudio no es delinear los motivos que explican cómo las actitudes influyen en la conducta, no nos extenderemos demasiado en las propuestas que existen al respecto, de hecho centraremos nuestra atención de manera muy breve en una propuesta muy importantes en el campo de la psicología social.

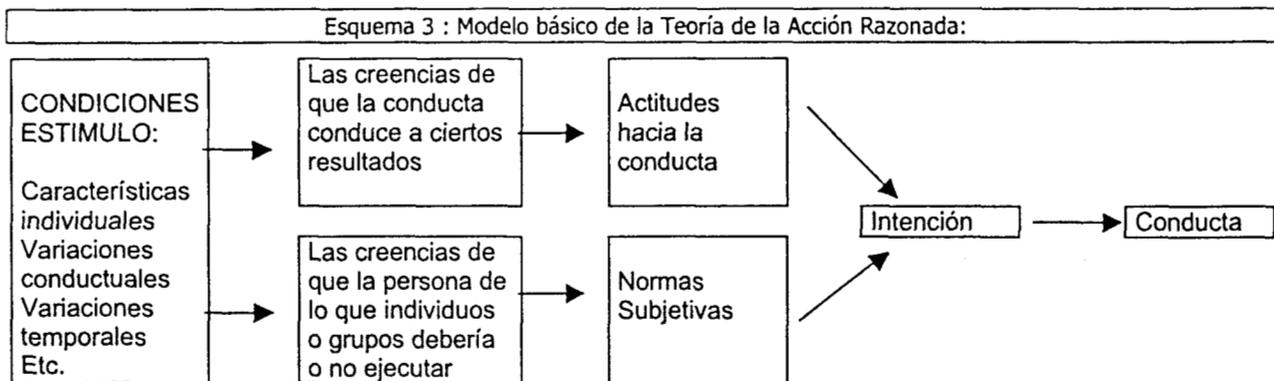
El objetivo del presente apartado es mostrar como existe una estrecha relación entre actitud y conducta, lo cual justifica el estudio del cambio de actitud que es el apartado siguiente.

2.2.6 TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA

La *teoría de la acción razonada* de Fishbein y Ajzen desarrollada en 1975 y que se base en la idea de un sujeto completamente cognitivo en condiciones ideales para desarrollar un análisis detallado de la situación y con ello escoger un curso de acción.

Con base en la cuestión ya revisada mas arriba de que los sujetos actúan con base en factores situacionales, particularmente las normas sociales y con la base informativa que proporcionan las actitudes se concibe la intención del sujeto, al respecto la *teoría de la acción razonada* postula que el mejor predictor de la conducta es la intención. De manera mas especifica la actitud es un juicio evaluativo bipolar acerca del objeto y que como se muestra en el esquema, se conforma con base en las creencias, que a su vez se conciben básicamente como las consecuencias que tiene el realizar una determinada conducta (Ajzen, 1989).

El segundo predictor de la intención conductual es, como ya se ha mencionado varias veces un juicio probabilística acerca de lo que la mayoría de las personas importantes para el sujeto (Ajzen, 1989)



Fuente : Tomado de Stahlberg y Frey, 1993

En el esquema 3 vemos los elementos básicos del modelo propuesto por Fishbein y Ajzen, nótese como donde los factores situacionales son tan importantes como los factores disposicionales En otras palabras si alguien considera que debe estar a favor de que acaben con los delincuentes por que de esa manera se va a solucionar la delincuencia y si a su alrededor nadie ve mal esta situación, entonces eso forja la intención de la persona a actuar en consecuencia con estos elementos (votando en un referéndum, participando en marchas,etc) entonces podemos explicar como la actitud conduce a la conducta. (Ajzen 1985).

2.3 PERSUASIÓN: DE LA ACTITUD AL CAMBIO DE ACTITUD

Si aceptamos que las actitudes pueden guiar la conducta, podríamos preguntarnos de manera teórica, ¿qué condiciones o elementos son necesarios para cambiar la actitud de los individuos y con ello guiar su conducta?

Para esto, primero debemos atender a los diferentes tipos de estrategias que nos pueden conducir a persuadir al sujeto, esto significa, que si logramos cambiar la actitud de alguien, estamos persuadiéndole a tomar una postura sobre determinado objeto social por ejemplo y esperar con ello que su conducta sea consistente con su actitud. Básicamente existen tres grandes estrategias para lograr el cambio de actitud o persuasión sobre los sujetos:

- *La exposición directa* al objeto de actitud.- se refiere al hecho de lograr que el sujeto evalúe positivamente un objeto, por el simple hecho de estar más en contacto de él, este tipo de estrategia, es usado de manera muy usual por las grandes empresas, que al regalar muestras gratis de sus productos, lo que están haciendo es facilitando una evaluación positiva hacia su objeto. Los estudios pioneros al respecto fueron efectuados por Zajonc a finales de la década de los 60's.
- La otra estrategia de persuasión, esta directamente relacionada con la teoría del conductismo y más propiamente con los aspectos del *condicionamiento*, así se espera que al asociar una conducta con ciertos incentivos, esta conducta sea privilegiada por los sujetos. Como sugiere la misma teoría conductista, la conducta es inducida, por incentivos positivos (premios) o negativos (castigos), por ejemplo, en 1995, el nuevo gobierno de la Ciudad de México, subió las multas a los automovilistas con motivo de la falta del uso del cinturón de seguridad, la medida fue tomada después de observar que en algunos países europeos dicha medida había logrado aumentar la frecuencia en el uso del cinturón de seguridad, la multa aquí, representa el incentivo negativo que se asocia a la conducta.
- Sin embargo, la estrategia más común y utilizada en la investigación psico-social es la que tiene que ver con *la comunicación persuasiva*, que podemos ver todos los días en las campañas publicitarias y políticas así como en los anuncios comerciales y cuyos orígenes podemos rastrear en la antigua Grecia.

2.3.1 ORIGEN DEL ESTUDIO DE LA PERSUASIÓN

La tradición de "convencer" a los demás por medio de la comunicación, tiene un importante referente en Sócrates con su *mayéutica*¹⁰ que en esencia era opuesta a la sistematización teórica del proceso de comunicación que se conoció como *Retórica*, una técnica tal que aplicada al discurso permite convencer al oyente, incluso si aquello que hay que persuadirlo es falso o contrario a los sentimientos o creencias iniciales del oyente (López, Parada, Simonetti, 1999), como puede observarse, el "arte" de la retórica es en esencia el cambio de las actitudes de los sujetos por medio de la comunicación, o lo que es lo mismo un proceso de comunicación persuasiva. Los griegos apreciaban la palabra hablada y ocupaban la retórica en los más diversos ambientes de su vida cotidiana, tanto en lo legal como lo político, lo deliberativo, lo ceremonial, lo dramático y lo poético, tal vez de manera análoga a como los políticos, abogados, comerciantes y medios de comunicación lo usan hoy en día.

Platón reveló las enseñanzas de Sócrates en *Gorgias* y *Fedro*, donde argumentó que la retórica no entregaba la verdad, sino más bien la manejaba al basarse en sofismos y al fundamentarse en la experiencia

¹⁰ La Mayéutica puede definirse como el método donde las ideas *verdaderas* son *paridas* en la discusión, mediante un método dialéctico de preguntas y respuestas evidentemente dirigido a persuadir a nuestro interlocutor de que no sabe de lo que habla. (Peña, 2000)

empírica, idea que Platón rechazaba a favor de su mundo de las ideas y los conocimientos que supuestamente ya poseemos al nacer.

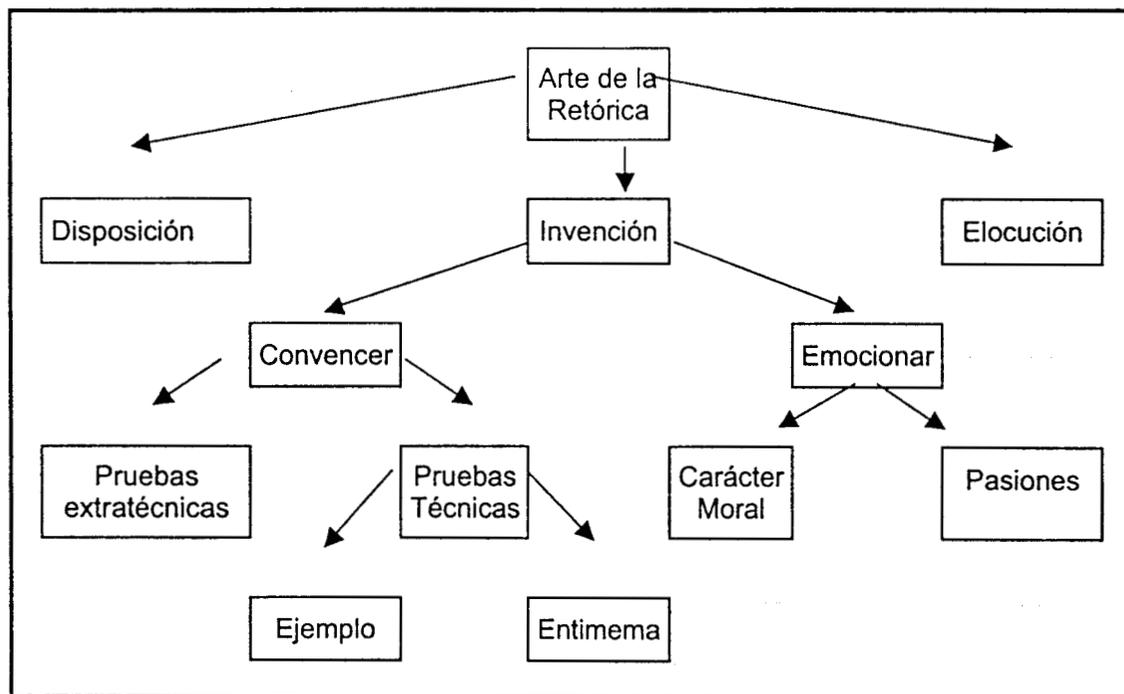
Aristóteles, alumno de Platón, tenía una visión más empirista que su maestro, creyendo que nuestras experiencias constituyen conocimientos compartibles con otros mediante el uso del discurso retórico. En su compilación, llamada *Retórica*, adopta una aproximación más sistemática acerca del tema, elaborando una especie de manual del discurso público. Delineó con ello los elementos envueltos en el proceso de persuasión para lograr ser más efectivos en lograr impactar a las audiencias. La retórica para Aristóteles era más bien amoral, y por lo tanto, puede ser usada tanto para hacer el bien como el mal (López, Parada, Simonetti, 1999), lo cual no deja de ser curioso si consideramos que en aquel tiempo el ciudadano tenía el derecho de ser su propio abogado ante jurados compuestos por alrededor de 500 personas, la habilidad de que un discurso "impactara" a la audiencia era la clave para ser declarado inocente, por lo cual nos encontramos ante los primeros vestigios del estudio científico de la persuasión y su aplicación.

Para Aristóteles la Retórica es la facultad de conocer en cada caso aquello que puede persuadir, es un arte que puede ser cultivado siempre y cuando se conozcan bien sus principios.

Nos detendremos un momento a ver algunos de estos principios (basados en la invención del discurso), ya que guardan cierta analogía con el modelo de probabilidad de elaboración que describiremos más adelante y en el cual esta sustentado teóricamente este estudio.

La retórica de Aristóteles puede ser visto como un árbol de distintas ramificaciones, su estructura esta reflejada en el esquema 4:

Esquema 4:Árbol de la Retórica según Aristóteles



de López, Parada y Simonetti,(1999).

2.3.2 LA RETÓRICA SEGÚN ARISTÓTELES

2.3.2.1 INVENCION

Es la operación donde se tratan de establecer las pruebas o argumentos para persuadir durante el discurso, constituye el cuerpo lógico y psicológico del discurso, que se manifiestan a través de dos finalidades, convencer en otras palabras crear argumentos lógicos y emocionar, es decir crear argumento de carácter psicológico (López, Parada y Simonetti, 1999).

2.3.2.2 ACERCA DEL CONVENCER

Para convencer se requiere de un aparato lógico de pruebas que permitan persuadir al oyente mediante el poder del razonamiento puro. En este caso no se consideran las características anímicas del oyente, sino únicamente su capacidad de razonar (López, Parada y Simonetti, 1999).

Existen dos tipos de pruebas que el orador puede esgrimir en su discurso: las *extratélicas* y las *técnicas*. Las primeras son aquellas pruebas que no han sido compuestas por nosotros, si no que ya existían y son del dominio público, por lo cual se dice que están fuera del orador. Entre ellas se cuentan las leyes, los contratos, las confesiones, los juramentos y los testigos.

Las *pruebas técnicas* son aquellas que se pueden preparar por nuestra propia mano y método. Estas pruebas deben ser inventadas por el razonamiento del propio orador. Para persuadir solo tiene dos caminos: mediante ejemplos o entimemas (López, Parada y Simonetti, 1999).

El *ejemplo* constituye una inducción, en otras palabras de un objeto particular se infiere la clase y luego de esa clase se deriva un nuevo objeto particular que es empleado en lugar del primero. Como se puede observar se trata de un argumento por analogía cuyo poder de persuasión radica en el poder de similitud de características entre hechos distintos.

El *entimema* constituye una deducción, en la cual, a partir de ciertas premisas se determina una conclusión determinada. Para Aristóteles el entimema es un silogismo fundado en premisas verosímiles y generales que son verdad la mayoría de las veces, por ejemplo:

Los padres cuidan a sus hijos
Juan es padre
Juan cuida a sus hijos

Como vemos la conclusión a la que se llega es altamente probable, es general y verdadera la mayoría de las veces, pero no es universal, dado que existen padres que no cuidan a sus hijos. Este ejemplo muestra que es posible refutar un entimema, a pesar de todo el entimema es el gran argumento sobre el cual descansa el arte de la retórica. Permite al orador persuadir a partir de lo que el propio público piensa, deriva sus conclusiones desde las premisas compartidas por el sentido común (López, Parada y Simonetti, 1999).

2.3.2.3 ACERCA DEL EMOCIONAR

Como ya se menciona, esta parte constituye la parte psicológica de la retórica, aquí se pretende adaptar el discurso a las características de personalidad del oyente. Para conmover es necesario pensar el mensaje según la disposición, carácter y pasiones del receptor a fin de argumentar las pruebas subjetivas y morales apropiadas para persuadir. ¿Cómo se puede emocionar al auditorio? Por medio de dos estrategias o pruebas psicológicas como las llama su autor.

El carácter moral se refiere a los atributos del orador que lo hacen digno de ser creído, "por que a las personas buenas les creemos más y con mayor rapidez". Por eso el orador debe descubrir lo que el público desea de él y complacerlo.

Aristóteles define tres características que otorgan autoridad moral y por ende credibilidad al orador:

- La prudencia de deliberar juiciosamente entre el bien y el mal
- La virtud de expresarse abiertamente y sin temor a las consecuencias
- La benevolencia o cualidad de complacer al auditorio

El carácter de las pasiones se refiere a los sentimientos de aquel que escucha. Según Aristóteles se persuade por medio de la disposición de los oyentes cuando fueron conmovidos por el discurso. La opinión del público acerca de las pasiones constituye el dato esencial que el orador debe manejar para exaltar en ellos algún sentimiento (López, Parada y Simonetti, 1999).

¿Acerca de la vigencia de una clasificación hecha hace 2300 años? Lo cierto es que la influencia de Aristóteles todavía se siente en las aproximaciones contemporáneas, como veremos un poco más adelante, algunos modelos sociocognitivos coinciden en aceptar que tanto la motivación como los argumentos lógicos juegan un papel preponderante en el proceso de persuasión, tal vez el hecho que más llama la atención es el énfasis que el filósofo puso en el análisis de las creencias, valores y opiniones de la audiencia.

También los psicólogos sociales notaron la mayor efectividad de los emisores de un mensaje persuasivo cuando éstos "jugaban" con diversos elementos concernientes a la estructura del mensaje y las características del emisor para conseguir el efecto persuasivo en las audiencias. De hecho, en nuestros días, los políticos siguen y seguirán afinando sus discursos agregando valores, necesidades y preocupaciones de interés público.

Como se puede observar el proceso de cambio de actitud tiene un importante referente en esta estrategia basada en la comunicación persuasiva. Existe en la actualidad un modelo basado en estos principios que pretende explicar los pasos que se deben seguir para lograr que alguien cambie su actitud y con ello se comporte de cierta forma ante diversas situaciones de índole social y personal.

El Modelo de Probabilidad de Elaboración (Elaboration Likelihood Model- ELM-) desarrollado por Petty y Cacioppo (1986) también nos permite comprender dicho proceso persuasivo, por más de un camino, con lo cual enriquece las posibilidades de aplicación. El ELM es una especie de síntesis de varios hallazgos que vamos a mencionar y es heredero de un viejo problema del campo de las actitudes: ¿Qué ocurre cuando un individuo recibe un mensaje persuasivo?, más aún ¿Cómo se produce realmente la persuasión?, es una perspectiva que se centra en el análisis de la respuesta cognitiva y que busca comprender :

- Qué piensa la gente cuando se ve expuesta a mensajes persuasivos y
- Cómo estos pensamientos y procesos cognitivos básicos determinan si y en qué medida, la gente experimenta cambios de actitud y principalmente
- Por qué la gente cambia sus actitudes en respuesta a los mensajes persuasivos u otra información

Antes de pasar a un estudio más amplio del ELM, de sus condiciones, rutas de persuasión y variables, vamos a dar una introducción sobre algunos de los precedentes de dicho modelo; El grupo de investigación de Yale como el modelo persuasivo de McGuire, nos responderán a la cuestión de *Cuándo y Cómo* :

- Cuándo es mas probable que ocurra un cambio de actitud y
- Cómo puede producirse.

2.3.3 EL GRUPO DE INVESTIGACIONES DE YALE

El grupo de Investigación de Yale nace cuando en 1931 se funda en esa universidad el "Instituto de Relaciones Humanas" por parte de James Rowland Angell quien englobó en el lema "Investigar el problema básico de la naturaleza humana y el orden social" una respuesta al creciente desarrollo del conductismo en Estados Unidos. Posteriormente Carl I. Hovland toma el mando del instituto a principios de la década de los 40 (Estramiana, 1995).

Las contribuciones mas importantes en el cambio de la persuasión se lograron durante este periodo, ya que con el inicio de la segunda guerra mundial, Hovland es llamado a trabajar en el Departamento de Guerra, se lleva a un importante grupo de investigadores posgraduados y a su regreso en 1945, orientó la psicología social del instituto al fenómeno de la influencia social y la comunicación persuasiva, articulando un programa de investigación que siguió funcionando hasta comienzos de los sesenta ¹¹. Su foco se centraba en el cambio de actitud en función de la persuasión, bajo una óptica más cercana a los procesos cognitivos del aprendizaje que al conductismo en boga. Su aproximación al tema parecía prometer que el cambio de las actitudes podían ser un método efectivo en combatir el prejuicio, los estereotipos, la delincuencia y los efectos negativos de la propaganda (Peña, 2000).

Se puede decir que los estudios de la escuela tratan de responder a la pregunta *¿quién dice qué a quién y con qué efecto?*, lo cual centra su enfoque en los mensajes persuasivos capaces de cambiar la actitud y con ello la conducta, para lograr esto es necesario cambiar previamente las creencias del receptor del mensaje. Este cambio en las creencias se produciría siempre que el receptor recibiera creencias distintas a las suyas y además que estas fueran acompañadas de incentivos. Será entonces el proceso de persuasión dividido en etapas con diferentes niveles de análisis, cada una con elementos claves, a saber (ver Petty y Cacioppo, 1981, Montmollin, 1991 y Peña 2000):

- a. *La fuente*: se refiere a quien emite el mensaje y algunas de sus características como por ejemplo, su experiencia, sinceridad, atractivo, semejanza con el receptor, poder, etc..
- b. *El contenido del mensaje*: Tiene que ver con la calidad de los argumentos, incentivos prometidos, organización, claridad, si pone énfasis en los aspectos racionales o emocionales, etc.).
- c. *El canal comunicativo*: Es el medio por el cual se transporta el mensaje, ya sea visual- auditivo o directo-indirecto.
- d. *El contexto*: Se encontró también dependiendo de las características del entorno, como por ejemplo relajado, serio, agradable o desagradable, distracciones, etc.
- e. *El receptor*: Todos los efectos antes mencionados están mediatizados por ciertas características de los receptores como la susceptibilidad ante la persuasión, edad, nivel educativo, creencias previas, autoestima, etc.

¹¹ De acuerdo a Estramiana (1995), la vitalidad de la Escuela de Yale fue producto de diversos factores, como:

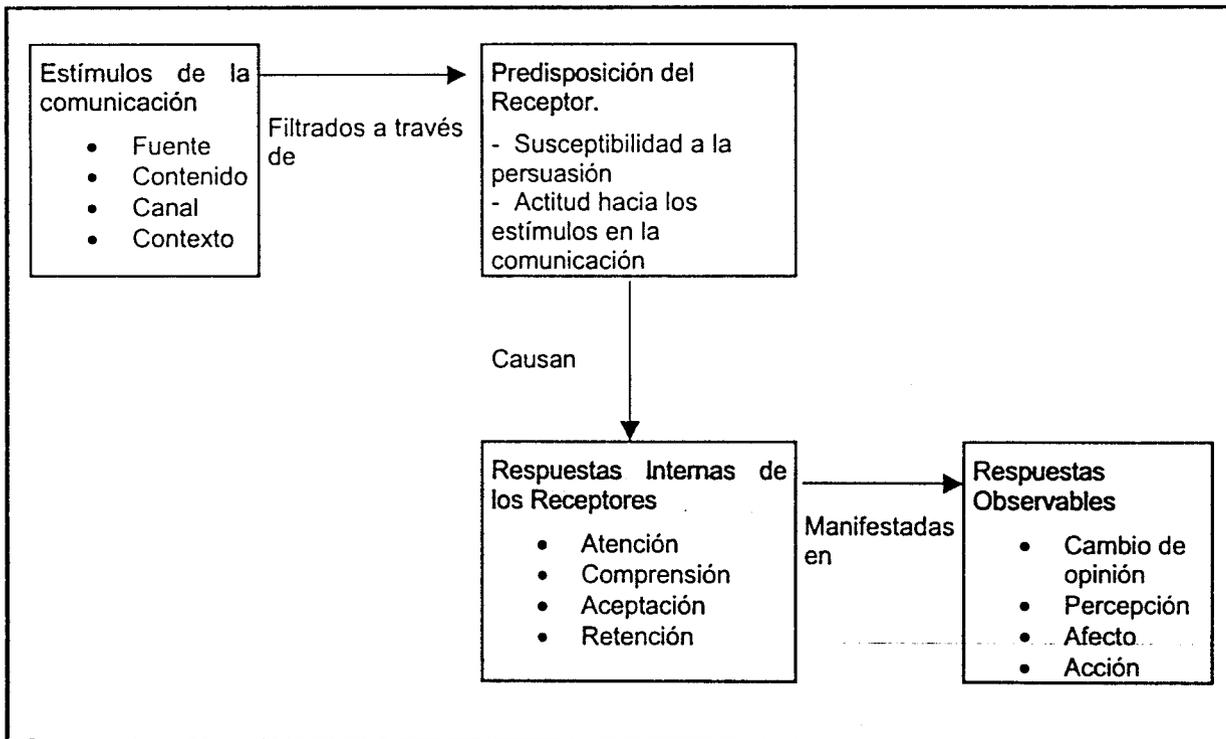
- El desarrollo de nuevas teorías como la del intercambio de Homans y la Equidad de Adams
- Berkowitz y Bandura desde la misma Universidad de Yale, propondrán nuevos temas de estudio como el aprendizaje social o el desarrollo de una nueva teoría de la frustración- agresión.

El desarrollo de la corriente gestáltica, adaptada a la psicología social por Kurt Lewin, Solomon Asch y Fritz Heider.

Hovland y su equipo describieron cuatro efectos psicológicos que los mensajes pueden producir en el receptor, como son la *atención*, *comprensión*, *aceptación* y *retención*, siendo todos ellos necesarios para que el mensaje persuasivo sea efectivo.

- a) *La atención* reconoce que no todos los mensajes que se emiten con intención de persuadir son captados por los receptores, por lo que un mensaje, aunque sea sintáctica y semánticamente muy bueno, si no es captado es más bien ignorado, desechado o inútil frente a las creencias que la persona ya posee.
- b) *La comprensión* es otro elemento axial del proceso de persuasión. Los mensajes demasiado complejos o ambiguos se pueden perder sin efecto alguno o, peor aún, pueden ejercer el efecto en sentido contrario al deseado por el emisor. Un claro ejemplo de ello pueden ser las informaciones de la Bolsa, los artículos técnicos sobre economía o...el informe del tiempo.
- c) *La aceptación* es el paso que se consigue cuando los receptores llegan a estar de acuerdo con el mensaje persuasivo. Se postula que el grado de aceptación de un mensaje depende fundamentalmente de los incentivos que ofrezca al receptor.
- d) *La retención* es una etapa necesaria si se pretende que el mensaje tenga un efecto en el largo plazo .:

Esquema 5: Etapas del proceso Persuasivo, según el Grupo de Yale



Tomado de Morales, Reboloso y Moya, 1994

Algunos de los muchos descubrimientos del llamado grupo de Yale, aun tienen vigencia y se utilizan en el campo de la mercadotecnia y la comunicación (Peña, 2000), aquí, solo mencionaremos unos cuantos como reflejo de esta riqueza y también debido a que mas tarde se retomarán algunos de estos preceptos como referente del trabajo experimental y de las discusiones finales ¹² :

¹² Para ver un resumen más amplio de los descubrimientos del grupo de Yale consultar Montmollin, 1991

227504

- I. Los expertos son más persuasivos que los no expertos. Los mismos argumentos tienen más peso y parecen tener toda la razón cuando los dicen personas que parece que saben del tema, así, por ejemplo ¿qué pasaría si el director de la comisión de derechos humanos dice: Consideró que la pena de muerte no viola los derechos de los delinquentes?
- II. Los mensajes que no parecen estar diseñados para cambiar nuestras actitudes son mejores que aquellos que demuestran esta intención.
- III. Un mensaje con argumentos muy complicados y técnicos tendrá ciertos efectos positivos en un público con abundantes conocimientos sobre el tema y con gran interés en saber o en el tema, esperando lo contrario con un público que carezca del interés y/o el conocimiento necesario.
- IV. Cuando una audiencia mantiene actitudes contrarias a la emisor del mensaje, éste debe optar por mostrar un mensaje donde muestre las dos caras de la moneda.
- V. La persuasión obtiene mejores resultados a través de mensajes que evocan emociones fuertes a la audiencia.

2.3.4 MODELO PERSUASIVO DE MCGUIRE

Una de las líneas de investigación que más pruebas ha recopilado en torno a las características que debe tener la comunicación persuasiva para lograr el cambio de actitud es la propuesta por William McGuire (1985), para este autor la efectividad de la influencia requiere del cumplimiento de una serie de pasos secuenciales, así por ejemplo su modelo de comunicación/ matriz de persuasión sintetiza el proceso que debe seguir, todo mensaje persuasivo.

Este modelo se basa en una serie de *inputs* o variables independientes que corresponden al modelo clásico de comunicación. Al mismo tiempo este modelo está correlacionado con una serie de *outputs* o variables dependientes que no es otra cosa que etapas que debe seguir el proceso de persuasión, en otras palabras, para entender cabalmente dicho proceso, es necesario atender al proceso de comunicación y una serie de pasos indispensables, para lograr el cambio de actitud.

2.3.4.1 MATRIZ INPUTS

Para comprender el proceso persuasivo, es necesario responder a la cuestión clásica: *quién dice qué a quién, cuándo y cómo*¹³ (Petty y Priester, 1994), esto nos lleva al esquema clásico de comunicación, donde es indispensable una fuente, un mensaje, un receptor, un canal y un contexto

Las condiciones que pueden modificar la posibilidad, dirección y/o grado son para :

- **La Fuente:** si es experta o no, si es atractiva o no, si es masculina o femenina, si es un individuo o un grupo. La fuente provee la información a manera de
- **El mensaje:** que depende de condiciones como la apelación de aspectos emocionales o lógicos, si es largo o corto, si es organizado o no, si es general o específico, etc., Este mensaje es presentado a
- **Un receptor,** quien puede tener un alto o bajo nivel de inteligencia, conocimiento del tema, experiencia sobre el asunto, etc. El mensaje es presentado
- **En un medio,** que puede ser solo auditivo (radio), visual- auditivo (televisión), impreso (texto) o impreso visual (revista). Finalmente el mensaje es presentado
- **En un contexto** que puede ser desagradable o agradable, ruidoso, etc. (ver Petty y Priester, 1994)

¹³ Who says what to whom, when, and how

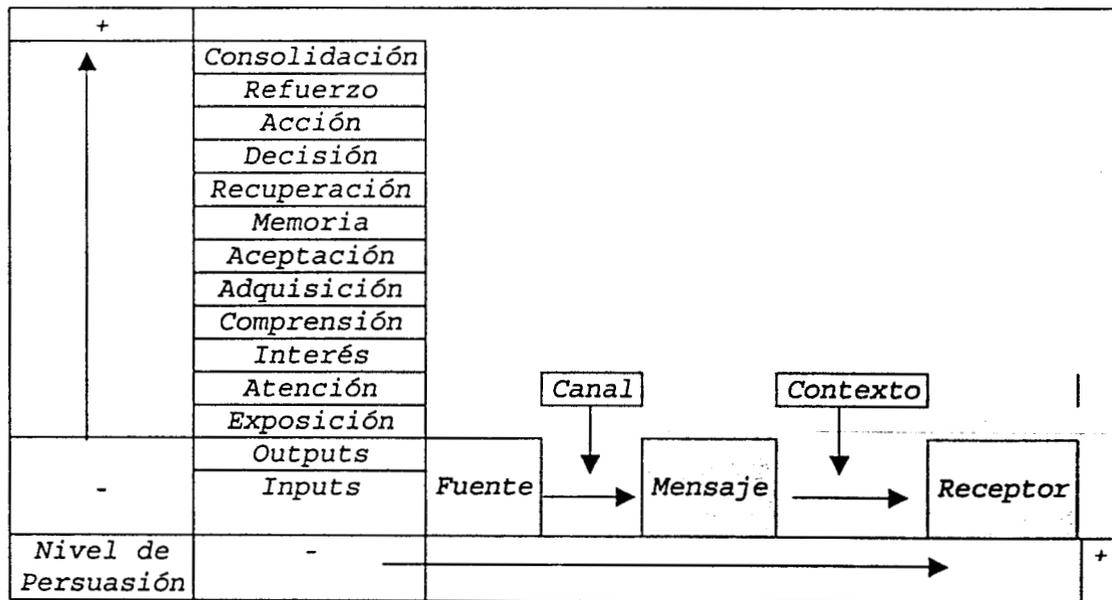
2.3.4.2 MATRIZ OUTPUTS

Un sujeto debe estar expuesto a la nueva información, posteriormente el sujeto debe atender o poner atención al mensaje, es claro que si el sujeto no atiende al mensaje, este pasara por alto, para lograr esto los medios de comunicación apelan al interés del sujeto, y su capacidad de comprensión. Como en cada paso de la matriz, todo elemento depende de sus antecesores, así, la comprensión lleva a la adquisición de habilidades relevantes para el sujeto, de estas se desprende la aceptación¹⁴. Posteriormente el sujeto debe memorizar la información y después recuperarla para de esta forma tomar una decisión al respecto, actuar y finalmente su nueva actitud, que entre otras cosas tiene como característica su persistencia a lo largo del tiempo (Petty y Priester, 1994).

Como ya mencionamos, una de las implicaciones de este modelo es que los diversos pasos dependen unos de otros, es decir, la probabilidad de cada paso sucesivo es proporcional a la ocurrencia de todos los pasos previos (Petty y Priester, 1994), por lo mismo cuando un mensaje ha logrado llegar al receptor y al mismo tiempo cuando ese mensaje logra persistir en la memoria a lo largo del tiempo, se obtiene el grado máximo de persuasión.

La otra implicación es que el impacto de persuasión se comprende mejor si se analizan de manera específica el impacto de la persuasión sobre cada una de las etapas, así por ejemplo, es posible que por tratar de mantener la atención de los sujetos, se reduzca su nivel de aceptación (Petty y Priester, 1994).

Esquema 6: Modelo persuasivo de McGuire



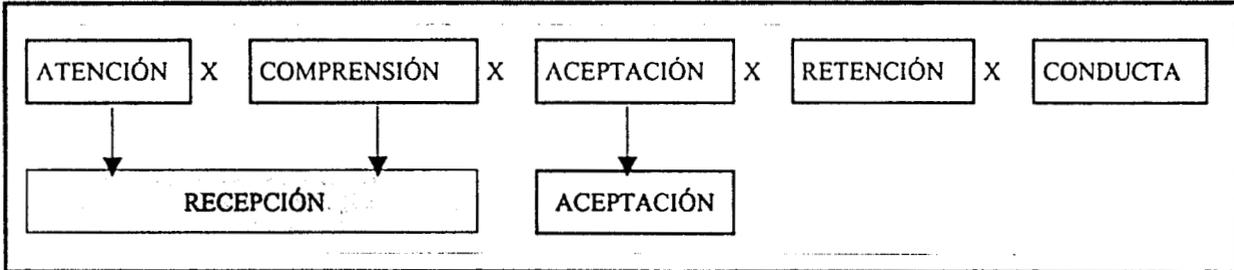
Modificado de Petty y Priester, 1994

Este modelo, generalmente se reduce a cinco componentes: atención, comprensión, aceptación, retención y conducta. A su vez, dicho modelo ha sido sintetizado aun mas, y al parecer solo dos factores serían

¹⁴ El termino en ingles es Yielding, según, Montmollin (1991) corresponde simultáneamente a Aceptación, que sin duda es muy cognitivo y a sumisión que resulta demasiado fuerte

indispensables para comprender el proceso, uniendo la atención y comprensión en un solo factor llamado recepción y la aceptación de los argumentos antes recibidos.

Esquema 7: Modelo de persuasión de McGuire de 5 y 2 factores



Fuente: Petty y Priester, 1994

2.3.4.3 DIFICULTADES TEÓRICAS

Según el mismo McGuire (1985, en Petty y Priester, 1994), la probabilidad de que un mensaje evoque la secuencia de los 6 primeros pasos, es relativamente baja, sobre todo si la fuente es un *mass media*.

Además, las condiciones que determinan el "yielding" o aceptación del mensaje, parecen ser solo "prerrequisitos" para que logre la conducta, pero no explican el proceso cognitivo por medio del cual el sujeto acepta el mensaje, así por ejemplo, como habíamos mencionado, puede suceder que en busca de la atención del sujeto se reduzca su nivel de aceptación, dependiendo de la fuente y las otras variables del modelo de comunicación y con ello se reduzca el nivel de persuasión, más aun, la aceptación depende directamente de los niveles previos y posteriores como la memoria, donde la investigación ha encontrado muy baja correlación entre estas variables, lo que teóricamente reduce las posibilidades de la persuasión (Petty y Priester, 1994).

2.3.5 LA PERSPECTIVA DE LA RESPUESTA COGNITIVA

Una vez revisado las perspectivas que nos hablan del Cómo y Cuándo se gesta el proceso persuasivo vamos a revisar la parte del por qué se puede gestar este proceso, con ello vamos a retomar el cómo y el cuándo, pero bajo un mismo modelo que trata de incorporar estas partes, para ello, tenemos que aclara dichos modelo ésta inscrito dentro de la tradición cognitiva, como vamos a ver a continuación.

En realidad el enfoque cognitivo está también presente en el enfoque de McGuire y en las dos teorías a exponer a continuación, y la focalización casi exclusiva en los procesos de orden mental que ocurren en la persuasión son proverbiales en la psicología social.

La perspectiva de la respuesta cognitiva postula que siempre que un receptor recibe un mensaje persuasivo, éste lo va a comparar con sus sentimientos y actitudes previas respecto al tema en cuestión, generando respuestas cognitivas. Estos mensajes reinterpretados y autogenerados, y en especial su aspecto autoevaluativo y asociativo, son los que determinan el resultado final del mensaje persuasivo. Si los pensamientos van en la dirección indicada por el mensaje, habrá persuasión, no así si van en contra, donde puede incluso producirse un efecto boomerang. Entenderemos entonces que los receptores ya no son persuadidos por la fuente o el mensaje, sino más bien por sus propias respuestas ante lo que la fuente y el mensaje dicen (Peña, 2000).

Para esta perspectiva lo fundamental es determinar que factores y de que manera influyen sobre la cantidad de argumentos que el receptor genera, a favor o en contra, de lo propuesto por el mensaje.

Antes de pasar el modelo teórico en que se basa el presente estudio vamos a ver un primer modelo que considera al sujeto como un ente limitado en su capacidad para procesar información de manera rápida, por lo cual su juicio y la reinterpretación del mensaje se encuentra en función de reglas cognitivas que le permiten responder al medio de manera rápida y la mayoría de las veces eficientemente. El llamado Modelo Heurístico sistemático de Chaiken, 1980, considera que bajo ciertas circunstancias (normales) los sujetos pueden ser persuadidos sin la necesidad de pasar por toda la compleja serie de pasos que señalan los modelos anteriores.

Retomando este Modelo Heurístico sistemático y complementándolo con la consideración de que bajo ciertas circunstancias, los sujetos pueden tomarse el tiempo para pensar un mensaje y en ocasiones no, Petty y Cacioppo (1986) desarrollan el Modelo de probabilidad de elaboración, que describe las condiciones que determinan la forma en que el sujeto va a analizar el mensaje, permitiéndonos comprender como se gesta el proceso persuasivo en la mente de las personas.

2.3.6 EL MODELO HEURISTICO (Heuristic-Systematic Model, HSM)

Hemos visto que los modelos anteriores presuponen que para que un mensaje persuasivo sea eficaz, el receptor debe implicarse activamente en el procesamiento cognitivo del mensaje. Deberá atenderlo, entenderlo, ver sus consecuencias para derivarlo a una aceptación, relacionarlo con sus conocimientos previos, etc. A pesar de esto tenemos conciencia de que muchas veces se nos persuade sin que nos demos cuenta, sin haber escudriñado el contenido del mensaje.

En ocasiones somos persuadidos porque seguimos reglas heurísticas de decisión, por lo que la persuasión no es tanto resultado del análisis de validez del mensaje, sino de alguna señal o característica superficial del mensaje, como *la longitud o el número de argumentos que se dan*, o bien puede ser *la fuente que lo emite* (apelando a su atractivo o experiencia), o de las *reacciones de los otros que reciben el mismo mensaje* (Chaiken, 1980).

Los heurísticos más frecuentes se basan en la experiencia de la fuente: "Los que saben de motores ocupan Aceite X" (con Eliseo Salazar, corredor de autos, hablando de las bondades del producto). También está el heurístico de semejanza ("Toda la gente *cool* (buena onda) usa Levi's"); el de consenso ("Si la gente vota por él es porque es una buena persona"); o en el número y longitud de los argumentos ("Con tanto que decir, debe tener un sólido conocimiento"). También existe otros heurísticos más específicos como "las estadísticas no mienten", "los que me caen bien tienen las opiniones más interesantes", etc. (Peña, 2000).

Este *Modelo Heurístico* o Modelo sistemático de heurística (Heuristic-Systematic Model, HSM) propuesto por Chaiken y que da cuenta de la posibilidad de que los mensajes persuasivos pueden ser analizados de manera económica y con ello tener efecto, en otras palabras, no es indispensable pasar por cada uno de los pasos señalados por McGuire para lograr un cambio de actitud, aunque si cabe aclarar que las características de la actitud lograda son mas bien de corto plazo y no son tan fuertes tampoco.

El modelo Heurístico se basa en reglas mentales empíricas que nos permiten tomar decisiones de manera rápida y eficiente, de ahí que se diga que es una forma económica de procesar la información, pues en

lugar de analizar los argumentos y sus implicaciones se deja llevar por "señales" o indicadores superficiales propios del proceso de comunicación, como pueden ser el atractivo o experiencia de la fuente, la cantidad de argumentos o longitud del mensaje (Tesser y Shafer, 1990); El receptor puede favorecer algunos otros heurísticas como por ejemplo, puede aceptar mas fácilmente los argumentos de una persona con quien encuentra semejanzas. Por supuesto que el contexto también interviene, pues por ejemplo en una discusión mas o menos formal, argumentos que se sustenten en datos estadísticos pueden generar una aceptación económica de la persuasión. Finalmente el canal es otro importante factor en la heurística, por ejemplo, aquella consigna celebre de "si lo dicen en la televisión debe de ser cierto". Con todo la mayoría de las reglas heurísticas dependen de la fuente o el mensaje

Ahora bien, tampoco podemos afirmar que en todos los casos utilizamos heurísticos, hay ocasiones que es necesario realizar un trabajo cognitivo mas amplio, por ello es necesario establecer las condiciones necesarias donde el sujeto se vale de dichas reglas:

- a. baja motivación.
- b. baja capacidad para comprender el mensaje: por experticia, capacidad intelectual, etc.
- c. alta prominencia de la regla heurística en la situación: como el uso del discurso de "los datos no mienten" en discusiones científicas o que exijan el uso de la razón por sobre los sentimientos y no en el caso de discusiones amorosas y
- d. los elementos externos al propio mensaje son muy llamativos, o sea, una fuente que llame poderosamente la atención del receptor.

2.4 EL MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACIÓN (Elaboración Likelihood Model –ELM-)

Como ya se ha mencionado, el presente modelo es la base teórica del presente estudio, por lo cual vamos a hacer una revisión amplia de los conceptos, implicaciones, postulados y variables.

¿Cómo se da el yielding en el proceso de persuasión?, ¿por qué algunas personas cambian sus actitudes en unos casos y en otros no?, están son las preguntas que trata de responder el modelo propuesto por Petty y Cacioppo (1986), mediante una síntesis de la investigación hecha en el campo de las actitudes, de manera elegante retoma y pone en el centro de su conceptualización los modelos antes presentados, los modifica y complementa en el llamado Modelo de Probabilidad de Elaboración (ELM de ahora en adelante).

El modelo ELM pretende ser un enfoque crítico e integrativo , proponiendo que al recibir el receptor el mensaje, éste puede ser analizado tanto de forma racional como de forma automática, o sea, guiada por la evaluación sistemática o por algún heurístico.

Pensando en términos de mercadotecnia, lo que el modelo se pregunta es ¿Realmente nos preocupamos de los productos que se nos anuncian?, si no es así, indudablemente el "atractivo" de un comunicador(a) nos podría embaucar. Pero al involucrar asuntos importantes de nuestra vida¹⁵, tendemos a "observar reflexivamente y elaborar en los méritos centrales de los mensajes que recibimos". Si nuestras observaciones son positivas, nuestras actitudes cambiarán en una dirección positiva. De cualquier forma, es nuestra *respuesta cognitiva* al mensaje lo que cambia las actitudes; mientras más elaboramos o pensamos

¹⁵ Y como veremos mas adelante si también contamos con capacidad de procesar

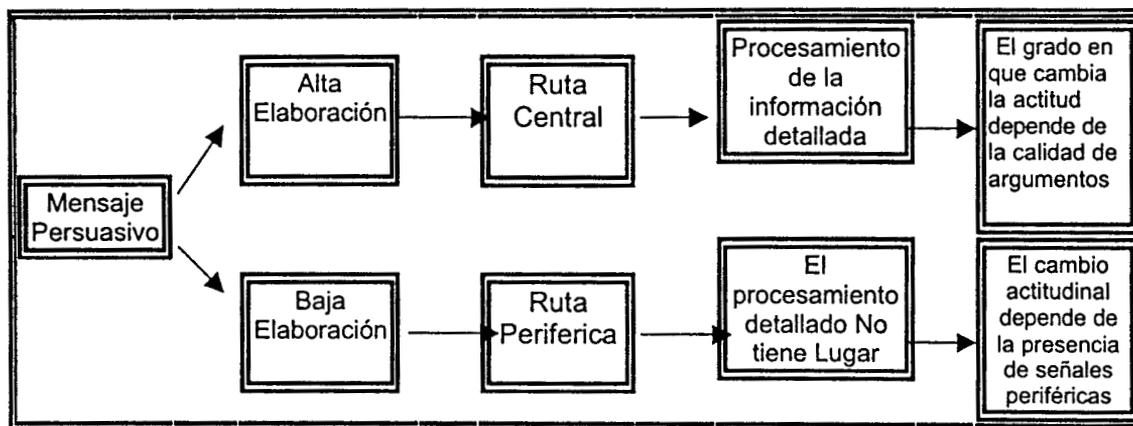
acerca de los mensajes persuasivos, mayor será la probabilidad que este nos afecte (Petty y Cacioppo, 1986), en otras palabras la persuasión es producto de la capacidad del sujeto para recibir el mensaje, esto solo es posible bajo dos condiciones específicas: *La motivación y la capacidad de elaboración* (comprender el mensaje, Petty y Cacioppo, 1986), como podemos ver son estas variables las que determinan si el sujeto usa un heurístico (como en el caso del HSM) o si por el contrario inicia un amplio proceso de análisis que cambie la estructura cognitiva del sujeto (de manera similar a lo que trata de explicar el modelo de matriz de McGuire), pero además, también incorpora elementos presentes en la investigación sobre actitudes y que son ajenos a estos modelos, así, por ejemplo, en condiciones de baja motivación y/o capacidad de elaboración, los sujetos pueden dejarse llevar por reglas heurísticas, por identificación o por condicionamiento clásico (refuerzos positivos o negativos) en otras palabras por todo aquello que no este basado en el pensamiento relevante del problema. A esta vía no elaborativa que el sujeto utiliza ante el mensaje persuasivo, se le llama **ruta periférica** hacia la persuasión (Petty y Cacioppo, 1986).

Por el contrario, si el sujeto está motivado y/o cuenta con la capacidad de reflexionar sobre los argumentos y elementos implícitos del mensaje, se dice que el sujeto *Elabora*. Este termino (elaboration) señala hasta que punto una persona piensa en los argumentos relevantes al problema, es decir, el termino alude al pensamiento o análisis sin ser sinónimo de estos.

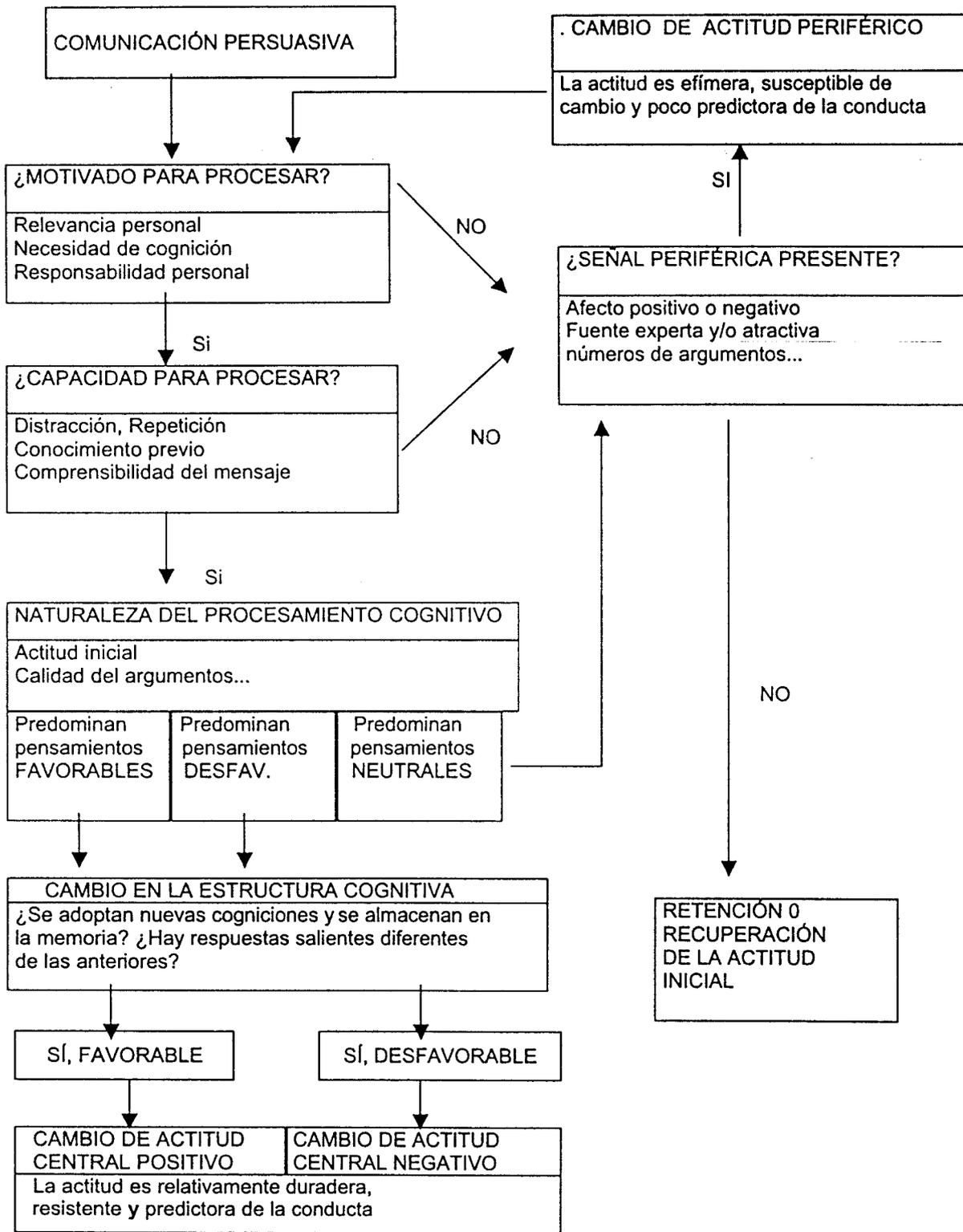
La elaboración que se hace sobre el mensaje busca, como en el caso de la matriz de McGuire, la aceptación del mensaje, su recuperación y de manera subsiguiente ser un predictor de la conducta, pero además incorpora múltiples factores provenientes de otras teorías y modelos, generando variables propias y muy específicas que nos permiten comprender bajo que condiciones el sujeto acepta o no el mensaje, generando pensamientos favorables o desfavorables que refuerzan el contenido esquemático previo o lo cambian de manera que se reformule, de acuerdo al nivel de cambio que logre el mensaje. Esta vía o ruta de persuasión, es la llamada **ruta central** (Petty y Cacioppo, 1986).

El esquema 8 nos muestra una versión sintetica de las diferentes rutas que puede tomar un mensaje persuasivo, dependiendo de la motivación y/o capacidad de elaboración del receptor.

Esquema 8: Rutas del modelo de probabilidad de Elaboración



Fuente: Baron 1998



Esquema 9: Descripción esquemática de el Modelo de Probabilidad de Elaboración (Fuente: Petty y Cacioppo, 1986)

En el esquema 9 se muestra el modelo completo propuesto por Petty y Cacioppo (1986), donde se puede apreciar la complejidad de los elementos que intervienen, las condiciones, variables y por supuesto las rutas que puede tomar un mensaje persuasivo, así como los cambios a nivel cognitivo que se generan.

Posteriormente, para comprender el funcionamiento del modelo, vamos a estudiar los postulados que definen las características propias del modelo para finalizar analizando el comportamiento de las distintas variables funcionales que se han estudiado funcionan dentro del modelo e intervienen en el proceso de comunicación persuasiva

2.4.1 POSTULADOS DEL ELM

POSTULADO 1: LOS SUJETOS BUSCAN TENER ACTITUDES CORRECTAS

Este es el primer y más importante postulado del modelo de probabilidad de elaboración y está basado en una sentencia de Festinger (1950, en Petty y Cacioppo, 1986): *Las personas están motivadas para sostener actitudes correctas.*

De acuerdo con la teoría de la exposición selectiva según las personas buscan información que refuerza sus creencias previas y de ella podemos desprender:

- Los sujetos buscan selectivamente información que refuerza sus creencias.
- Esto quiere decir que los sujetos tienen creencias, sentimientos y conductas y las utilizan como patrón de referencia, de ahí que se considera que sean correctas.
- Otro elemento que se desprende de esta sentencia es que dada esta percepción de la realidad el sujeto tratará de ser consistente con lo que considera "bueno", es decir, actuando de acuerdo a lo que es correcto y evitando hacer lo que considera malo,
- finalmente podemos afirmar que dado que los sujetos se van a encontrar con información contraria a sus creencias previas, los sujetos evalúan la información como correcta (buena) o no- correcta (mala) y prefieren la primera sobre la segunda.

POSTULADO 2: VARIACIONES EN LA ELABORACIÓN

La cantidad y naturaleza de la elaboración relevante para el tema que la gente desea o es capaz de emplear para evaluar un mensaje, varía de acuerdo a factores individuales, a pesar de su deseo de sostener actitudes correctas (Petty y Cacioppo, 1986).

Aunque las personas quieren mantener actitudes correctas, la cantidad y naturaleza de la elaboración ante problemas relevantes, es dependiente de la motivación y capacidad para evaluar un mensaje y varía de acuerdo a factores individuales (Petty y Cacioppo, 1986).

Elaboración implica la en que una persona piensa en los argumentos de un mensaje Como mencionamos en la introducción hacia el modelo, dos son las condiciones que determinan si un mensaje se elabora o no:

- Motivación
- Capacidad para evaluar un mensaje

Entonces podemos afirmar que en condiciones de motivación y capacidad de evaluar un mensaje, existe mayor probabilidad de elaboración alta, lo que significa que es probable que la gente atienda a la apelación, que intente acceder a asociaciones, imágenes y experiencias importantes en la memoria; que con

base en su análisis extraiga inferencias acerca de los méritos de los argumentos y consecuentemente derive en una evaluación general de la recomendación o de la actitud hacia ella.

Con baja motivación o capacidad para procesar la información, el sujeto que esta en busca de actitudes correctas se deja guiar con asociaciones que considera correctas o deseables hacia el objeto, persona, o características del mensaje, en otras palabras existe una baja probabilidad de elaboración. Es decir, en la medida en que se posee una cantidad limitada de tiempo y capacidad para procesar la información es mas conveniente y adaptativo guiarse por una "análisis" superficiales o heurística.

Obsérvese que tanto en las condiciones de alta como de baja probabilidad de elaboración se menciona que existe un análisis de la información, en el primer caso es exhaustivo y en el segundo superficial, esto se debe a que podemos considerar la cantidad de elaboración que recibe un mensaje como un continuo que va de no pensar en la información relevante presentada, hasta la elaboración completa de cada argumento y la integración completa de estas elaboraciones en el esquema actitudinal de la persona.

Muchas teorías sobre actitud y cambio de actitud pueden colocarse a lo largo de este continuo. Tomando como ejemplo aquellas teorías reseñadas a lo largo del capítulo, podemos colocar en el extremo de alta elaboración la teoría de la acción razonada de Fishbein y Ajzen y el modelo persuasivo de McGuire. Ambas asumen que la gente intenta evaluar cuidadosamente (aunque no siempre con éxito) la información que se presenta en el mensaje e integrarla en una posición coherente.

Otras teorías se centran en los procesos afectivos que influyen en las actitudes o en la forma en que la gente emplea reglas o inferencias para juzgar sus propias actitudes o la aceptación de una posición actitudinal. Ejemplo de esto son las teorías de condicionamiento clásico y exposición directa (Zanjon, 1980) que describen el cambio en las evaluaciones de los objetos como resultado de procesos afectivos y asociativos, en otras palabras, las actitudes pueden cambiar si el objeto de actitud se asocia con una clave positiva o negativa o bien se aparea continuamente una clave débil con el objeto de actitud (Petty y Cacioppo, 1986).

Si no se presenta claves afectivas fuertes, aún es posible que la gente se forme una actitud "correcta" (siguiendo el postulado 1) sin apoyarse en el escrutinio de los argumentos, confiando en reglas de persuasión o inferencias simples o relativamente complejas. Por ejemplo, el modelo heurístico sistemático (Chaiken, 1980) y el modelo del proceso actitud- comportamiento de Fazio, muestran como los mensajes son contrastados con la posición inicial del sujeto y son rechazados si parecen demasiado discrepantes, pero serán asimilados y aceptados si parecen estar cercanos a la posición de la persona. En estos casos las inferencias se basan en claves como la discrepancia con el mensaje, la propia conducta y las características de la fuente del mensaje.

Este continuo de elaboración del mensaje que va de ninguna elaboración a la mas completa puede también considerarse como dos rutas a la persuasión cualitativamente distintas:

- La *ruta central* opera cuando la motivación y la habilidad para examinar los argumentos relevantes al objeto actitudinal es relativamente alta
- La *ruta periférica* opera cuando la motivación, la habilidad o ambas, son relativamente bajas y las actitudes estarán determinadas por claves positivas o negativas existentes en el contexto persuasivo, claves que estarán directamente asociadas con la posición del mensaje o bien permitir una inferencia simple para validarlo (Petty y Cacioppo, 1986).

POSTULADO 3: ARGUMENTOS, CLAVES Y ELABORACIÓN

Las variables pueden afectar la cantidad y dirección de cambio de actitud por:

- a) *Servir como argumentos persuasivos*
- b) *Por que sirven como señales periféricas, y/o*
- c) *Porque afectan la magnitud o dirección del problema y la elaboración del argumento*
(Petty y Cacioppo, 1986)

Ese postulado nos lleva al centro de nuestro problema, ¿qué necesita un mensaje para ser persuasivo?

a) Argumentos:

De acuerdo al modelo de probabilidad de elaboración, una forma de influir en la actitud es la variación de los argumentos en el mensaje persuasivo (Petty y Cacioppo, 1986), en otras palabras es la cualidad del mensaje lo que provoca la persuasión. Esta afirmación, aunque no niega el amplio trabajo realizado en función del receptor, la fuente, el contexto, etc., si representa una nueva manera de conceptualizar las cosas¹⁶.

De acuerdo al tipo argumentos contenidos en el mensaje, estos pueden clasificarse en :

- Los Mensajes "fuertes" (strong message): contiene argumentos cuyo carácter y contenido le permiten a los sujetos pensar de manera favorable hacia un objeto que sería el foco de la actitud.
- Los Mensaje "débil" (weak message): tienen argumentos cuyo carácter y contenido no favorece el análisis profundo del objeto de actitud, de ahí que se le podía considerar contrario a la actitud dominante, de no ser por el hecho de que puede contener claves afectivas o de sentido común que pueden actuar como *claves* y con ello afectar en la actitud resultante.

b) Claves periféricas

La otra posibilidad es que en ausencia de un procesamiento de los argumentos del mensaje, los sujetos se dejen seducir por señales que son propias del contexto de persuasión. Algunas claves afectan porque disparan estados afectivos que estuvieran asociados al objeto de actitud; Estímulos reforzadores y castigantes se han mostrado efectivos en este sentido. Otras claves funcionan por que invocan reglas guía o inferencias. Por ejemplo, es posible ver el efecto de las claves en los experimentos basados en el prestigio de la fuente, esto es, una fuente prestigiada que carente de un grupo de argumentos persuasivos fuertes (incluso de cualquier argumento), puede lograr un cambio en la actitud de los sujetos (Petty y Cacioppo, 1986).

c) Efecto en la elaboración:

La tercera forma en que una variable puede afectar la persuasión es determinar la dirección del procesamiento del mensaje. Las variables pueden afectar el procesamiento del argumento de dos formas:

Procesamiento relativamente objetivo: en éste, la variable de tratamiento motiva o inhibe al sujeto para ver la fuerza de los argumentos convincentes y los defectos de los argumentos aparentemente plausibles. Aquí la elaboración es relativamente imparcial y dirigida por los datos.

Procesamiento relativamente sesgado: La variable de tratamiento, motiva o permite al sujeto generar una clase de pensamiento en respuesta al mensaje, o bien, inhibir un tipo particular de pensamiento. Por

¹⁶ En investigaciones posteriores, Beker y Petty llega a afirmar que el estudio de la influencia minoritaria puede comprenderse a través de la utilización del ELM, Para ello considera que no es propiamente la condición de ser minoría,

ejemplo, en este tipo de procesamiento, la elaboración puede estar guiada por esquema actitudinal relevante que guíe el procesamiento y así mantener o fortalecer el propio esquema¹⁷.

Es importante hacer notar que el cambio de actitud elicit respuesta de tres tipos solamente: Pensamientos favorables (positivos), desfavorables (negativos) o neutrales (Petty y Cacioppo, 1986).

POSTULADO 4: LA ELABORACIÓN OBJETIVA

Este postulado plantea lo siguiente: *afectar la motivación y/o habilidad para procesar un mensaje en forma relativamente objetiva mejora o reduce el escrutinio del argumento.*

Cuando la motivación o habilidad para procesar los argumentos relevantes son bajos, entonces los sujetos diferenciarán poco los argumentos fuertes de los débiles.

Cuando una manipulación incrementa el procesamiento del argumento hacia una forma relativamente objetiva, entonces los sujetos deben diferenciar más los argumentos fuertes de los débiles, en suma, un mensaje con una argumentación fuerte produce más cambio cuando se escudriña cuidadosamente. un mensaje con argumentos débiles producirá menos cambio cuando el escrutinio es mas bien alto que cuando es bajo. Esto quiere decir que la manipulación de la cualidad del argumento junto con alguna otra variable, permite establecer si la variable incrementa o reduce el procesamiento del argumento. Si la variable lo incrementa, entonces las actitudes y pensamientos estarán más polarizados cuando la variable esté presente; pero si la variable lo reduce entonces actitudes y pensamientos estarán menos polarizados. Es decir, las variables afectan la persuasión al afectar la cantidad de procesamiento de los argumentos (Petty y Cacioppo, 1986).

Las variables estudiadas por Petty y Cacioppo, son distracción, repetición, involucramiento o relevancia personal y necesidad de cognición, y serán revisadas en el siguiente apartado.

Ahora bien, ¿cuales son las variables que permiten al sujeto estar motivado o no y cuales son las variables que le permiten procesar un mensaje o no, para de esa manera ver en que casos esta haciendo un escrutinio del mensaje?

Existen una amplia gama de posibilidades al respecto, es decir, es posible introducir diferentes variables, pero vamos a mencionar las principales variables que han sido validadas experimentalmente y que podemos considerar como las condiciones que aumentan o reducen el escrutinio. Las personas organizan su información en esquemas. Dicha información es retomada cuando un mensaje persuasivo es analizado.

- En general cuando el conocimiento anterior es bajo, entonces el sujeto se deja llevar por el contexto como fuente de influencia.

Los experimentos muestran que bajo condiciones de bajo conocimiento anterior y cuando la información es consecuente (favorable) con el conocimiento anterior, entonces tanto los mensajes débiles como fuertes

sino la forma y los temas que esta expresa, en otras palabras, el elemento central de la influencia minoritaria esta siempre en el mensaje de las minorias y como lo expresa y no en su condición propia de grupo. (Ver Beker y Petty, 1994)

¹⁷ Para probar lo anterior es importante evaluar cuánto procesamiento del mensaje se efectúa, es decir, cuánta actividad cognitiva o esfuerzo dedica el sujeto a pensar en el tema relevante y cuáles variables afectan la elaboración. El método mas simple y mas utilizado para lograr este fin, consiste preguntar a la gente cuánto esfuerzo le costó el procesamiento del mensaje o bien cuánto pensamiento produjeron acerca de la posición defendida (Petty y Cacioppo, 1986).

tienen mayores efectos que cuando el conocimiento anterior es alto. Esto quiere decir que a mayor conocimiento previo menor oportunidad de cambio, pues hay mayor defensa de las actitudes previas.

También se comparo el largo de los mensajes con las variables antes mencionadas, encontrando resultados similares. Para medir esta variable se pregunta a los sujetos diferentes tópicos sobre un tema, posteriormente (2 semanas después) se dividen entre los que mas y menos conocen sobre el tema y se aplica el tratamiento. Los siguientes postulados, podríamos decir que confirman las ideas ya presentadas, dándoles un carácter más formal al modelo

POSTULADO 5: LA ELABORACIÓN CONTRA LAS CLAVES PERIFÉRICAS

Cuando la motivación y/o habilidad de procesar argumentos disminuye, las señales periféricas se vuelven determinantes más importantes de persuasión. Recíprocamente, cuando el escrutinio de los argumentos aumenta, señales periféricas se vuelven determinantes menos importantes de persuasión (Petty y Cacioppo, 1986).

La proposición anterior es la respuesta que los autores dan a la pregunta ¿qué pasa con la persuasión cuando la motivación y/o habilidad del mensaje para examinar el mensaje son bajas?, la respuesta es que si un argumento no pasa por un amplio análisis, entonces su vía de tratamiento son las señales periféricas. Al mismo tiempo quedan sentadas las bases formales que determinan que tipo de vía sigue un mensaje persuasivo.

El procesamiento de los argumentos en relación a las claves, puede estudiarse a través de elementos contenidos en la fuente o en el mensaje.

A. Claves relativas a la fuente:

La expertez de la fuente puede ser una clave periférica que permite la evaluación de la posición apoyada sin que haya necesidad de considerar la argumentación relevante al tema en cuestión. La fuente es un determinante más importante de la actitud de los sujetos con baja relevancia personal. Es decir, en condiciones de baja relevancia personal, incrementar la expertez de la fuente aumenta la actitud del mensaje a pesar de la calidad del mensaje; cuando la relevancia personal es alta, la expertez de la fuente no tiene impacto sobre las actitudes y sólo la calidad del argumento es importante. Estos mismo preceptos operan en la relación de la clave simpatía- atractivo de la fuente.

B. Claves relativas al mensaje.

Para el ELM el mensaje puede servir como clave periférica, afectando el procesamiento de la información y la persuasión. En general, el incremento del número de argumentos en el mensaje es una forma efectiva de aumentar la persuasión, se asume que la gente, al disponer de más argumentos podía integrar, e incluso generar, más creencias favorables al tema. Esto se encuentra mediado por variables de motivación y/o habilidad para procesar la información, así por ejemplo, la cantidad de argumentos sirve como clave cuando se trata de una cuestión que posee poca relevancia y la calidad del argumento es más importante es más importante en situaciones de alta relevancia.

POSTULADO 6: SESGO EN LA ELABORACIÓN

Hasta aquí se ha considerado que las variables modulan la vía de persuasión al aumentar o disminuir la motivación y/o habilidad de la persona para procesar, en forma relativamente objetiva, pero retomando el apartado c del postulado 3, es posible que exista elaboración sesgada, es decir, que no se realice de manera objetiva, de ahí se establece que:

Las variables que afectan el procesamiento del mensaje en forma relativamente sesgada, pueden producir sesgos – motivacionales y/o de habilidad – positivos o negativos (favorables o desfavorables) en los pensamientos relevantes provocados por el tema (Petty y Cacioppo, 1986).

En otras palabras, puede ocurrir, que a pesar de la intervención de las variables que modifican la cantidad de elaboración sobre los mensajes, puede ocurrir que el cambio de actitud este mediado por otros elementos, por ejemplo la actitud inicial de la persona, puede ser el esquema mas importante que guíe el procesamiento. Esto también quiere decir, que el sujeto puede estar motivado para generar un tipo de pensamientos, con frecuencia en defensa de su actitud inicial. Por ejemplo, una persona que está realmente motivada para contra- argumentar, y no solo descalificar la defensa de la posición contenida en la comunicación, ve facilitada su tarea en presencia de argumentos débiles.

Vamos ahora a considerar las variables que afectan el procesamiento de la información en forma relativamente sesgada, tanto en su efecto con el procesamiento como con la operación de las claves periféricas.

A. Conocimiento anterior

Una de las variables mas importantes que afectan el procesamiento de la información es la medida en que una persona tiene organizada su estructura de conocimiento de un tema en cuestión en un esquema cognitivo. En general, el procesamiento impulsado por el esquema tiende a ser sesgado, de tal manera que contribuye a la permanencia del esquema- guía. Así, entre más conocimiento relevante a la cuestión tiene la gente, más tiende la gente a contra- argumentar las comunicaciones opuestas a su posición inicial y a apoyar cognitivamente los mensajes congruentes .

I. Efectos sobre el procesamiento del mensaje

En general, si un mensaje es inconsistente con la posición inicial de la persona puede esperarse que el conocimiento previo aumente la habilidad de la persona para contra- argumentar el mensaje. Los sujetos con conocimiento previo alto cambian menos en dirección al mensaje que los sujetos con bajo conocimiento y elaboran más contra- argumentos (Petty y Cacioppo, 1986).

II. Efectos sobre las claves periférica

Es más probable que simples claves o reglas de decisión afecten la susceptibilidad a la influencia cuando el conocimiento anterior es bajo y no alto.

B. Advertencias .

La advertencia (aviso a los sujetos del tema del mensaje o aviso del intento de persuasión) es una variable que aumenta la motivación para procesar en forma sesgada los argumentos del mensaje.

De acuerdo al ELM, cuando la motivación (por ejemplo la relevancia personal) y/o la habilidad (conocimiento previo, por ejemplo) para pensar en el tema son bajo, las advertencias deben aumentar la prominencia de las claves, en situaciones que son capaces de producir cambio de actitud sin que se requiera pensar en el tema relevante. (Petty y Cacioppo, 1986).

Existen tres formas en que la advertencia o aviso del intento persuasivo puede inducir resistencia:

- I. La persona no considera el mensaje, solo el efecto de la clave
- II. La persona examina cuidadosamente los argumentos del mensaje y si son débiles provocar resistencia (no así, cuando los argumentos son fuertes).
- III. La advertencia puede motivar a contra-argumentar activamente el mensaje recurriendo al conocimiento previo.

POSTULADO 7: CONSECUENCIAS DE LA ELABORACIÓN

El cambio de actitud resultante del procesamiento de argumentos relevantes al asunto en cuestión (ruta central) mostrará mayor persistencia temporal, mejor predicción de conducta y mayor resistencia a la contra-persuasión que el cambio de actitud resultante de claves periféricas.

2.4.2 VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA MOTIVACIÓN PARA PROCESAR

RELEVANCIA PERSONAL

Esta variable afecta directamente la motivación de los sujetos a procesar los aspectos importantes del argumento presentado, por que a mayor implicación personal, los sujetos están mas motivados para hacer el trabajo cognitivo necesario para evaluar los meritos de una propuesta.

La relevancia personal a su vez, depende del involucramiento del sujeto para con el objeto.

- En general se espera que con baja implicación, es decir, cuando los sujetos consideran que el problema de la comunicación es poco relevante, los receptores deberían confiar en señales periféricas para evaluar la posición defendida por el comunicador.
- Por el contrario en casos de alta implicación, los receptores deberían estar motivados para apreciar la validez de la posición defendida, evaluando críticamente los argumentos contenidos en el mensaje, en otras palabras aumentando el escrutinio.

El ejemplo de manipulación clásico es un mensaje sobre la intervención de la policía en el campus universitario de otra universidad (baja relevancia personal) y en el propio (alta relevancia personal).

En una primera versión del estudio, el mensaje fuerte es pro- actitudinal y el débil es contra-actitudinal, como es de esperarse a mayor fuerza de los argumentos, mayor persuasión, a menor fuerza menor persuasión.

En una segunda versión, ambos mensajes eran contra-actitudinales y versaban sobre una comunicación discrepante, en este caso la defensa del establecimiento de exámenes comprensivos en el ultimo curso. para este caso se hicieron argumentos fuertes y débiles variando la cantidad de los argumentos, siendo mayor para los mensajes fuertes. También se manipulo la atribución hacia la fuente, considerando a una fuente de alta pericia a "una comisión de educación superior" y una clase de un instituto de clase media fue la fuente de baja pericia. Con relación a este asunto, el resultado es similar: a mayor fuerza del argumento mayor persuasión de este. En estudios posteriores se repitió la experiencia, pero en este caso el mensaje se daba por escrito y se mostraba la foto de la supuesta fuente, en un caso era una persona famosa y en otra dos clásicos ciudadanos de los Ángeles.

En general se considera que:

- en condiciones de *baja relevancia*; La tendencia de argumentos fuertes y débiles incrementa la persuasión con un alta expertez de la fuente
- en condiciones de *alta relevancia*; siempre es mayor la persuasión con argumentos fuertes y *ligeramente superior* si la fuente es experta
- Lo mismo pasa cuando la fuente (mostrada en fotografía) es famosa o representa a ciudadanos californianos comunes (Petty, Cacioppo, y Schuman (1983), en Petty y Cacioppo, 1986).

En relación con el numero de argumentos, se establece que:

- en condiciones de *baja relevancia*: ambos, mensajes fuertes y débiles tienen mejores efectos cuando aumenta el numero de argumentos, con la característica particular de que al combinar argumentos débiles y fuertes se logra mayor persuasión

NECESIDAD DE COGNICIÓN

Así como existen factores situacionales que influyen la probabilidad de que el individuo considere y elabore los argumentos proporcionados en un mensaje, también debe haber factores individuales que gobiernen el procesamiento del mensaje e indirectamente la persuasión.

Ya en 1955, Cohen, Stotland y Wolfe planteaban la "necesidad de cognición" como la necesidad de estructurar las situaciones relevantes en forma integra y significativa. Se trata de una necesidad de entender y hacer razonable el mundo de la experiencia. Se establecía que gente con alta necesidad de cognición hacía juicios más discriminativos y estaba más motivada para considerar las comunicaciones persuasivas.

Petty y Cacioppo desarrollaron un instrumento para evaluar este constructo la Escala de necesidad de persuasión (Cacioppo, 1984 y Cacioppo, 1996) con el objetivo de distinguir a los individuos con disposición para comprender y disfrutar actividades analíticamente complicadas. Sus resultados indican que los individuos con necesidad cognitiva alta incluso disfrutaban de tareas cognitivas que demandan esfuerzo, aún en ausencia de realimentación acerca de la ejecución; Se encuentra que hay en ellos una preferencia hacia las tareas complejas a diferencia de individuos con necesidad de cognición baja, quienes prefieren tareas cognitivas simples. También se encontró que incluso en situaciones de responsabilidad compartida, los individuos con alta necesidad de cognición, no eran sensibles a la "Holgazanería social" (Petty y Cacioppo, 1986)

Respecto a la relación con la persuasión, se supone que si la gente con necesidad de cognición alta tiende a comprometerse y disfrutar del esfuerzo cognitivo, es probable que evalúen los mensajes por medio del examen y elaboración de los argumentos que contenga. En este sentido se ha encontrado una correlación positiva y alta entre la evaluación del argumento y la opinión en individuos con necesidad cognitiva alta.

RESPONSABILIDAD PERSONAL

La responsabilidad personal se mide con preguntas que tienen que ver sobre la participación del grupo donde está inmerso el sujeto y de su participación personal (si los estudiantes hicieran..., si Tu hicieras)

- los resultados en general muestran que a mayor responsabilidad mayor escrutinio del contenido del mensaje

2.4.3 VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA HABILIDAD PARA EVALUAR UN MENSAJE

DISTRACCIÓN

El impacto de la distracción depende de la respuesta cognitiva dominante elicitada por la comunicación.

- Para las comunicaciones que estimulan principalmente la contra-argumentación, la distracción debería incrementar la persuasión.
- Pero si las respuestas dominantes de una comunicación son respuestas favorables o concordantes, la distracción debería inhibir estas respuestas favorables y producir una disminución de la aceptación.

Al comparar la distracción con la calidad de los argumentos, los investigadores encontraron que:

- A mayor distracción con un argumento fuerte menor persuasión,
- Por el contrario a mayor distracción con un argumento débil mayor persuasión.

En un experimento (Petty y Cacioppo, 1986) manipularon la distracción haciendo que los sujetos registraran estímulos visuales mientras escuchaban un mensaje. El grado de distracción se varió mediante la cantidad de destellos luminosos que se presentaban en una pantalla, a menor cantidad de destellos menor distracción. Además existía una condición control donde solo se presentaba el mensaje.

La favorabilidad de las respuestas cognitivas dependía de la contra-argumentalidad del mensaje, es decir, un argumento fuerte era aquel que contenía argumentos favorables o poco contra-argumentales, por el contrario, un mensaje fácil tenía una mayor cantidad de mensajes contra-actitudinales.

Los resultados apoyaron sus predicciones y estas fueron reforzadas por informes retrospectivos de los sujetos sobre sus pensamientos mientras escuchaban la comunicación.

Esta variable particularmente nos presenta cierto interés, pues como vemos en condiciones de distracción, mensajes contra-actitudinales tienen mayor efecto, al respecto podemos pensar que si antes la pena de muerte no era bien vista por la sociedad, algunos mensajes haciendo alusión a su viabilidad como arma contra la delincuencia podrían darse en condiciones de alta distracción, ¿en qué condiciones deberían los receptores estar para considerar que están distraídos? Teóricamente son 3:

- a) Si el mensaje no es interesante
- b) El comunicador tiene baja credibilidad y por tanto se le presta poca atención
- c) El tópico no es involucrante, es decir, es de poco interés para el receptor (Petty y Cacioppo, 1986).

REPETICIÓN

Esta es otra variable interesante, pues la manera de probar su efectividad es similar a los experimentos pioneros de la influencia minoritaria, particularmente a los que tienen que ver con el paradigma verde-azul, donde la consistencia era instrumentalizada mediante la repetición de una misma respuesta a un estímulo, guardando la distancia conceptual entre ambos paradigmas, podemos encontrar un paralelismo en los resultados, a mayor repetición, mayor persuasión de la fuente. La repetición también guarda una relación con la calidad de los argumentos, así:

- a mayor repetición con argumentos fuertes, mayor persuasión, pero con argumentos débiles decrece ésta.
- Se descubrió que un nivel "moderado" de distracción genera los mejores resultados. A su vez esta variable interactúa mejor si se combina con un alta necesidad de cognición

Para proporcionar una prueba de que la repetición moderada puede afectar la persuasión aumentando la oportunidad de escrutar argumentos de una manera relativamente objetiva, se hizo un estudio (Petty y cols 1981) en el que se expusieron estudiantes a un mensaje que defendía el hecho de que las personas por titularse en la universidad que asistía se les iba a exigir que presentaran un examen comprensivo en su área como un requisito para la graduación. Como muestran los trabajos sobre distracción (ver Petty y Cols, 1981, para una breve semblanza), la mitad de los sujetos escucharon un mensaje que contiene argumentos fuertes y la otra mitad escuchó un mensaje que contiene argumentos débiles. Además, la mitad de los sujetos oyó el mensaje una vez, y la mitad oyó el mensaje tres veces en sucesión. Un análisis de las actitudes de los sujetos posterior al mensaje hacia el problema del examen comprensivo revelaron una relación entre la calidad del mensaje y la interacción con la repetición. Los sujetos mostraron diferenciación actitudinal del mensaje fuerte a el de los argumentos débiles cuando el mensaje se presentó tres veces en lugar de simplemente una vez. En otros estudios (Petty y Cacioppo, 1986), se proporcionó una repetición conceptual y además se examinó el impacto tardío de la repetición del mensaje. En este estudio, se expusieron estudiantes a un mensaje fuerte o débil a favor de subir el precio de su periódico local. El mensaje se presentó a los sujetos con una cinta de audio de una entrevista telefónica con un residente local. El mensaje fuerte dio énfasis a los beneficios que recibirían con el aumento del precio y el mensaje débil dio énfasis a los beneficios que obtendrían las autoridades. Los sujetos fueron instruidos para evaluar la calidad legítima de las cintas, y el mensaje fue expuesto una ,dos, tres, o cinco veces en sucesión. Inmediatamente a la exposición los sujetos listaron sus pensamientos sobre las cintas y tasaron la calidad legítima. Después, de 8 a 14 días los individuos fueron contactados por un entrevistador quien los cuestiono sobre el experimento inicial. El segundo experimentador que era ciego a las respuestas de las condiciones experimentales iniciales, inquirió sobre un numero de cuestiones relativas a la comunidad , incluyendo las actitudes hacia aumentar el precio del papel local. Consistente con el estudio anterior, la calidad del mensaje estaba relacionada con la repetición.

De nuevo, los sujetos mostraron diferenciación de su cambio de actitudes hacia los argumentos fuertes en oposición con los argumentos débiles y en relación directa con el aumento de la repetición del mensaje (Petty y Cacioppo, 1986) .

Finalmente es necesario mencionar que los factores que facilitan a la repetición ser una variable que lleve a la persuasión, de acuerdo a la recopilación de información con estudios previos (Ver revisión en Petty y cacioppo, 1986) La repetición no induce a la reactancia cuando :

- Existen factores que intervienen en el contexto como pueden ser la complejidad del mensaje, su longitud o la rapidez con que es presentado, dependiendo de estas variables la repetición se modera, es decir, con estas factores la repetición no es excesiva, pero en su ausencia puede ser excesiva y por tanto llevar al tedio y la reactancia.

Esto quiere decir que la repetición sistemática de un mensaje como puede ser la consigna a votar por un candidato o para nuestro caso, el hecho de que se pida constantemente que se aplique la pena de muerte, puede tener efectos persuasivos, si dichos mensajes no son muy largos, no se dan de forma muy rápida, se dan en términos simples y su exposición no es exageradamente constante.

2.5 CONSIDERACIONES TEÓRICO- CONCEPTUALES

Finalmente podemos ver que el modelo de probabilidad de elaboración nos proporciona las condiciones, que un mensaje persuasivo debe cumplir para lograr su objetivo, persuadir a los sujetos.

Este conocimiento es de vital importancia para nuestro estudio, pues nos permite, a nivel teórica manejar la posibilidad por un lado de comprender el problema del aumento de una actitud favorable hacia la pena de muerte, pero mas importante aun, como poder crear mecanismos de intervención que defiendan la actitud de una disposición negativa a este hecho y en el caso correspondiente como contra- argumentar las actitudes de quienes están a favor.

¿Por qué nuestra sociedad tiene una cantidad de sujetos que están a favor de la pena de muerte?, podríamos pensar que esto se debe a que es un método eficaz, lo cual a reserva de no extendernos demasiado en este punto creemos no es posible, por el simple hecho de que no contamos con un sistema de justicia infalible. Entonces tal vez podríamos pensar que se debe a factores culturales, lo cual no nos dice mucho pues dentro de los factores culturales se mezclan muchas variables que entran en juego y que podrían hasta contradecirse. Buscamos un procesos psicológico que nos permita entender el porque de la actitud de estos sujetos, y consideramos que la respuesta esta en los mensajes persuasivos que recibimos diariamente y que pueden guiar la actitud de estos sujetos, pero si pensamos de esta forma, debemos preguntarnos ahora ¿la actitud de estos sujetos es debida a un proceso amplio de análisis y razonamiento de las causas e implicaciones de exigir esta medida?, consideramos que no es así, de ahí, la necesidad de corroborar estas ideas utilizando un modelo como el ELM que permitiría por un lado comprobar como se está generando esta actitud y al mismo tiempo proporcionarnos las herramientas conceptuales para llevar a la práctica intervenciones que prevengan esta actitud que no trae consigo beneficios a nuestra ya de por sí conflictiva sociedad.

Finalmente, se debe de considerar que este modelo ha sido desarrollado en Estados Unidos con gente de ese país, de acuerdo a los estudios transculturales, parece ser que la cultura es un poderoso moldeador de la conducta que puede, elicitar cierto tipo de conducta en vez de otro, para asegurarnos de que este efecto este tomado en cuenta vamos a analizar rápidamente los conceptos de colectivismo e individualismo.

2.5.1 INDIVIDUALISMO- COLECTIVISMO

Los constructos individualismo y colectivismo surgen con fuerza en la literatura tras la publicación del libro de Hofstede *Culture's consequences*. En él, se comprenden los polos de una misma dimensión de variación cultural, y representan *metas* o *valores* del trabajo que expresan la *(in)dependencia emocional de grupos, organizaciones u otros colectivos*. A pesar de su origen sociológico, fue sobre todo en la Psicología, específicamente entre aquellos dedicados a la investigación transcultural, donde más repercusión tuvo (Gouveia, 2000). Triandis representa el grupo de investigadores más directamente relacionados con el tema en cuestión; empezó su programa de investigación al comienzo de los 80 y sigue todavía en la actualidad (Kagitçibasi, 1997). Parece haber rescatado sus estudios de los años 70 sobre *tradición y modernidad* en el ámbito de la cultura subjetiva, y ajustado al nuevo paradigma de la Psicología Transcultural: *individualismo y colectivismo* (Gouveia, 2000).

En términos generales podemos definir al individualismo como Es una posición moral que absolutiza la prioridad del interés personal, privado, con respecto al interés interpersonal, colectivo o social. El aspecto positivo de esta orientación consiste en la afirmación de la libertad individual. El aspecto negativo se manifiesta en el egoísmo y el menosprecio de los intereses de los otros. Sin embargo, el individualismo absolutiza lo biológico en el ser humano, en detrimento de lo espiritual, lo social; pasa por alto o subestima la diferencia entre los conceptos "individuo" y "personalidad". La oposición entre el interés personal y el interés social no es insoluble ya que estos intereses coinciden en lo esencial, porque el interés social se realiza solamente a través de la actividad de los seres humanos concretos y no a través de entes sobrehumanos.

Dicho enfoque se ubica dentro de los acercamientos teóricos sobre la estructura de los valores, Triandis propone una estructura unidimensional para distinguir a las diversas culturas: Así pues las culturas individualistas se caracterizan por valorar la anatomía del individuo y su independencia emocional de los grupos sociales de pertenencia, mientras que las culturas colectivistas valoran la tradición heredada y la dependencia emocional de los endogrupos de los que forman parte ya que el individuo es un ser que adquiere sentido como parte de una colectividad (Ros y Gómez, 1997).

A su vez el colectivismo sería Perteneciente o relativo a cualquier agrupación de individuos. Doctrina, sistema social y movimiento político cuyos ideales son la comunidad de bienes y servicios y que pretenden transferir al Estado la distribución de la riqueza (Gouveia, 2000)..

Dada su riqueza conceptual y sus amplias repercusiones en distintas disciplinas Triandis (1988) propone delegar ambos términos (Colectivismo e individualismo) a la influencia de la cultura en la norma, ética y moral del individuo, y utilizar los conceptos Alocentrico e ideocentrico a la influencia cultural sobre la psicología del sujeto. Esta primera dimensión puede resumirse a través de cuatro aspectos básicos:

- 1) La definición del self como independiente o dependiente
- 2) La prioridad de metas personales frente a metas grupales
- 3) Énfasis en relaciones de intercambio antes que comunales
- 4) Predominio de las actitudes frente a las normas para explicar el comportamiento

El ideocentrismo implica por tanto una predominancia de los valores de autonomía e independencia de la persona frente a los grupos mientras que el Alocentrismo representa una predominancia del grupo frente a las necesidades e intereses personales (Ros y Gómez, 1997). Sin embargo como apunta Ros y Gómez (1997), los termino acuñados son los primeros.

El trabajo de Triandis señala que el individualismo esta conformado por 4 factores:

- a) Autoconfianza
- b) Competición
- c) Distancia emocional de los endogrupos
- d) Hedonismo

Mientras tanto el colectivismo esta conformado por tres factores:

- a) Interdependencia
- b) Integridad Familiar
- c) Sociabilidad

Triandis realiza una versión reducida de la escala INDCOL realizada por Hui en 1988 (ver Triandis, 1988) consta de 29 reactivos que se distribuyen en tres factores:

- 1) Confianza personal y competición
- 2) Preocupación por el endogrupo
- 3) Distancia del endogrupo -

La validación se realizó en universidades de EUA, Japón y Puerto Rico, los resultados demuestran que los norteamericanos son una cultura netamente individualista, todo lo contrario de la cultura japonesa, que sería el extremo opuesto, es decir una cultura colectivista. Por su parte los puertorriqueños (y según el mismo autor, en general las cultural Latinas) son en general colectivistas, pero en mucho menor medida que los japoneses (Triandis, 1988).

Por su parte, la postura teórica de Triandis, no es del todo aceptada, por considerarla insuficiente a la hora de explicar los verdaderos valores de las personas en este ámbito (Ros y Gómez, 1997), a pesar de ello Morales, López y Vega hicieron la traducción y validación de la escala para España (1992, ver Ros y Gómez, 1997). En vez de encontrar los tres factores que obtuvo Triandis en 1988, ellos obtienen cuatro factores:

- Autosuficiencia con búsqueda de éxito
- Interdependencia y ayuda mutua
- Autoatribución de los propios éxitos e interdependencia emocional con respecto al endogrupo
- Interdependencia en la elección de pareja y no aceptación de la responsabilidad en los fracasos de las personas del Endogrupo.

Precisamente esta escala es la que vamos a utilizar para medir el nivel de individualismo y colectivismo en la muestra.

227504

MÉTODO

"Je suis une chose qui pense"

"Cogito ergo sum"

Rene Descartes

3.1 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMAS

De acuerdo a una investigación previa (Correa Romero, Contreras- Ibáñez y Sánchez Cristóbal, 2000) se encontró que los jóvenes de entre 20 y 24 años tenían una actitud ligeramente favorable hacia la pena de muerte y se consideró que no existía una elaboración sobre el tema y las implicaciones de tener esta actitud. De ahí que posiblemente la actitud se deba, no a un amplio escrutinio de los argumentos que defienden la postura de la pena de muerte, sino al producto de una baja elaboración de los mensajes persuasivos y de señales periféricas que están actuando y al mismo tiempo guían la actitud de los sujetos. Esto quiere decir, que las personas estarían siendo objeto de una comunicación persuasiva a través de información, (argumentos u opiniones de personas altamente reconocidas) que debilitan los derechos humanos de otras personas, utilizando de pretexto los altos índices delictivos y desviando la atención de los problemas de fondo que fomentan la criminalidad.

Con base en estos datos y retomando algunas variables del modelo de probabilidad de elaboración la presente investigación se plantea las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Es la baja motivación para elaborar (analizar profundamente) de las personas en el tema de la pena de muerte una causa de su aceptación?
- ¿Cuál sería la actitud de los sujetos hacia la pena de muerte en condiciones de motivación para elaborar?
- ¿Pueden las claves periféricas llevar al cambio de actitud?
- ¿Cuál es el grado de necesidad de cognición de la población juvenil universitaria? y
- ¿Cómo afecta el nivel de la necesidad de cognición a la actitud hacia la pena de muerte?.
- ¿Cuál es tendencia de la población universitaria en cuanto al individualismo-colectivismo?
- ¿Afecta el individualismo el cambio de actitud?

3.2 HIPÓTESIS

Para responder a estas cuestiones se plantean las siguientes hipótesis de trabajo. La primera de ellas está basada en un estudio previo que se realizó con población muy similar en edad, de acuerdo a los datos obtenidos por Correa Romero, Contreras- Ibáñez y Sánchez Cristóbal (2000), las hipótesis son:

- 1) Existe una actitud ligeramente favorable hacia la pena de muerte en la población entre 19 y 24 años de la UAM- Iztapalapa.
- 2) Existen condiciones muy específicas, de baja motivación para elaborar los argumentos de un mensaje que propician la actitud favorable hacia la pena de muerte.
- 3) El cambio de actitud está mediado por las variables independientes: Relevancia personal, calidad del mensaje, la expertez de la fuente o la interacción entre dichas variables.

Por otra parte dado el Modelo de Probabilidad de Elaboración y tomando en cuenta la variable de Relevancia personal ante un mensaje persuasivo contrario a la actitud inicial tenemos que:

- a. Si existe un nivel bajo de relevancia personal, entonces el sujeto no hace distinción entre mensajes de alta y baja calidad.
- b. Cuando hay baja relevancia personal el sujeto tenderá a cambiar más su actitud cuando el mensaje persuasivo es enunciado por una fuente experta en el tema.
- c. Si por el contrario el nivel de Relevancia personal es alto, entonces un mensaje de alta calidad cambiará de manera significativa la actitud resultante.
- d. Cuando una comunicación persuasiva incluye argumentos de poca calidad, entonces la expertez de la fuente determina el cambio de actitud.
- e. Del ELM se desprende que el mayor nivel de cambio de actitud se logrará bajo las condiciones de alta calidad del mensaje dicho por una fuente experta en el tema.

Dado el nivel de estudios de la muestra experimental se espera encontrar un nivel considerable en la necesidad de cognición de los sujetos, lo cual puede afectar los resultados de las hipótesis anteriores, a menos que exista un nivel homogéneo en esta variable. A partir de esta idea podemos desprender cuatro hipótesis subsecuentes:

- 4) Si existe un alto nivel de necesidad de cognición entre los sujetos de la muestra, entonces el cambio de actitud puede ser resultado de ésta variable o de la interacción con las variables independientes.
- 5) Si existe un nivel bajo de necesidad de cognición, entonces el cambio de actitud se deba a las variables independientes o su interacción.
- 6) Si existe un bajo nivel de necesidad de cognición entre la muestra no se dará ningún cambio de actitud.
- 7) La tendencia de la muestra de estudiantes universitarios debe estar inclinada hacia el individualismo.
- 8) El individualismo afecta de alguna manera el cambio de actitud.

3.3 VARIABLES INDEPENDIENTES:

3.3.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

3.3.1.1 RELEVANCIA PERSONAL/ INVOLUCRAMIENTO

Se puede definir como "el nivel de importancia intrínseca que le otorga el sujeto al objeto" (Petty y Cacioppo, 1986), una definición alterna dice que son las "expectativas que los sujetos tienen sobre las consecuencias significativas que el objeto traería en su vida" (Petty y Cacioppo, 1984), en otras palabras y en términos coloquiales la idea es: "si el objeto de actitud se modifica, entonces también mi situación personal se modificará". Como se menciona en el capítulo anterior, al aumentar la relevancia personal aumenta también el escrutinio del mensaje.

3.3.1.2 CALIDAD DEL MENSAJE

Está dada por los argumentos que se presentan en el texto. Los argumentos pueden definirse como los pedazos (chunks) de información contenidos en una comunicación dirigida a una persona y que defiende los méritos de una posición determinada (Petty y Cacioppo, 1986).

De acuerdo a Petty y Cacioppo (1986) un argumento Fuerte (strong message) es aquel que permite razonar en torno al problema u objeto de actitud. Utiliza argumentos bien estructurados, con información abundante y ejemplos de índole científica como pueden ser el uso de datos estadísticos.

Por el contrario un argumento débil no fomenta el análisis del mensaje por que la información que maneja es escasa. Aun así puede influir en los receptores pues sus argumentos están basados en el sentido común y señales afectivas hacia el objeto o persona a quien se dirige la actitud.

3.3.1.3 EXPERTEZ DE LA FUENTE

Es el grado de renombre que tiene la fuente como una persona conocida y versada en el tema, de ahí se sigue que una fuente de alta expertez es aquella que de manera general se asume como un personaje conocido y que sabe sobre el tema. Por el contrario una fuente de baja expertez es una persona que no es conocida y/o que denota un bajo conocimiento en el tema. Es una variable que define el perfil, por lo menos en conocimiento de la persona que se supone emite el mensaje.

3.3.2 DEFINICIONES OPERACIONALES:

3.3.2.1 RELEVANCIA PERSONAL / INVOLUCRAMIENTO

Se pide el nombre de los sujetos y se les indica que el resultado de el estudio (que involucra sus respuestas) será tomada en cuenta para ser publicado en los más importantes diarios del país, esto para tener un nivel alto de relevancia personal.

En el caso contrario (baja relevancia personal) se les aclara de manera muy precisa que se trata de un estudio de opinión a nivel universitario.

3.3.2.2 CALIDAD DEL MENSAJE

La calidad del mensaje está dada por los argumentos fuertes y débiles contenidos en el mensaje A y B respectivamente (Ver Anexo 1).

3.3.1.3 EXPERTEZ DE LA FUENTE

La expertez de la fuente se da en dos sentidos: alta o baja. En el primer caso es un personaje que ocupa un alto y reconocido cargo público y en segundo una licenciada recién egresada de una universidad pública. Ver en el anexo 2, la Fuente A (Alta Expertez) y B (Baja Expertez).

3.4 COVARIABLES:

3.4.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL:

3.4.1.1 NECESIDAD DE COGNICIÓN

Es la disposición que tienen los sujetos para tener actividad analítica frente a problemas o situaciones (Petty y Cacioppo, 1983), esto quiere decir, que la necesidad de cognición es la disposición de los sujetos a comprender o resolver diversos problemas sin una motivación extra que el solo gusto de encontrar la solución o comprender dichas situaciones.

3.4.1.2 COLECTIVISMO- INDIVIDUALISMO

Esta variable permite expresar la organización de valores de la persona (1988). Así pues, el *individualismo* implica una predominancia de los valores de autonomía e independencia de la persona frente a los grupos. Por otro lado el *colectivismo* representa una predominancia del grupo frente a las necesidades e intereses personales.

3.4.2 DEFINICIONES OPERACIONALES:

3.4.2.1 NECESIDAD DE COGNICIÓN

Se midió con la versión reducida de la Escala de Necesidad de Cognición (Cacioppo, 1996) que permite distinguir a las personas con una disposición a resolver problemas de forma analítica de quien no gusta hacerlo. Esta versión reducida de la Escala de necesidad de cognición cuenta con 20 reactivos¹⁸. El criterio que distingue a los sujetos entre altos o bajos en necesidad de cognición esta dada por la media obtenida para cada grupo al que se aplica, el comportamiento de esta escala para la muestra se discute en la sección de resultados (Ver anexo 4).

3.4.2.2 COLECTIVISMO- INDIVIDUALISMO

Se midió con la versión traducida al español de Morales (1992) de la Escala Colectivismo-Individualismo que permite distinguir a las personas con tendencia a realizar tareas en conjunto anteponiendo sus intereses (colectivismo), o bien, a las personas con tendencia individualista, en otras palabras con interés personal que se antepone a los del grupo. (ver Anexo 5)

3.5 VARIABLE DEPENDIENTE:

La actitud hacia la pena de muerte es la disposición de los sujetos a aceptar que se aplique la pena de muerte; así pues, si corroboramos los datos obtenidos por Correa Romero y cols, (2000) deberíamos cambiar la evaluación hacia la pena de muerte de una postura favorable a una desfavorable.

¹⁸ A diferencia de la versión larga de 34 reactivos, (Cacioppo y Petty, 1984).

3.5.1 CAMBIO DE ACTITUD HACIA LA PENA DE MUERTE.

3.5.1.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL

Recordemos que definimos a las actitudes como evaluaciones hacia un objeto, persona u problema, entonces deseamos cambiar las evaluaciones de las personas, en este caso su disposición hacia la pena de muerte, de una tendencia favorable a una desfavorable.

3.5.1.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL

El cambio de evaluación está dado por el mensaje persuasivo en las condiciones antes mencionadas, y es medido a través de una escala de actitud, en este caso la Escala de Tolerancia hacia la Pena de Muerte (ETPM) (Correa Romero y Cols., 2000, ver anexo 3).

Para saber el grado o nivel de cambio de actitud, es necesario restar los valores de las medias de cada grupo en el pos test inmediato al pre test (es decir, la actitud después del tratamiento menos la actitud inicial), esta variable será llamada cambio de actitud inmediato (cambio 1 para simplificar). Posteriormente se restará el valor de las medias de cada grupo experimental en el pos test diferido con su correspondiente en el pos test inmediato, para verificar cambios en ambos sentidos. Ésta variable será llamada cambio de actitud diferido (cambio 2 para simplificar).

3.6 PARTICIPANTES:

La muestra consistió en 119 estudiantes, de los cuales el 47.1 era del sexo masculino y 52.9 del sexo femenino, todos los sujetos fueron contactados en diferentes grupos de la Universidad Autónoma metropolitana, unidad Iztapalapa y que cursaban la carrera de psicología social. La selección de este sitio se debe a que estas instituciones cuentan con una población "cautiva" que coincide con las características necesarias para el estudio.

La edad de la muestra varió entre los 19 y 26 años, con una edad promedio de 22 años. En general la mayoría de los sujetos reportó que su única ocupación, era el estudio 78.2 %, 15.1 % reportó que además es empleado, el resto reportó dedicarse al comercio, al hogar o a alguna actividad artesanal.

El rango de edad (que estriba entre 18 y 25 años) está basado en el supuesto de que dicha edad les ha permitido a estos sujetos votar en elecciones federales a lo más dos veces y tres si contamos la votación local del 97. Este dato es importante porque:

- a) Los sujetos han vivido en la adolescencia un incremento en la tasa de delincuencia.
- b) Tienen poca experiencia en cuestiones de elección de representantes.
- c) Son un segmento muy grande de la población mexicana

En caso de una consulta ciudadana o referéndum que pretenda legislar la aplicación de la pena de muerte, esta población sería el blanco hipotético de aquellos que deseen se aplique la pena de muerte.

Hay que tomar en cuenta el hecho de que aunque los sujetos están altamente implicados en el problema de la delincuencia, están bajamente implicados en la solución del mismo o participación de sus opiniones al respecto.

3.7 DISEÑO DE LOS ESTUDIOS

Haciendo un seguimiento de los diversos experimentos que se han realizado para validar las variables del ELM, no encontramos uno que relacione directamente las variables de relevancia personal, calidad del mensaje, expertez de la fuente y necesidad de cognición; al mismo tiempo encontramos de manera implícita el control de las condiciones de Repetición y Distracción, pero no se menciona nada sobre como se controló el conocimiento previo.

Por lo tanto, se diseñó un experimento factorial que tomara en cuenta las variables bajo estudio: donde la relevancia personal, calidad del mensaje y expertez de la fuente son variables manipulables y la necesidad de cognición es una covariable que puede o no intervenir en el proceso. En cuanto a la variable colectivismo individualismo, también se tomó en consideración como una covariable más, pero no como un elemento que afecte a la variable dependiente, sino mas bien, como una herramienta que nos permita comparar y equiparar el presente estudio con cualquier otro realizado en países donde se asume que la cultura es muy diferente a la nuestra.

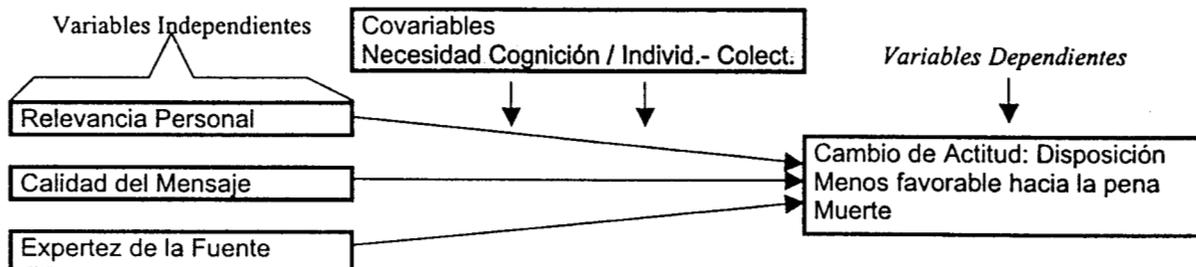
Por ello se desarrolló un diseño factorial 2 (Relevancia personal: alta y baja) x 2 (calidad del argumento: fuerte y débil) x 2 (Expertez de la fuente: alta y baja), con dos covariables: Necesidad de cognición y el colectivismo individualismo, a continuación podemos ver en el esquema 10 un resumen de los grupos experimentales:

Esquema 10: Variables independientes del estudio y su correspondencia con el grupo experimental así como su comportamiento esperado

	Baja Relevancia Personal				Alta Relevancia Personal			
	Cal. Men. Baja		Cal. Men. Alta		Cal. Men. Baja		Cal. Men. Alta	
	Fuente Alta	Fuente Baja	Fuente Alta	Fuente Baja	Fuente Alta	Fuente Baja	Fuente Alta	Fuente Baja
Grupo Experimental	1	2	3	4	5	6	7	8
Cualidad Esperada de la media	+	-	+	-	+	-	+	-

La participación de las covariables puede verse en el esquema 11:

Esquema 11: Efectos de las variables independientes y covariables sobre la variable dependiente



3.8 INSTRUMENTOS

El pre- test y el primer pos- test (inmediato) estaban incluidos en un cuadernillo con una serie de instrumentos además de una sección de datos generales, (nombre y/o matricula, edad, sexo, ocupación, religión de la familia, veces que asiste al servicio religioso al año, victimización, violencia en la victimización, y veces que había sufrido de un delito en el ultimo mes). El pos test diferido se realizó 5 días después de la primer aplicación, incluía un cuadernillo con tres hojas, donde se preguntaba por segunda vez algunos datos generales (nombre, matricula y si habían sido asaltados en los últimos días 5 días), por supuesto estaban incluidos una serie de instrumentos, tres en total de los cuales solo la ETPM se repitió.

En cuanto a los instrumentos se retomo la Escala de Tolerancia hacia la pena de muerte (ETPM). Los resultados obtenidos al validar dicha escala (Correa Romero y cols., 2000) se decidió retomar reactivos de 4 factores: El factor 1, "Disposición favorable hacia la pena de muerte", de la cual se retomaron 14 reactivos (los de mas alta carga factorial). El factor 3, "Reservas morales en contra de la pena de muerte", con 5 reactivos; El factor 4, "Creencias negativas en torno a la pena de muerte" con 5 reactivos y finalmente los 4 reactivos del factor 5, "activismo en defensa del derecho a la vida".

De los 28 reactivos se dividieron en 2 partes, de acuerdo al promedio de sus cargas factoriales por factor, repitiendo dos reactivos del factor 1, para dar como resultado dos versiones equivalentes del ETPM, al azar se sorteo el orden de los reactivos para cada caso y el instrumento que formaría parte del pre y pos inmediato. Para el segundo pos-test se aplico una versión con los 28 reactivos, ordenados nuevamente al azar.

Para todos los casos el instrumento estaba formado por reactivos tipo Likert con 5 posibilidades de respuesta que iban de 1 (totalmente de acuerdo) hasta 5 (totalmente en desacuerdo)

También se utilizó una versión reducida de la Escala de Necesidad de cognición, validada por Cacioppo (1996), se hizo su traducción al español de manera literal y después por medio de un juez, se adaptó al español, se agregaron 2 reactivos mas para dar un total de 20 reactivos que permitirían medir la necesidad de cognición en la muestra del experimento. La escala contaba con un formato tipo Likert, con 5 opciones de respuesta que iban de 1 (Me sucede frecuentemente) a 5 (no me sucede en absoluto). Tomando la escala en su conjunto, a mayor puntaje menos disposición a la aplicación de la pena capital y a menor puntaje mas disposición a aceptar su aplicación. Se retomó de los experimentos de Petty y Cacioppo (1984) el proceso de traducción y adaptación al español fue similar que en el caso anterior, dando al fin 11 reactivos tipo Osgood, con nueve posibilidades de respuesta que iban de 1 (Nada) a 9 (Mucho) para cada caso. Dichos reactivos permitirán evaluar las variables independientes (ver anexo 6).

La escala que evaluaba la posibilidad de haber estado pensando en el mensaje y en la fuente durante los últimos días era la misma que se aplicó la primera vez, pero en un orden diferente y con otro formato. Además se pregunto sobre datos generales extras (sobre ingresos familiares y si habían sido asaltados durante la ultima semana).

Finalmente la Escala de Colectivismo –Individualismo de tres factores (Triandis, 1988) y traducida al español por Morales (1992), se aplicó de manera literal, al considerar que no había problemas ni conflictos en los términos utilizados en la versión Española y la población donde se iba a aplicar. Dado que el instrumento cuenta con 27 reactivos, fue necesario encuestar a 30 estudiantes adicionales a los sujetos experimentales, para validar el instrumento en la población universitaria. Cabe mencionar que estos sujetos no participaron en el resto del experimento

La escala de 27 reactivos tipo Likert, contaba con 9 posibilidades de respuesta que iban de 1 (Totalmente en Desacuerdo) a 9 (Totalmente de Acuerdo, donde a mayor puntaje se mostraba mas tendencia colectiva y a menor puntaje mas individualismo, puede verse en el anexo 5. El formato de los cuadernillos se describe a continuación:

Cada uno tenía sus instrucciones y un ejemplo para facilitar su resolución. Antes de comenzar a responder el los instrumentos se leía en voz alta las instrucciones que remarcaban las condiciones de alta o baja Relevancia personal (Ver Anexo 1)

- La versión A del ETPM,
- Un mensaje persuasivo en contra de la aplicación de la pena de muerte (existían cuatro versiones del mensaje, alta o baja calidad del mensaje con una fuente experta o no experta). El formato del mensaje era igual al de un periódico de amplia difusión (no se menciona el nombre de este, ver anexo 1).
- La versión B del ETPM,
- Una escala que permitió evaluar las variables independientes y La versión de la Escala de Necesidad de Cognición.

Posteriormente, se regresó en un plazo de 3 días a cada grupo, en el mismo orden y con un discurso muy similar a pedir la cooperación de los sujetos. Esta vez el cuadernillo contó con los siguientes instrumentos:

- la versión completa del ETPM,
- Una nueva versión de la escala para evaluar las variables independientes
- La Escala de Colectivismo- Individualismo, de Triandis (1998), traducida por Morales (1992). Dado que la cantidad de reactivos exigía una cantidad mayor de sujetos para validar el instrumento, este se aplico a un grupo de 30 personas mas, se omitieron las demás escalas.

Las condiciones de aplicación fueron iguales a las de la primera visita.

3.9 PROCEDIMIENTO

Para este experimento se llevó el laboratorio a cada uno de los sujetos con la finalidad de asegurar su participación. El experimentador se presentó ante los sujetos de acuerdos a dos discursos, uno que deje claro que se trata de un estudio universitario en la condición de baja relevancia:

“Buenos días mi nombre es Fredi Everardo Correa Romero, soy compañero suyo, estudiante de la carrera de psicología social del 11° trimestre. Vengo a pedirles por favor que me ayuden resolviendo un cuestionario para realizar mi tesina. Es muy breve, en menos de 20 minutos pueden terminar, gracias”.

Al finalizar la sesión se aclaraba que era necesario regresar:

“Gracias otra vez compañeros, como ya se darán cuenta ustedes muy pronto, hacer la tesina es algo complicado, por lo cual voy a necesitar que me ayuden otra vez, la próxima semana resolviendo una versión corregida del cuestionario que acaban de contestar, hasta la semana que viene....”

En la otra condición (alta relevancia) se remarcará la importancia de los resultados obtenidos, el lugar de publicación de los mismos y sus repercusiones en la toma de decisión sobre la pena de muerte de acuerdo a los resultados, siempre en un sentido de neutralidad, para evitar generar efectos persuasivos en uno u otro sentido:

"Buenos días compañeros, seguramente ya se enteraron que el Congreso de la Unión va a iniciar una sesión de trabajo para ver la posibilidad de aplicar la pena de muerte en nuestra ciudad, como ustedes saben, la pena de muerte está contemplada en la constitución política del país, pero actualmente está en desuso. Esa sesión de trabajo es precisamente para que se inicie su aplicación inmediata. Ahora vengo con un cuestionario diseñado para publicar sus resultados y de esa manera hacer llegar nuestro punto de vista, ya sea a favor o en contra de la pena de muerte al congreso y a la sociedad, lo importante es que demos a conocer lo que opinamos".

Al terminar la sesión se aclaró que se tenía que resolver otro cuestionario 5 días después:

Gracias por su apoyo, voy a pedirles otro favor, es necesario responder otro cuestionario la semana siguiente, una versión mejor, para alcanzar el mayor nivel de objetividad. Gracias y hasta la semana próxima

Después de lo cual se les entregó un cuadernillo con los instrumentos. Los sujetos respondieron en silencio y se hizo hincapié, mediante una vigilancia constante (para evitar distracciones y comunicación entre los sujetos), aquellos cuestionarios que se observó o sospechó no contaban con un alto nivel de atención y confidencia, fueron marcados al terminar la sesión y desechados del estudio (en total 14 sujetos).

Al término de la sesión, cuando todos los cuestionarios fueron contestados y entregados, se aclaró que se realizaría otra visita en tres días, en la condición de baja relevancia, se dijo que por falta de medios económicos del estudio y en el caso de alta relevancia, se resalta el carácter científico del estudio.

3.10 MATERIALES

El primer cuadernillo estaba conformado por 5 hojas tamaño carta, engrapadas y foliadas. El segundo Cuadernillo estaba formado por 3 hojas tamaño carta.

3.11 ANÁLISIS

Se realizaron análisis de las frecuencias para la eliminación de errores en la captura, para verificar la dirección de las tendencias de los grupos experimentales y demás variables socio-estadísticas. Después se procedió a checar las variables independientes a través de un análisis con tablas cruzadas. Posteriormente fueron realizados análisis de factores exploratorios (componentes principales, rotación ortogonal varimax) y de confiabilidad (fórmula de alfa de Cronbach), para conocer la estructura de todos los instrumentos.

Se compararon las medias generales de los principales factores de cada instrumento, por medio de pruebas t de grupos independientes y apareados, junto con ANOVAS de una vía con contrastes pos-hoc (Scheffé).

Se crearon las variables dependientes e independientes, para realizar análisis de varianza factorial para conocer el comportamiento de cada variable y la posible intervención de una covariable.

RESULTADOS

“El interés por el hombre mismo y su destino debe ser siempre
lo que guíe todos los avances técnicos(...)
Para que la creación de nuestra mente actúe en beneficio y
no en perjuicio de la humanidad.
No olvidéis esto en medio de vuestros diagramas y ecuaciones”

Albert Einstein

4.1 DATOS SOCIO- ESTADÍSTICOS

En cuanto a los resultados obtenidos en la sección de datos generales se encontró que de la muestra experimental, la gran mayoría, 81.5 % reportó que la religión familiar es la Católica, 10.1 % manifestó no tener religión y el 8.4 % reportó alguna religión catalogada como Cristiana. En promedio la cantidad de veces que asisten a la iglesia los sujetos varía entre 10 y 20 veces por año.

El reporte a la pregunta ¿hace cuanto habían sufrido un delito? Arroja que el 33.6% manifestó haber sido víctima de un delito hace más de un año, 48.7 % dijo que nunca ha sido víctima de un delito, el 2.5 % el último mes y .8% dijo haber sido víctima de un delito la última semana, igual número de sujetos dijeron haber sido víctimas de un delito el día anterior a la encuesta, el restante 13.6% no respondió.

De la cantidad de sujetos víctimas de un delito en algún momento de su vida, el 25 % reportó haber sido víctima de un asalto en transporte público, 15 % robo con arma de fuego, el 3.4 % robo de auto, igual número de sujetos sufrieron de un asalto con golpiza, el restante 53% no respondió.

Al comparar las diferentes variables socio- estadísticas con los factores representativos de cada escala (variables independientes y covariables) los cálculos arrojan los siguientes resultados (ver tabla 1), como se podrá observar, solo en el caso del tipo de religión de la familia hay una diferencia significativa con respecto a la variable dependiente Cambio de actitud inmediato (como ya se mencionó en el capítulo de método corresponde a la diferencia entre las medias del Pos test inmediato y el pre test).

4.2 CHEQUEOS DE LA MANIPULACIÓN

También se realizaron diferentes chequeos a las variables dependientes (relevancia personal, calidad del mensaje y expertez de la fuente) por medio de una serie de reactivos tipo Osgood, con nueve opciones de respuesta que iban del 1 (valores bajos de las variables) al 9 (valores altos de las variables). Las preguntas de chequeo fueron:

- ¿Cuánto esfuerzo mental pusiste para evaluar el mensaje?, para checar la relevancia personal
- ¿Cómo juzgarías las razones contenidas en el mensaje para apoyar la recomendación?, para evaluar la calidad del mensaje, y finalmente
- ¿cómo juzgarías la especialización de la fuente?, para evaluar la expertez de la fuente.

A continuación se procedió a crear las variables de evaluación agrupando los valores y homogenizando criterios: de 1-5 como condiciones bajas de las variables y de 6 a 9 condiciones altas de las variables. Después de esto, se corrieron análisis de frecuencias generales para determinar el número de sujetos que se correspondía con las variables teóricas.

Tabla 1: Comparación de las variables socio- estadísticas con las variables independientes y covariables consideradas en el experimento

	VARIABLES SOCIESTADÍSTICAS	PRE- TEST	CAMBIO_1	CAMBIO_2	NECESIDAD COGNICIÓN	Individualismo
Sexo	Hombres	2.60, .80	.74, 1.08	.35, 1.13	2.22, .78	5.67, 1.78
	Mujeres	2.55, .95	.90, 1.08	.11, 1.07	2.27, .73	1.57, 1.53
		t=.288, gl=117, ns.	t=.802, gl=117, ns.	t=1.104, gl=98, ns.	t=.412, gl=117, ns.	t=.484, gl=98, ns.
Ocupación	Empleado	2.43, .67	.57, .97	.42, 1.27	2.05, .79	5.39, 1.82
	Artesano	2.39, 1.11	1.29, 1.29	.005, .17	1.75, .51	6.50, .93
Media y ds	Estudiante	2.63, .95	.82, 1.08	.21, 1.12	2.32, .75	5.87, 1.65
		F=.638, gl=4,114, ns	F=1.297, gl=4,114, ns	F=.206, Gl=4,95, ns	F=1.359, gl=4,114, ns	F=1.656, gl=4,95, ns
Religión	Católica	2.62, .91	.74, 1.03	.25, 1.10	2.26, .75	5.71, 1.67
	Cristiana	1.93, .66	1.92, 1.14	-.29, .80	2.17, .70	5.74, 2.11
Media y ds	Ninguna	2.70, .88	.60, .97	.46, 1.21	.89, .26	6.79, 1.02
		F=.060 gl=2,116,ns	F= 6.203 gl= 2,116, p<.001	F= 1.27 Gl= 2,97, ns	F=.066 gl=2,116,ns	F=.935, gl=2,97,ns
Tipo de Delito	Ninguno	2.70, 1.00	.69, 1.17	.49, 1.20	2.17, .78	6.00, 1.58
	Asalto con pistola	2.67, .70	.66, .83	.005, 1.00	2.41, .57	6.31, 1.28
Media y ds	Robo de auto	2.18, .64	1.38, .52	-.001, .34	2.39, .77	5.57, .88
	Asalto en transporte	2.41, .87	1.13, 1.11	-.14, .85	2.25, .74	5.62, 1.84
	Asalto con violencia	1.86, .80	.74, .44	.32, 1.44	2.28, 1.04	5.47, .81
	Robo de bici	2.52, .64	.93, 1.26	-.53, .16	2.48, 1.40	1.47, .00
		F=.916 gl=6,112, ns	F=.810 gl=6,112, ns	F=1.271 gl=6,93, ns	F=.336 gl=6,112, ns	F=3.600 gl=6,93, ns
¿Has sido Víctima de un delito hace?	Mas del año	2.47, .79	.92, 1.04	.003, .86	2.25, .68	4.67, 2.70
	6 meses	2.47, .47	1.12, .56	-.50, 1.00	1.94, .64	5.90, .59
Media y ds	3 meses	2.48, .91	1.07, 1.06	-.45, 1.42	2.63, .70	5.21, 1.27
	1 mes	2.62, 1.57	.96, .97	.45, 1.17	3.15, .82	5.29, .43
	Nunca	2.70, 1.01	.69, 1.18	.49, 1.21	2.16, .79	5.99, 1.52
		F= .451 gl=7,111, ns	F= .586 Gl=7,111,ns	F= 1.354 gl=6,93, ns	F= 1.783 gl=7,111, ns	F= .495 gl=6,93, ns
¿Has sido Herido?	Si	2.31, .70	.59, .91	-.28, 1.41	2.42, 1.00	6.16, .51
	No	2.58, .92	.84, 1.09	.25, 1.08	2.24, .74	5.77, 1.70
		t=.647 gl=117, ns	t=.513 gl=117, ns	t=1.05 gl=98, ns	t=.532 gl=117, ns	t=.515 gl=98, ns

Al igual que en el trabajo previo donde se validó la ETPM, se encontraron diferencias interesantes de analizar de acuerdo al grupo religioso al que las personas dijeron pertenecer. Vemos por ejemplo que inicialmente, antes del tratamiento experimental, los sujetos catalogados como "cristianos" son más proclives a aceptar la pena de muerte (diferencia no significativa), sin embargo, después del tratamiento y de manera

inmediata mostraron un nivel de cambio significativo (mas del doble) que los sujetos "católicos" y que no se adscriben a ninguna religión. Tomando en cuenta la gran diferencia numérica entre una muestra y la otra, debemos ser precavidos al afirmar que los sujetos denominados como "cristianos" son más proclives al cambio, en teoría por tener una actitud más polarizada y al parecer sin muchos fundamentos.

Fuera de este cambio (ya encontrado en el trabajo de Correa y cols, 2000), no se encontró ninguna diferencia significativa en los grupos, ya sea por religión, sexo, edad o victimización, ni en los tratamientos ni para las covariables, lo que sugiere una buena homogenización de la muestra.

Finalmente, se corrieron análisis de frecuencia por grupo experimentales y ahí se determino que los grupos 2 y 6 estaban interpretando la expertez de la fuente de manera opuesta a como se consideró teóricamente y operacionalmente en un chequeo previo con sujetos de similares características. Algo similar sucedió con los grupos 1 y 5, pero de manera menos evidente. A partir de estos datos se decidió cambiar las condiciones, estableciendo para estos grupos una correspondencia entre las condiciones teóricas y reales obtenidas, por lo cual los grupos 2 y 6 pasaron de la condición teórica de una fuente de alta expertez, a una condición real de baja expertez de la fuente, para guardar la relación de variables que exigía el experimento los grupos 1 y 5 pasaron de condiciones de baja a alta expertez de la fuente.

4.3 INSTRUMENTOS:

4.3.1 ESCALA DE TOLERANCIA HACIA LA PENA DE MUERTE (ETPM)

En cuanto al análisis factorial correspondiente al pre- test, convergió en 15 iteraciones y se obtuvieron 3 factores con valores propios superiores a 1, que daban cuenta del 51% de la varianza total. De estos se retuvieron solo 2 factores a partir de la revisión de cada factor y de su coherencia conceptual, la matriz rotada con estos últimos componentes se muestra en la tabla 2:

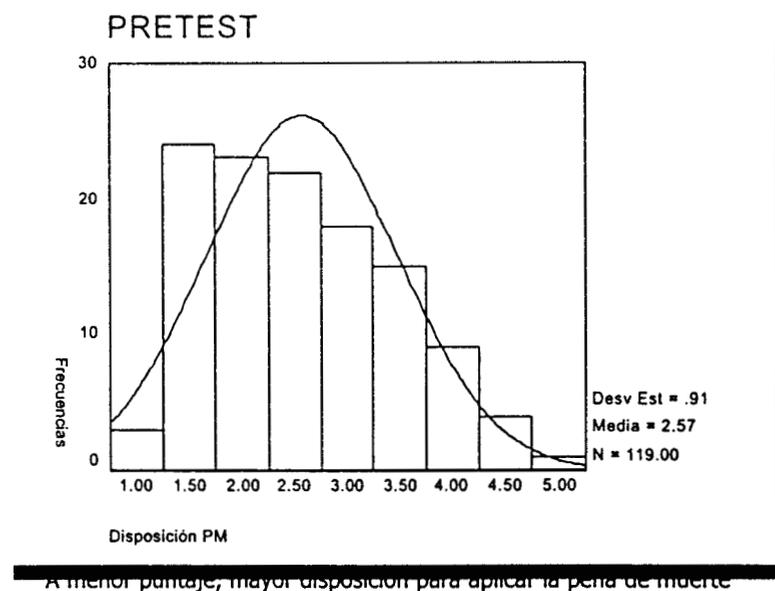
Tabla 2: Estructura Factorial del Pre- test : La Escala de Tolerancia hacia la pena de muerte

Factor 1: Disposición Favorable Hacia la Pena de Muerte	Carga Fact
13.- Un secuestrador debe sufrir dolor por el mal que hizo	.698
4.- Un sujeto seguirá siendo criminal, a menos que sepa que puede ser castigado con la muerte	.694
10.- Los violadores son tan despreciables que merecen morir	.666
2.- Si se aplicara la pena capital en México sería menos peligroso salir por la noche	.588
15.- Votaría por un candidato que diga que va a legalizar la pena de muerte	.569
7.- Estoy de acuerdo en que se aplique la pena de muerte	.553
1.- Creo que la pena capital es un acto horrible pero necesario	.514
11.- Aplicar la pena de muerte serviría como un castigo ejemplar para los delincuentes	.417
Factor 2: Creencias Negativas en Torno a la Pena de Muerte	
5.- Al aplicar la pena de muerte se corre un alto riesgo de castigar a un inocente	.388
3.- La pena de muerte es un acto incivilizado	.685
6.- La pena de muerte es un asesinato de la sociedad	.681
14.- Participaría en actos públicos que estén en contra de legalizar la pena de muerte	.564
12.- Si aplicamos la pena de muerte seríamos tan crueles como un asesino	.509

El primer factor explico el 22% de la varianza total y se denominó "*disposición favorable hacia la pena de muerte*" (DFHPM para abreviar); Dado que retuvo los mismos reactivos que correspondían al primer factor del estudio de validación; se dejó de lado el orden de éste análisis y se decidió conservar el anterior (Correa Romero, Contreras Ibáñez, Sánchez Cristóbal, 2000) tomando en cuenta la cantidad de reactivos, se juzgó como lo más conveniente. Su confiabilidad fue de .84, una media de 2.57 y una desviación estándar de .91. El comportamiento de la muestra con respecto a este factor se puede apreciar en la siguiente grafica:

Dado que la escala contaba con opciones que iban del 1= Totalmente de acuerdo al 5= Totalmente en desacuerdo, se puede observar que la media se ubica entre el dos (de acuerdo con la pena de muerte) y el tres (neutral en torno a la pena de muerte), las pruebas t correspondientes apuntan a una diferencia significativa con ambos valores ($t= 6.87, p<.001$ y $t= 5.15, p<.001$, respectivamente), lo que implica que la muestra experimental denotó una disposición ligeramente favorable hacia la aplicación de la pena de muerte.

Grafica 1: comportamiento de la muestra experimental contra el factor que determina la disposición hacia la pena de muerte

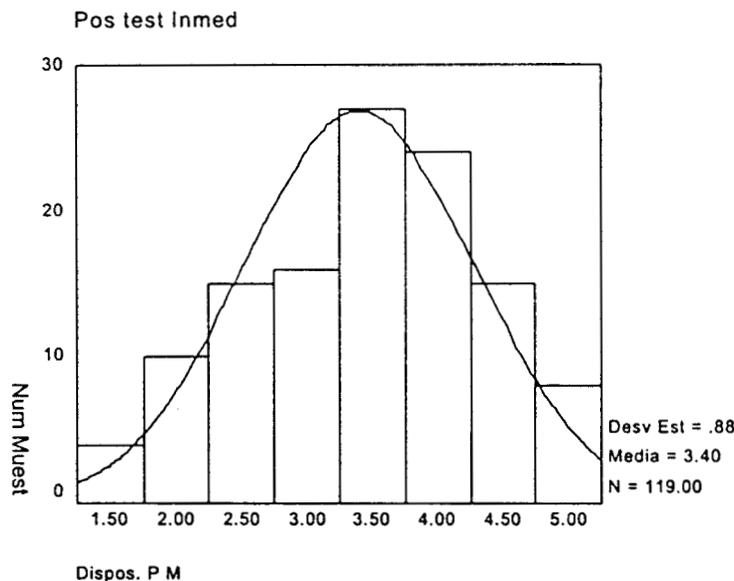


Finalmente, es importante mencionar que para los análisis posteriores, este factor será el utilizado como referente operacional de la actitud hacia la pena de muerte en las dos siguientes mediciones: Pos- test inmediato y diferido, (a pesar de lo cual, damos los resultados del otro factor obtenido).

El segundo factor explicó el 20% de la varianza total y se denominó "*Creencias negativas en torno a la pena de muerte*", su confiabilidad fue de .62, con una media de 3.62 y una desviación estándar de .66. Como se esperaba de acuerdo a la hipótesis 1, la media del primer factor apuntaría a una disposición ligeramente favorable hacia la pena de muerte, sin embargo, también esperábamos que esta actitud fuese ambigua, en otras palabras junto con esta actitud convive otra en dirección opuesta denotado por el segundo factor. Al realizar el análisis de correlaciones de Pearson entre los 2 factores, se obtuvo una correlación alta pero negativa ($r= -.72, p < .01$).

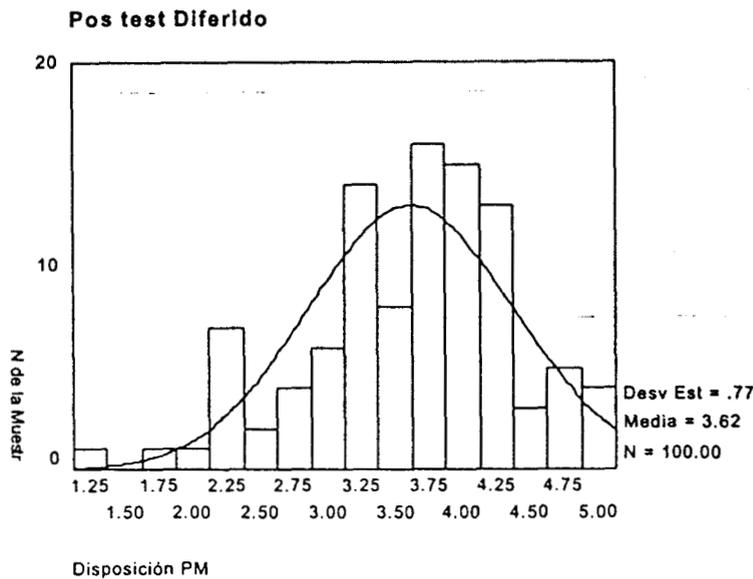
Con respecto al primer pos test (inmediato) se utilizó únicamente el primer factor para medir la disposición hacia la pena de muerte. La muestra es exactamente igual a la del pre test ($n=119$), por que se aplicaron en la misma sesión de trabajo. Los resultados muestran una media para el pos test inmediato de 3.40 con una desviación estándar de .88. La prueba t con respecto al pre test es de $t= 10.26$, $p< .001$. El rango de valores es el mismo que para el pre test, 1 para la posición Totalmente a favor de la pena de muerte y 5 por una posición totalmente en desacuerdo, por lo cual se puede observar que todos los tratamientos en general lograron cambiar la disposición hacia la pena de muerte, al comparar esta media con el valor neutro (tres en la escala) y el que corresponde a una posición en desacuerdo con la pena capital (2 en la escala), se obtiene $t=4.95$, $p< .001$ y $t=7.417$, $p< .001$ respectivamente, lo que significa que la disposición de la muestra se movió hacia una posición ligeramente en desacuerdo con este castigo. El comportamiento de la muestra experimental se observa en la grafica 2:

Grafica 2: Comportamiento de la muestra experimental en el factor que mide la disposición a aplicar la pena de muerte en el pos test inmediato



El segundo pos test (diferido) denota un comportamiento similar al aplicado 5 días antes. La muestra experimental fue de 100 estudiantes debido a que hubo muerte experimental, (a pesar de ello, existe una repartición equivalente en toda la muestra que conserva las condiciones iniciales, lo cual impidió el hecho de anular algún grupo experimental). La media es de 3.62 con una desviación estándar de .77. Dado que el rango de valores es igual al del pre test, (del 1 Totalmente de acuerdo al 5 Totalmente en desacuerdo) se puede observar un aumento significativo con respecto a la media del primer pos test, ($t= 2.82$, $p<0.05$), a pesar de lo cual la disposición hacia la pena de muerte sigue siendo ligeramente en desacuerdo ($t=4.99$, $p<.001$, con respecto al valor 4 del instrumento). El comportamiento de la muestra se puede observar en la grafica 3:

Grafica 3: Comportamiento de la muestra experimental contra el factor que mide la disposición a aplicar la pena de muerte en el pos test idiferido



4.3.2. ESCALA DE NECESIDAD DE COGNICIÓN.

En cuanto a la Escala de Necesidad de cognición, tenía un rango de respuesta que iba del 1 (Definitivamente me sucede) al 5 (Definitivamente no me sucede) al el análisis factorial convergió en 4 iteraciones, todas con valores propios superiores a 1, que daban cuenta del 58% de la varianza total. A partir de la revisión de cada factor en términos de su coherencia conceptual y de su consistencia empírica (alfa de Cronbach), se decidió retener los 4 factores. El primer factor explicó el 24% de la varianza total, con una confiabilidad de .89, una media de 2.28 y una desviación estándar de .75, se denominó "*Gusto por pensar arduamente*". Fue precisamente este primer factor el que se utilizó para medir la necesidad de cognición de la muestra, a pesar de lo cual mostramos los demás valores obtenidos. En cuanto al segundo factor explicó el 12% de la varianza total, con una confiabilidad de .73, una media de 3.25 y una desviación estándar de .42, al cual se nombro "*Inmediatez*". Por su parte el tercer factor, explicó el 11.6% de la varianza total, con una confiabilidad de .70, una media de 3.37 y una desviación estándar de .54, el nombre designado fue "*Disgusto producido por la necesidad de pensar*". Finalmente el cuarto factor explicó el 10% de la varianza total, tuvo una confiabilidad de .66, con una media de 3.45 y una desviación estándar de .51, la etiqueta del factor fue "*Hábitos ante Problemas complejos*".

La agrupación de los reactivos en factores se puede ver en la tabla 3. Al igual que en los casos anteriores tomamos, el primer factor como referente, en este caso de la necesidad de cognición de los sujetos. De los 119 estudiantes que conformaron la muestra experimental, la media fue de 2.25 con una desviación estandar de .75, lo que indica una ligera preferencia por pensar problemas difíciles ($t = 3.57$, $p < .01$ con respecto al valor 2 de la escala y $t = 10.93$, $p < .01$ y que corresponde a la opción *frecuentemente me gusta pensar arduamente*)

Tabla 3: Estructura factorial de la Escala de Necesidad de Cognición

Factor 1: Gusto por pensar arduamente	Carga Fact
11.- Usualmente termino dando vueltas a problemas que no me afectan personalmente	.829
8.- Me gusta tener la responsabilidad de manejar situaciones que requieren pensarle mucho	.795
4.- Me atrae la idea de confiar solo en mi razonamiento para lograr mis metas	.788
14.- Encuentro satisfacción al razonar arduamente y por varias horas	.775
2.- Realmente disfruto las actividades que involucran llegar a nuevas soluciones	.717
5.- La noción de pensar en abstracto me atrae	.686
3.- Prefiero una tarea que es difícil intelectualmente a otra que no requiere pensarle mucho	.686
7.- Prefiero hacer algo que desafíe mis habilidades mentales	.673
Factor2: Inmediatez	
5.- Prefiero pensar en los proyectos pequeños y cotidianos que en los proyectos a largo plazo	.721
1.- Me aburre pensar	.704
15.- Solo me pongo a pensar hasta donde tengo que hacerlo y no más allá	.580
12.- Prefiero los problemas simples a los complejos	.557
13.- Pensar no es mi idea de estar haciendo algo divertido	.462
Factor 3: Disgusto producido por la necesidad de pensar	
19.- Siento mas alivio que satisfacción cuando completo una tarea que requirió un montón de esfuerzo mental	.705
18.- Aprender nuevas formas de pensar no me emociona mucho	.698
* 20.- Prefiero no pensar lo que voy a hacer antes de comenzarlo	*.634
16.- Prefiero las actividades donde tengo que razonar poco, una vez que las he aprendido	.535
Factor 4: Hábitos ante problemas complejos	
* 9.- Prefiero evitar en mi vida cuestiones que deba resolver	*.778
10.- Cuando algo funciona bien, no me pregunto cómo ni porque es de esa forma	.642
17.- Yo hago las cosas que requieren poco pensamiento en lugar de algo que estoy seguro desafía mis habilidades de pensamiento	.608

* Reactivos recodificados

El análisis de correlación de Pearson se muestra en la tabla 4:

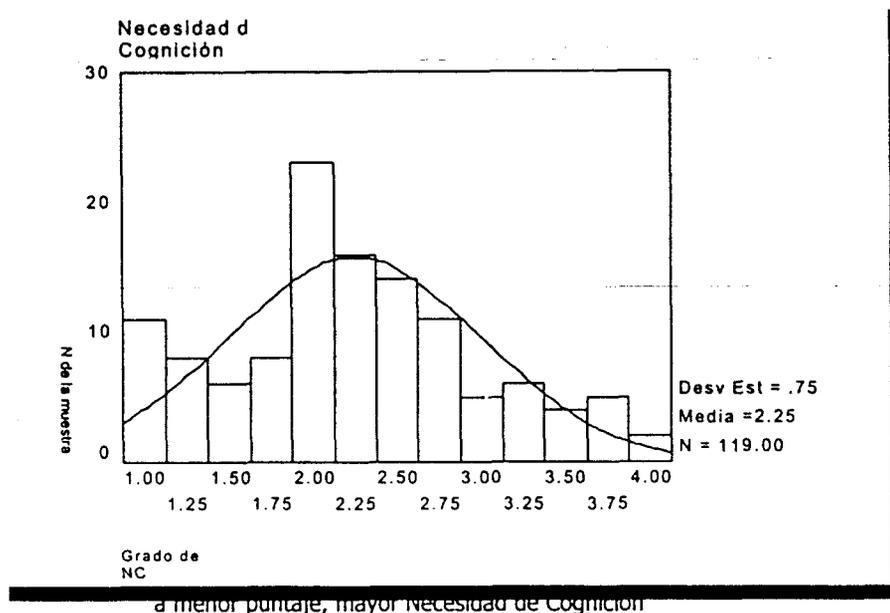
Tabla 4: Correlaciones entre los factores de la Escala de Necesidad de cognición

Factor	1	2	3	4
1	1.00			
2	.248	1.00		
3	-.332**	.294**	1.00	
4	-.259	.303**	.564**	1.00

** $p < 0.01$

. A pesar de que se esperaba una tendencia alta en la necesidad de cognición, fue una sorpresa encontrar valores tan bajos en una muestra universitaria. Los principales resultados en torno a esta variable quedan expuestos en la grafica 4:

Grafica 4: Valores de la escala de Necesidad de cognición de la muestra experimental



4.3.3 ESCALA COLECTIVISMO -INDIVIDUALISMO

Por otro lado la Escala de colectivismo individualismo, contaba con 28 reactivos con 9 opciones de respuesta que iban del 1 (Totalmente en desacuerdo) al 9 (Totalmente en desacuerdo). El análisis factorial presento los siguientes resultados:

Tabla 5: Estructura factorial de la Escala de colectivismo -Individualismo

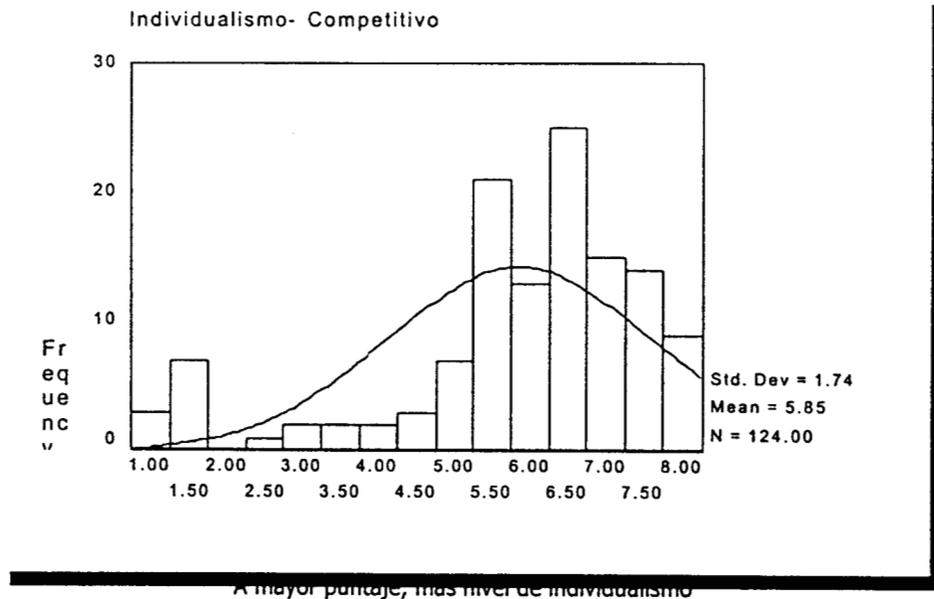
Factor 1: Individualismo competitivo	Carga factorial
17. Triunfar lo es todo	.813
13. No basta con hacer lo que se puede, es importante triunfar	.805
5. Creo que triunfar es importante tanto en el trabajo como en el juego	.793
20. A la hora de elegir a mi pareja, la opinión de mis padres no es importante	.788
24. Yo no tengo la culpa de si uno de mis intimos fracasa	.779
22. El éxito es lo mas importante en la vida	.776
1. Si el equipo me esta retrasando es mejor abandonarlo y trabajar solo	.773
25. Soy el único responsable de lo que me sucede	.769
26. Si quieres que algo salga bien tienes que hacerlo tú mismo	.764
23. A la hora de elegir a mi pareja la opinion de mis compañeros no es importante	.762
3. Yo no tengo la culpa si alguien de mi familia fracasa	.734
16. Mi felicidad no esta relacionada con el bienestar de mis compañeros	.685
14. No debería esperarse que la gente hiciera nada por la comunidad a menos que se le pagara por ello	.671
18. En la mayoría de las cosas, colaborar con alguien de menor capacidad es menos deseable que hacer las cosas solo	.665
15. No compartiría mis ideas ni mis conocimientos recién adquiridos con mis padres	.650

A pesar de que se esperaba un análisis con 3 factores, el número de éstos llegó a 7, concentrándose la mayoría de los reactivos en el primer factor que explicó el 32% de la varianza total. Tomando en cuenta la revisión de cada factor en términos de su coherencia conceptual y de su consistencia empírica (alfa de Cronbach) se decidió retener únicamente el primer factor, con una confiabilidad de .94, una media de 5.85 con una desviación estándar de 1.74, el factor se llamo "individualismo competitivo" y los reactivos que lo forman aparecen en la tabla 5.

Del valor de la media (5.85, con una desviación estándar de 1.75) podemos decir, que la prueba t ($t = .946$, ns) no mostró alguna diferencia significativa con el valor 6 de las opciones de respuesta. Si consideramos que el 1 representa la tendencia a no estar de acuerdo y el 9 la de estar totalmente de acuerdo, podemos observar una ligera tendencia (no significativa) al individualismo por parte de la muestra. El comportamiento del individualismo se puede apreciar en la grafica 5, donde la forma de la campana (sesgada a la izquierda) sugiere una tendencia muy ligera hacia el individualismo por parte de la muestra.

Como dato adicional, cabe señalar que la desviación estándar es muy grande, por ejemplo, el grupo experimental que puntúo más alto en la escala (y por tanto es el más individualista) fue el etiquetado con el número 2, su media fue de 6.37 con una desviación estándar de .87. Mientras que el grupo 3, fue el que se mostró en mayor medida colectivista con una media de 4.57, pero $ds = 2.45$. Por lo cual, todo los resultados que se desprendan de esta escala deben considerarse parciales.

Grafica 5: Comportamiento de la muestra ante la escala de colectivismo- individualismo



4.4 EFECTOS EXPERIMENTALES

Lo primero que mostramos en este apartado es La matriz de correlación entre los diferentes instrumentos aplicados, que incluyen la actitud inicial, la actitud inmediata y diferida al tratamiento y las dos covariables, tanto necesidad de cognición como el individualismo- colectivismo (INDCOL), todo ello con el fin de verificar la existencia de alguna asociación (lineal) entre las variables (y las covariables) que están siendo estudiadas.

Tabla 6: matriz de correlación para las variables del experimento

	Pre Test	Pos Test 1	Pos Test 2	Nec. Cogn.	IND-COL
PreTest	1.00				
Pos Test 1	.273**	1.00			
Pos Test 2	.093	.129	1.00		
Nec. Cogn	-.121	-.161	-.030	1.00	
IND-COL	.395**	.024	-.145	.057	1.00

P<0.01

Como podemos observar existe una correlación significativa entre la actitud inicial (anterior al tratamiento experimental) y la actitud inmediata (posterior al experimento), con un valor de $r=.273$ ($p<0.01$), lo que sugiere una asociación lineal entre ambos valores. Al considerar que el valor de la correlación es positiva, se puede deducir que al aumentar el valor de una variable también aumenta el valor de la otra variable (teóricamente asumimos que al disminuir los valores de una variable, disminuyen también los valores de la otra). La media para el pre test fue de 2.57 ($ds=0.91$), mientras que para el pos test fue de 3.40 (con $ds=.88$). Si consideramos que a mayor valor menos disposición para aceptar la pena de muerte, podemos encontrar cierta lógica en esta función y decir que una actitud que esta cerca de la neutralidad esta asociada con una postura ligeramente en contra de la pena de muerte. En otras palabras el paso de una actitud débil hacia el problema puede degenerar en la actitud opuesta en un tiempo breve.

De mayor interés es la correlacion entre la actitud inicial o previa al experimento y el individualismo de la muestra ($r=.395$, $p<0.01$). Lo cual sugiere que la actitud inicial esta asociada con el individualismo de la muestra, lo cual no ocurre en las posteriores mediciones. Ahora bien dado el valor positivo de la correlación y si consideramos que al aumentar una persona su puntaje en la escala de INDCOL disminuyen sus atributos individualistas (es decir es una persona con valores colectivistas), podemos sugerir que un persona cuyos valores lo hagan individualista esta asociado con una mayor disposición a aplicar la pena de muerte. Al aumentar la importancia de valores colectivistas también aumenta el puntaje en la escala de actitudes hacia la pena de muerte (en otras palabras disminuye su disposición a aplicar éste castigo). Este es un dato interesante pues muestra que la actitud (por lo menos hacia la pena de muerte) va de la mano con los valores (individualistas y/o colectivistas) de la muestra antes del tratamiento experimental, pero no se conservan posteriormente.

Este hecho podría explicarse si asumimos que la actitud inicial es producto de una baja elaboración, en cuanto se les proporciona información a las personas cambian su nivel de elaboración y con ello su actitud, los valores personales dejan de tener importancia por si solos e interactúan con las variables

independientes (particularmente la expertez de la fuente) influyendo así en la actitud inmediata después del tratamiento experimental como se muestra en el apartado 4.6.2.

Finalmente, dado que el individualismo actúa como una covariable en este diseño y el comportamiento e influencia de éstas es difícil de entender, sumado al hecho de que posteriormente interacciona con una variable específica, entonces podemos entender o justificar por que no existe una correlación significativa con la actitud inmediata y diferida mostradas en la tabla 6.

4.4.1. DIFERENCIA ENTRE GRUPOS

Primero era necesario verificar si existía una diferencia significativa entre la actitud inicial y la posterior al tratamiento, para ello, como ya se ha mencionado se retomo el primer factor "Disposición favorable hacia la pena de muerte" como el elemento que nos permitiría verificar este cambio, dado que ambos factores repitieron el comportamiento original de la escala de procedencia, los resultados pueden tomarse con mayor seguridad.

Tabla 7: Medias generales y pruebas t de valores apareados para el factor (Disposición favorable hacia la pena de muerte) entre pre test, pos test inmediato y diferido (de la ETPM)

<i>Disposición favorable hacia la pena de muerte</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación Estandar</i>	<i>Aplicación</i>	<i>Prueba t</i>	<i>Gl</i>
Pre-test	2.57	.91	Pre test- Pos test inmediato	8.38**	118
Pos-test Inmediato	3.40	.88			
Pos-test Diferido	3.62	.77	Pos tes inmediato- Pos test diferido	2.04**	99

**p<.01 y n= 119

En la tabla 7 podemos ver las medias generales, tenemos que con una muestra igual en ambos casos de 119 sujetos, la media general para el primer factor del pre-test fue de 2.57, con una desviación estándar de .91. Mientras que la media general para el pos- test inmediato fue de 3.40 con una desviación estándar de .88, en otras palabras el tratamiento logro cambiar la disposición hacia la pena de muerte en un sentido menos favorable. Como se puede observar las medias tanto para el primer pos test como para el segundo están por arriba del valor 3, que en la escala corresponde a la opción "indeciso", las correspondientes pruebas t demuestran que existe una diferencia significativa en ambos casos con este valor ($t= 4.94$, $p<.001$ y $t=8.04$, $p<.001$, respectivamente) lo cual indica que la actitud resultante en general esta mas cerca del desacuerdo que de la indecisión.

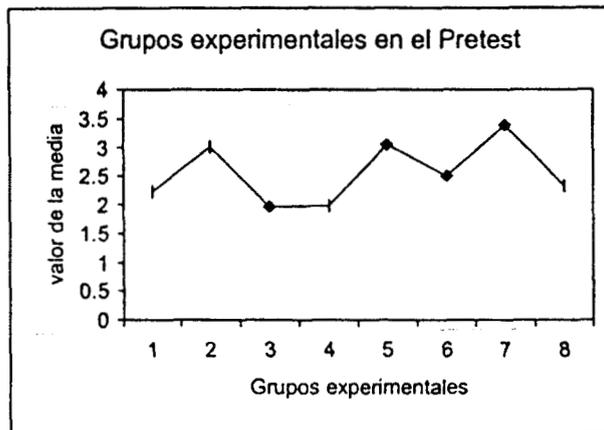
Como puede observarse en la tabla 7, las pruebas t de valores apareados, realizadas para cada par de datos demuestran que en existe diferencia significativa entre las dos diferentes combinaciones.

4.4.2 COMPARACIÓN DE LOS GRUPOS CON EL PRE TEST.

Ahora bien, en cuanto a la homogeneidad de los grupos con respecto a la DHPM, encontramos que la prueba ANOVA de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffé) reveló que existían diferencias significativas entre los grupos, aun antes de aplicárseles un tratamiento, ($F_{7,118}=6.96$, $p<.001$).

Tabla 8: Comparación de medias con los grupos experimentales en el Pre test

Relevancia	Cal. Mensaje	Expertez Fuente	Gpo E	N	X
Baja	Baja	Alta	1	14	2.22
Baja	Baja	Baja	2	15	3.01
Baja	Alta	Baja	3	15	1.96
Baja	Alta	Alta	4	14	1.99
Alta	Baja	Alta	5	16	3.05
Alta	Baja	Baja	6	15	2.51
Alta	Alta	Baja	7	15	3.39
Alta	Alta	Alta	8	15	2.33
Sig.					.051



Como se puede observar en la tabla 8, los grupos, 2, 5 y 7, tenían inicialmente medias más altas que los demás grupos, lo que se traduce como una actitud inicial "indecisa" hacia la pena de muerte, dado que los tres grupos mencionados se mueven entre valores de 3.01 a 3.39, que se corresponden con la opción 3 de respuesta de la ETPM (indeciso). Los grupos que tenían más disposición hacia la pena de capital eran el 3 y 4 que denotaban valores ligeramente por debajo del valor 2 (que corresponde a la opción de respuesta "De acuerdo"). Los demás grupos tenían medias comprendidas entre los valores 2 y 3. Ninguna grupo mostró de manera inicial una baja disposición a la pena de muerte.

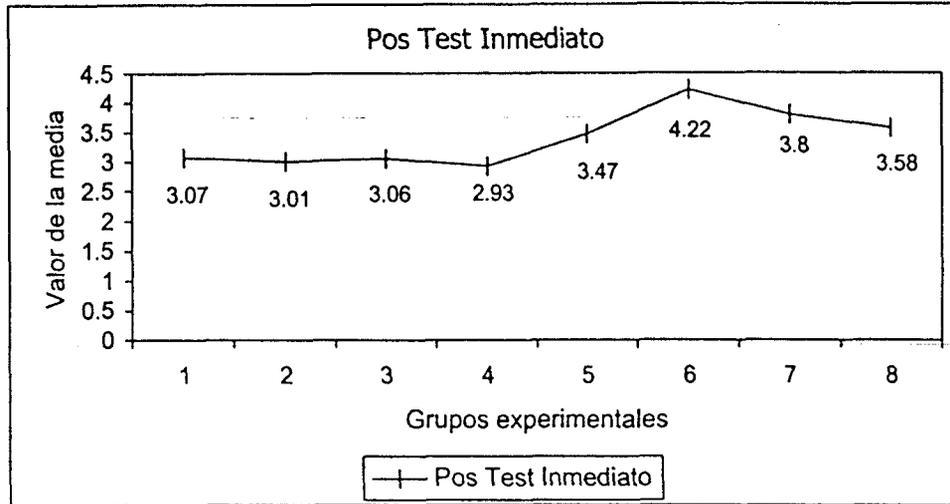
4.4.3 COMPARACIÓN DE LOS GRUPOS CON EL POS TEST INMEDIATO

Con el pos- test inmediato, el análisis de varianza con prueba de una vía (ONEWAY) de contraste pos-hoc (Scheffé) demostró que después del tratamiento existió una diferencia significativa entre los grupos con respecto a la disposición hacia la pena de muerte, el valor de $F_{7,118}=4.95$, con $p<.05$. También se observa que el orden obtenido no es el pronosticado teóricamente con respecto a las variables independientes (ver tabla 8), lo cual dará de que hablar en la sección de discusiones.

Como se nota en la grafica 6, los grupos 1 a 4 presenta los valores más bajos, particularmente el grupo 4, a pesar de esto, son valores que se mueven muy cerca del valor 3 (indeciso). El grupo 6 es el que tiene una media mas grande, cuyo valor es superior al valor 4, que en corresponde a la opción "en desacuerdo" con la pena capital. Los demás grupos muestran medias entre las opciones 3 y 4. Teóricamente se esperaba que el grupo 8 y el grupo 2 (en ese orden) tuvieran medias superiores a las de los demás grupos experimentales.

Todo ello sugiere de manera preliminar que los tratamientos con baja relevancia personal (independientemente de las otras condiciones y sin saber si existió interacción entre las variables), obtuvieron en general menor nivel de persuasión inmediata a diferencia de los grupos con cuyo tratamiento incluyo además de otras condiciones alta relevancia personal. También se observa de manera preliminar que los grupos no se comportan como lo predice la teoría, lo que nos lleva a pensar que la relación de condiciones (entre variables independientes) es más compleja de lo esperado.

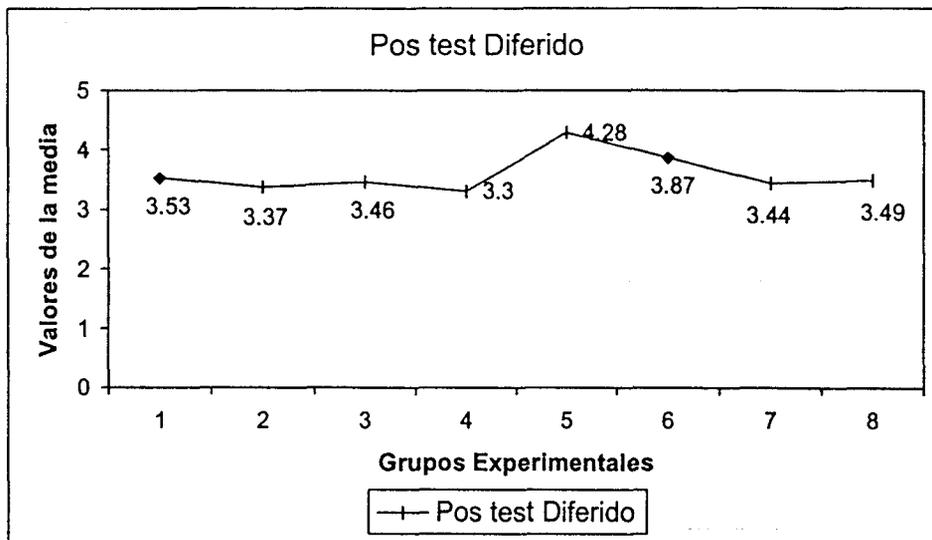
Grafica 6: Medias de los grupos experimentales para el pos test inmediato



4.4.4 COMPARACIÓN DE LOS GRUPOS CON EL POS TEST DIFERIDO

En el pos- test diferido, el análisis de varianza con prueba de una vía (ONEWAY) de contraste pos-hoc (Scheffé) demostró que después de cierto tiempo (5 días) existió una diferencia significativa en todos los grupos con respecto a la DHPM, el valor de $F_{7,92}=2.88$, con $p<.05$. Nuevamente se observa que el orden obtenido no es el pronosticado teóricamente por la combinación de variables independientes, los grupos 8 y 2 deberían mostrar los valores más altos, a pesar de lo cual son los grupos 5 y 6 los que obtuvieron mayor puntaje (equivalente a una menor disposición hacia la aplicación de la pena de muerte).

Grafica 7: Valores de las medias de los grupos experimentales para el pos test diferido



En la grafica 7 se puede observar que el grupo con menor media, fue el numero 2 (como se esperaba) y el más alto el número 5 que esta por arriba del valor 4, lo cual es otra sorpresa.

En general los grupos se mueven entre el rango comprendido por el valor de opción 3 (indecisión) y el 4 (en desacuerdo con la pena capital).

4.4.5 NECESIDAD DE COGNICIÓN DE LOS GRUPOS EXPERIMENTALES

En cuanto a la escala de Necesidad de Cognición, no se encontraron diferencias significativas con respecto a los grupos experimentales ($F_{7,111}=1.63$, ns).

4.4.6 INDIVIDUALISMO DE LOS DIFERENTES GRUPOS EXPERIMENTALES

En cuanto al individualismo de los diferentes grupos experimentales, se encontró que de igual manera que en el caso anterior no existen diferencias significativas entre los diversos grupo, como lo muestra el valor de la prueba $F_{7,92}= 1.64$, ns.

4.4.7 CAMBIO DE ACTITUD PARA LOS DIFERENTES GRUPOS EXPERIMENTALES

Ahora bien, dado que nuestra variable dependiente es el cambio de actitud se procedió a analizar las diferencias por grupo entre las diferentes aplicaciones (Pre test con pos test inmediato y este ultimo con pos test diferido) con las correspondientes pruebas t y anovas.

Tabla 9: Resumen de resultados del experimento

		Relevancia Baja				Relevancia Alta			
		Cal. Men. Baja		Cal. Men. Alta		Cal. Men. Baja		Cal. Men. Alta	
		Fuente Alta	Fuente Baja	Fuente Baja	Fuente Alta	Fuente Alta	Fuente Baja	Fuente Baja	Fuente Alta
Grupo Experiment		1	2	3	4	5	6	7	8
Medias N	Pre- test	2.22 14	3.01 15	1.96 15	1.99 14	3.05 16	2.51 15	3.39 15	2.33 15
	Pos_1	3.07 14	3.01 15	3.06 15	2.93 14	3.47 16	4.22 15	3.80 15	3.58 15
	Pos_2	3.53 12	3.37 13	3.46 13	3.30 11	4.28 15	3.87 13	3.44 12	3.49 11
Diferencia De Medias	Pre-pos1	0.85	0.00	1.1	0.97	0.42	1.71	0.41	1.25
	Pos1-pos2	0.46	0.36	0.40	0.34	0.81	-0.35	-0.36	-0.09
Pruebas "t"	Pre-pos1 Gl	3.94 13	-0.004 14	4.41 12	4.12 13	1.35 15	6.78 14	3.07 14	4.25 14
	Significancia	.002	.997	.001	.001	.196	.000	.008	.001
	Pos1- Pos2 Gl	-3.74 11	-1.07 12	-1.37 12	-1.26 10	-2.59 14	3.29 12	.882 11	.137 10
	Significancia	.003	.302	.195	2.33	.021	.006	.397	.894
Cualidad Esperada		+	-	-	+	+	-	-	+
Cualidad del Cambio 1		+	-	+	-	-	+	-	+
Cualidad del Cambio 2		+	-	+	-	+	-	-	+

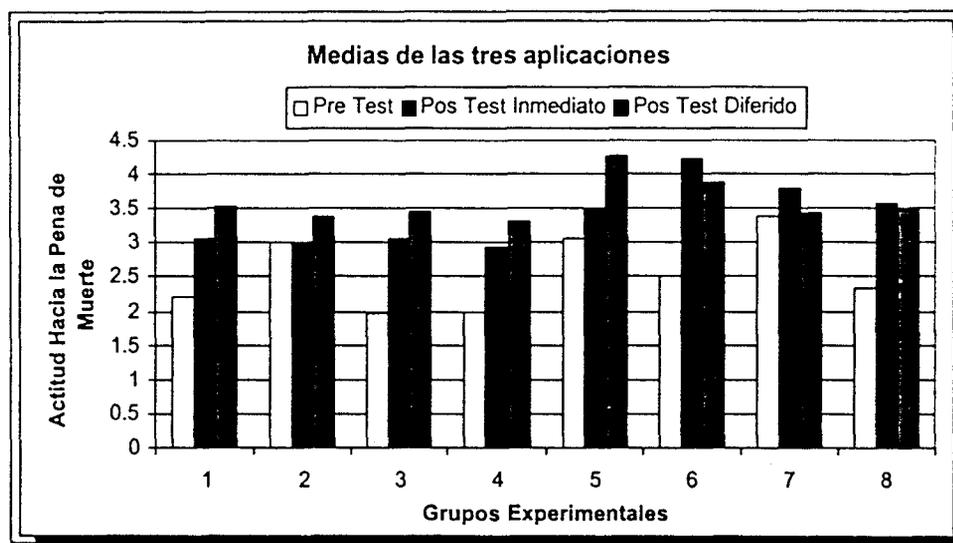
Podemos ver todos estos resultados resumidos en la tabla 9, Donde se puede apreciar en todas las celdas excepto la marcada con el número dos, (que corresponde a la condición de baja relevancia, baja

calidad del mensaje y baja expertez de la fuente) se dio algún cambio significativo, como se esperaba teóricamente. La celda correspondiente al número 6 (es decir, alta relevancia, baja calidad del mensaje y fuente con baja expertez) es la que tiene un mayor grado de diferencia entre medias (1.71 del pre test al pos test inmediato y 1.36 del pre test al pos test diferido).

Inicialmente se esperaba que el grupo experimental marcado con el numero 2 fuera aquel que no cambiara su actitud, fue sorprendente encontrar que el grupo 6 (un grupo cuyo tratamiento implica una fuente poco experta en el tema) lograra el mayor cambio en el pos inmediato.

Los símbolos marcan la cualidad esperada teóricamente y la obtenida, existen múltiples grupos que dan resultados no esperados (5 de 8). Esta situación se ve algo matizada en el pos test diferido (4 de 8), lo cual nos lleva a pensar que es mas conveniente analizar los efectos individuales de las variables independientes, antes de concluir sobre esta situación.

Gráfica 8: Valores de las medias para los 8 grupos Experimentales en las tres aplicaciones



De la grafica 8 hay que tomar en cuenta que los grupos experimentales son producto de una combinación de variables independientes, por tanto, no podemos saber si se gestó una interrelación entre variables que inhibió o exalto algún efecto particular en los receptores, tampoco es posible ver el comportamiento individual de cada una de las variables y mucho menos saber cual influyo más en los sujetos para procesar o no el mensaje, en resumen, podemos ver cómo actúo la persuasión, pero no, lo que la provocó de manera específica.

El comportamiento del grupo 1 es muy interesante, pues en un principio se le dio un tratamiento con una fuente de bajo prestigio, sin embargo 13 de los 14 sujetos que formaban el grupo calificaron a la fuente como experta en el tema, mientras que en el grupo 2, 10 de los 15 sujetos calificaron a la fuente como poco experta en el tema, de ahí que como se explicó en el apartado sobre el chequeo de la manipulación, se haya decidido cambiar las condiciones y verificar como se esperaba teóricamente que en condiciones de baja relevancia, el mayor cambio de actitud es producto de una clave periférica, en este caso la expertez de la fuente. De esta forma también es comprensible el comportamiento del grupo 2, que en las condiciones que

se le asignó finalmente (baja relevancia, calidad del mensaje y expertez de la fuente) tiene el menor nivel de cambio para el primer pos test, como se esperaba teóricamente.

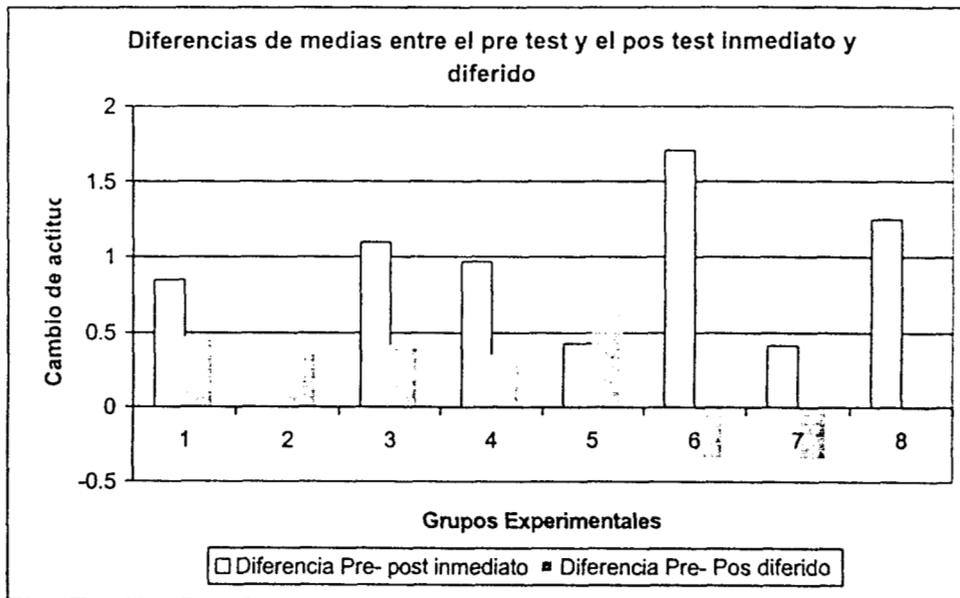
Al observar detenidamente parece existir cierto patrón de comportamiento entre los grupos, parece ser que los 1, 2, 3 y 4 tienen en general medias mas bajas que los grupos 5, 6, 7 y 8. El grupo 6 es el que tiene el valor mas alto para el pos test inmediato y el grupo 5 para el pos test diferido, mientras que el grupo 4 tiene el valor mas bajo para el pos test inmediato y diferido.

Podemos afirmar con base en estos datos es que el factor tiempo juega un papel determinante en el proceso de persuasión, pues 5 de los 8 grupos aumentaron (algunos como el grupo 5 considerablemente) y aquellos que retrocedieron (6,7 y 8) no lo hicieron de manera significativa.

En suma parece ser que la interrelación de las variables puede generar comportamientos no esperados y explicados por la teoría.

En cuanto al comportamiento de los grupos experimentales con respecto a las variables dependientes (cambio inmediato y diferido), se encuentran resultados muy interesantes que se pueden apreciar en la grafica 9.

Gráfico 9: Diferencia de medias entre el Pre test y el pos test inmediato y Diferido



El grupo dos que conjuntaba las dimensiones bajas de las tres variables independientes (relevancia, calidad del mensaje y expertez de la fuente) fue el grupo que menos cambio de manera inmediata (como se esperaba teóricamente) mientras que el grupo que mas cambio fue el 5 (Relevancia alta, calidad del mensaje baja y expertez de la fuente baja). El grupo 6 fue el que sufrió cambios mas drásticos entre el cambio inmediato y el diferido, mientras que el grupo 8 (Alta relevancia, calidad del mensaje y expertez de la fuente) fue el grupo que menos en el transcurso de los 5 días que pasaron entre una y otra aplicación.

4.5 VARIABLES INDEPENDIENTES

Sin embargo, dados los resultados obtenidos, donde no se verifican una buena cantidad de preceptos teóricos, cabe preguntarse si esto no podría deberse al hecho que al analizar los datos por medio de los grupos experimentales, las interrelaciones de las diversas condiciones puedan afectar los resultados, mostrando aspectos no esperados.

Por todo esto el siguiente paso es un análisis de los datos, tomando como base, no las condiciones correspondientes a los grupos experimentales, sino de las variables independientes, para ello, se realizaron los correspondientes análisis de varianza factorial, considerando de manera independiente a las variables Relevancia personal, calidad del mensaje y expertez de la fuente para los diversos pos test (inmediato y diferido), los resultados están resumidos en la tabla 10.

Tabla 10: Análisis de Varianza factorial de todas las variables independientes y sus interacciones contra la variable dependiente cambio de actitud inmediato

	Cambio Inmediato		Cambio Diferido	
	gl	F	gl	F
Variables Independientes				
Relevancia Personal	1	1.58	1	3.41/
Calidad del mensaje	1	1.02	1	.435
Expertez de la Fuente	1	15.51***	1	.676
Interacciones de Segundo Orden				
Relevancia con Calidad del mensaje	1	5.31**	1	.256
Relevancia con Expertez de la Fuente	1	4.05**	1	1.16
Calidad del mensaje con expertez de la fuente	1	4.15**	1	1.73
Interacciones de Tercer Orden				
Relevancia P con Calidad del M con Expertez de la Fuente	1	.583	1	1.15

p<.01 y *p<.001

Se aprecia que de las variables independientes, solo la expertez de la fuente muestra un valor significativo ($F= 15.51$, $p<0.001$) lo cual indica que las personas tomaron más en cuenta la expertez de la fuente que cualquier otra variable de las variables independientes, sugiriendo de manera preliminar, que es la ruta periférica la que a través de este heurístico tenga mayor relevancia en el presente estudio.

A pesar de ello, no hay que dejar de observar las interacciones, principalmente de segundo orden, que demuestran de acuerdo a sus valores que la combinación de dos variables independientes puede manifestar cambios significativos en la conducta de los sujetos, por lo menos de manera inmediata. Es curioso que la interacción de tercer orden no sea significativa, pues agrupa las tres variables independientes.

4.5.1 INTERACCIONES SIGNIFICATIVAS PARA EL CAMBIO INMEDIATO

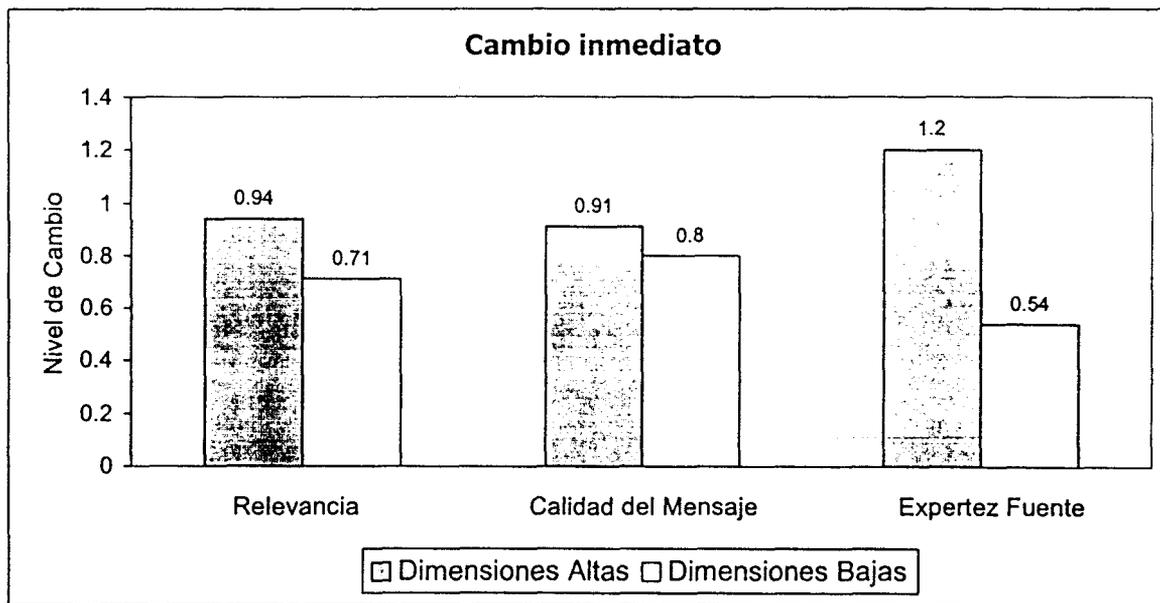
La tabla 11, resume los valores de cada variable independiente y nos permiten observar su específica en el cambio de actitud, tanto inmediato como diferido y en la grafica 10, se observan las dimensiones altas de las variables independientes, mismas que lograron un mayor nivel de cambio (en contra de la pena capital) de manera inmediata, particularmente la expertez de la fuente se mostró como una variable altamente persuasiva..

Tabla 11: Medias para cada una de las variables independientes de la muestra experimental

		Variables Independientes					
M E D I A S		Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Calidad Mensaje	Baja Calidad Mensaje	Alta Expertez Fuente	Baja Expertez Fuente
	Pre Test	2.83 57	2.30 56	2.40 56	2.73 57	2.27 58	2.86 55
	Pos Test Inmediato	3.76 57	3.02 56	3.30 56	3.48 57	3.44 58	3.35 55
	Pos Test Diferido	3.79 48	3.39 47	3.40 44	3.76 51	3.49 47	3.70 48
P R U E B A S T	Var Deptes						
	Cambio 1	.94 6.47***	.71 5.35***	.91 7.58***	.80 4.76***	1.20 9.20***	.54 3.56***
	Cambio 2	.049 .305	.41 2.82**	.14 .808	.29 2.13*	.10 .678	.33 2.11*
	Cambio1 – Cambio 2	.90 3.25**	.30 1.51	.81 2.93**	.51 1.96	1.10 4.41***	.11 .825

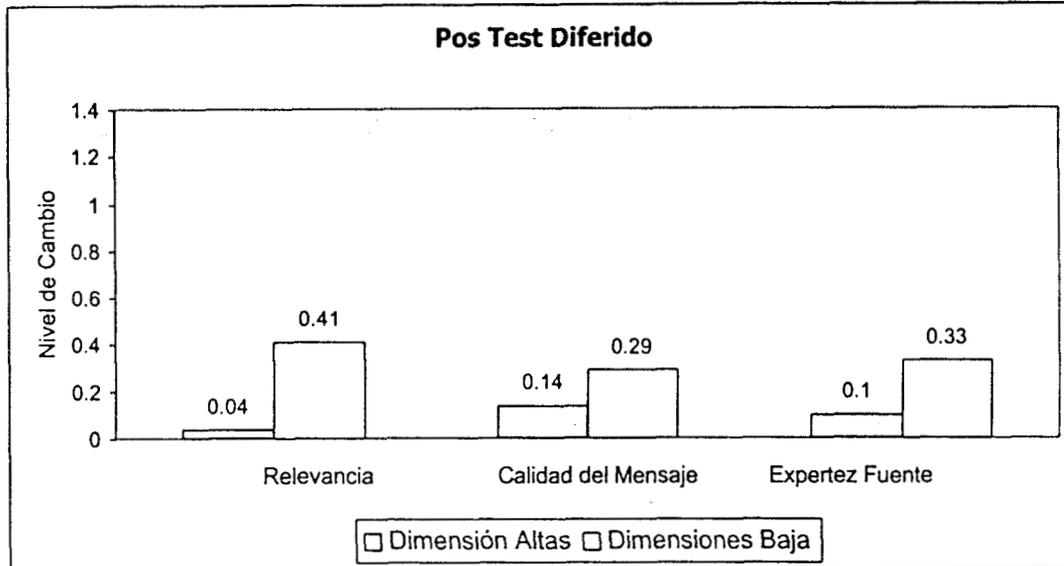
p<.01 y *p<.001

Gráfica 10: Nivel de cambio inmediato provocado por cada dimensión de las variables independientes



La grafica 11 muestra cómo las dimensiones bajas de las variables independientes fueron las que lograron un mayor nivel de cambio de forma diferida (5 días después del cambio inmediato), particularmente la relevancia personal se mostró como una variable importante.

Grafica 11: Nivel de cambio diferido provocado por cada dimensión de las variables independientes



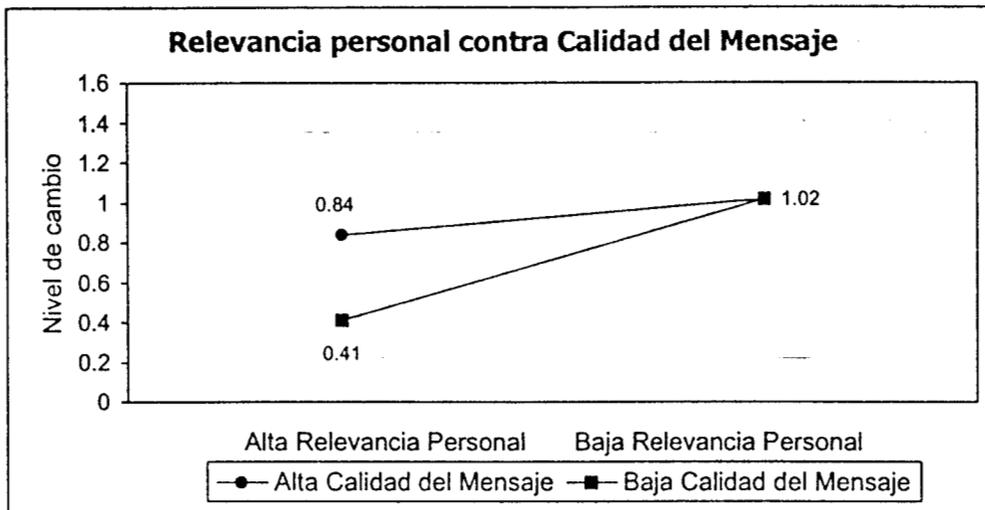
Los datos de estas graficas muestran que en un primer momento las personas toman en cuenta la alta calidad del mensaje, relevancia personal y expertez de la fuente con el paso del tiempo, esta postura no se modifica, pero bajo este mismo factor (tiempo) las dimensiones bajas aumentan su influencia, esto es las personas que ven el problema con una baja relevancia en su vida, tienen poca información (calidad del mensaje) y a pesar de una fuente poco experta en el tema, sufren ligeros cambios en el sentido que propone el mensaje (menos apoyo a la pena de muerte). El valor de las interacciones de segundo orden se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 12: Valores de las interacciones en la condición de cambio de actitud inmediato

Variables	Alta Calidad del Mensaje	Baja Calidad del Mensaje	Alta Expertez de la Fuente	Baja Expertez de la Fuente
Baja Relevancia	1.02 29	.41 29	.89 28	.55 30
Alta Relevancia	.84 29	1.02 32	1.48 30	.41 31
Alta Expertez de la Fuente	1.10 29	1.29 29		
Baja Expertez de la Fuente	.77 29	.22 32		

El resumen de los resultados se puede apreciar en las siguientes graficas 12, 13 y 14. La primera de ellas (grafica 12, pagina 83) muestra como se esperaba, que al aumentar la relevancia personal cobra más importancia una alta calidad del mensaje, sobre una baja calidad de información de los argumentos, sin embargo se puede observar que el mayor nivel de cambio se da en condiciones de una baja relevancia personal, donde las personas consideran que es prácticamente igual de importante un mensaje de alta y de baja calidad.

Grafica 12: Interacción de 2º orden para el cambio inmediato: Relevancia Personal y Calidad del Mensaje



En otras palabras, cuando la persona no considera relevante el asunto, no toma en cuenta la calidad de información que se le proporciona, a pesar de lo cual es altamente vulnerable a un cambio de actitud por parte del mensaje, o dicho de otra forma, la alta relevancia personal que un sujeto pueda tener sobre el problema obliga a una separación muy clara de los atributos del mensaje para lograr un efecto de cambio. Dicha división de los atributos del mensaje no es importante en condiciones de baja relevancia.

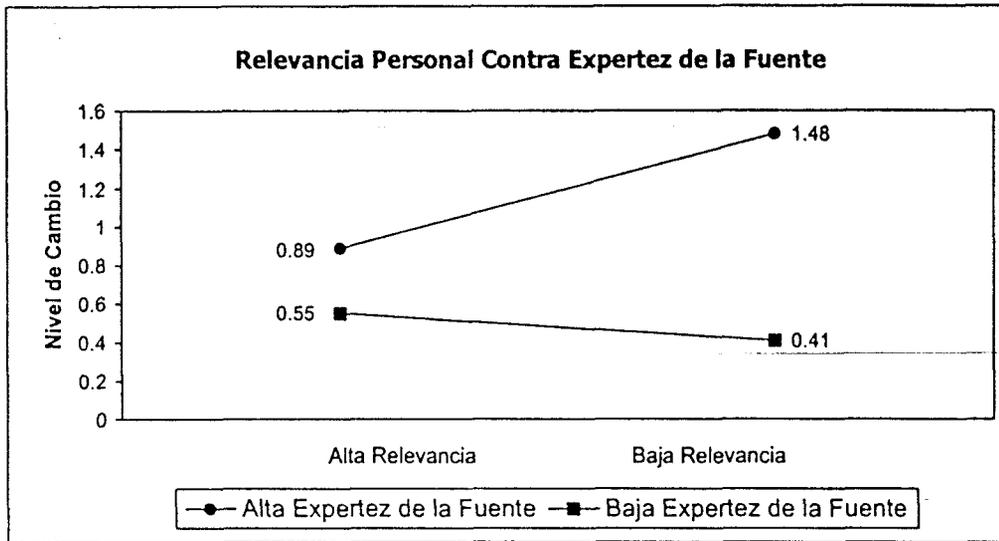
De esta forma vemos como la ruta periférica resulta ser una estrategia mucho más eficiente de lo esperado o delineado por la teoría, pues basta un mensaje, cualquiera, sin importar sus características para lograr un cambio de actitud, queda por revisar en investigaciones posteriores si este hecho se ve influenciado por características del experimentador que al presentarse como psicólogo (profesión compartida con la muestra) haya funcionado como catalizador en la confianza sobre el mensaje, inhibiendo la importancia del texto propiamente. Ahora bien, la otra interacción que influye en el cambio inmediato se ve reflejada en la grafica 13.

Los resultados de esta interacción confirman nuestras hipótesis, muestran que a menor relevancia personal, mayor importancia cobra el hecho de que la fuente sea experta o no, mientras que en condiciones de alta relevancia personal es prácticamente igual de importante el tipo de fuente que emite el mensaje.

Con base en estos resultados podemos sugerir que es la calidad implícita del argumento y no la calidad de éste es lo que más llama la atención de las personas, en otras palabras, la gente se deja guiar más por la calidad de la fuente que por el mensaje mismo, este hecho es realmente sorprendente, pues las pruebas de validación apuntan al hecho de que los sujetos si leyeron el mensaje, comprendieron su significado y recordaban su contenido, pero no pudieron hacer una distinción muy precisa de la calidad del argumento, este factor se puede deber a dos hechos fundamentales:

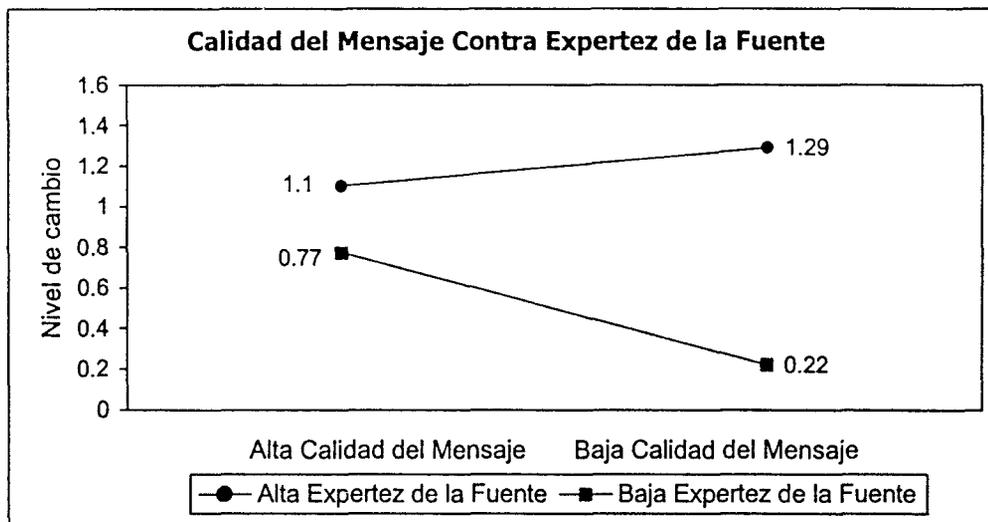
- No estamos acostumbrados a juzgar los argumentos, esto puede ser producto de algunas cuestiones culturales propias de las personas o del tema.
- La importancia de lo que se dice es mínima comparada con la importancia de quien lo dice.

Grafica 13: Interacción de 2º orden para el cambio inmediato: Relevancia Personal y Expertez de la fuente.



Finalmente, la otra interacción de segundo grado que influyo de manera significativa en el cambio inmediato se puede apreciar en la grafica 14, Donde se observa que la expertez de la fuente cobra más sentido cuando se proporciona a las personas un mensaje de baja calidad, mientras que ante un mensaje de alta calidad parece ser indiferente el conocimiento percibido que la fuente tiene sobre el tema.

Grafica 14: Interacción de 2º orden para el cambio inmediato: Calidad del Mensaje y expertez de la fuente



La interacción presentada en la grafica 14 demuestra primero que cualidad de la fuente solo es importante ante un mensaje de baja calidad, seguramente porque obedece a una lógica interna de coherencia entre el contenido del mensaje y la supuesta expertez de la fuente, pues sería ciertamente ilógico considerar a una fuente como experta cuando el mensaje nos da información francamente pobre. Empero, si el mensaje es de baja calidad parece ser que existe cierto margen de tolerancia, pues en esas condiciones si hay distinción y prevalece la influencia heurística como producto de la expertez de la fuente.

4.6 EFECTO DE LAS COVARIABLES

4.6.1 NECESIDAD DE COGNICIÓN

Al introducir la necesidad de cognición como covariable se obtienen los siguientes valores: $F = .499$, ns., en el pos test inmediato y $F = .432$, ns., para el pos tes diferido. Cuando se compara con los dos cambios, se mantiene el comportamiento de las variables presentado anteriormente, con la expertez de la fuente como única variable dependiente significativa para el cambio inmediato junto con todas las interacciones de segundo orden.

Tabla 13: Análisis de Varianza factorial de las variables independientes, sus interacciones y la covariable necesidad de cognición para cambio de actitud inmediato y diferido

Covariable	Cambio Inmediato		Cambio Diferido	
	GI	F	GI	F
Necesidad de cognición	1	.046	1	.941
Variables Independientes				
Relevancia Personal	1	1.51	1	3.14
Calidad del mensaje	1	1.03	1	.502
Expertez de la Fuente	1	15.41***	1	.590
Interacciones de Segundo Orden				
Relevancia con Calidad del mensaje	1	4.86*	1	.595
Relevancia con Expertez de la Fuente	1	4.04*	1	1.43
Calidad del mensaje con expertez de la fuente	1	4.017*	1	1.58
Interacciones de Tercer Orden				
Relevancia P con Calidad del M con Expertez de la Fuente	1	.595	1	1.34

* $p < .05$ y *** $p < .001$

En la Tabla 13, se observa que no es significativa la influencia de la necesidad de cognición ni en el cambio inmediato ni en el diferido, por lo cual podemos decir que no hay participación de esta covariable con respecto a la variable dependiente, en otras palabras el cambio de actitud se debe únicamente a las variables independientes y sus interacciones.

La tabla 14 obedece al hecho de que, dado que el análisis de varianza factorial nos permitió analizar a la necesidad de cognición como una covariable continua, cabe preguntarse si dado la diferencia de puntuación en la escala de necesidad de cognición ¿existe alguna participación de ésta como una variable de dos dimensiones (alta y baja necesidad de cognición) en los efectos encontrados?

Para responder a esta pregunta se procedió a crear una variable que dividiera a la muestra entre los sujetos de alta y baja necesidad de cognición y analizar su comportamiento como una variable independiente. Los resultados tanto para el primer cambio, como para el segundo se muestran en la tabla 14, en ella encontramos tres interacciones de tercer orden en el cambio diferido, lo cual quiere decir que la necesidad de cognición interactúa con las demás variables independientes (relevancia, calidad del mensaje y expertez de la fuente) después de un breve periodo de tiempo, presumiblemente a lo largo del cual los sujetos están pensando en el asunto

Tabla 14: Análisis de Varianza factorial con la necesidad de cognición como variable Independiente, en el cambio inmediato y diferido

	Cambio Inmediato		Cambio Diferido	
	gl	F	gl	F
Variables Independientes				
Necesidad de cognición	1	2.01	1	4.76*
Relevancia Personal	1	.917	1	1.16
Calidad del mensaje	1	.116	1	.01
Expertez de la Fuente	1	9.04**	1	.001
Interacciones de Segundo Orden				
Necesidad de cog. Con Relevancia	1	2.35		.555
Necesidad de cog. Con calidad del mensaje	1	3.33		.377
Necesidad de cog. con expertez de la fuente	1	1.49		.472
Relevancia con Calidad del mensaje	1	2.85	1	2.33
Relevancia con Expertez de la Fuente	1	6.27*	1	4.50*
Calidad del mensaje con expertez de la fuente	1	3.35	1	.225
Interacciones de Tercer Orden				
Nec. Cog. * Relevancia * Expertez fuente	1	.307	1	5.25*
Nec. Cog * Cal. Mensaje * Expertez fuente	1	.136	1	5.75*
Nec. Cog * Relevancia * Calidad del mensaje	1	3.33	1	7.83**
RELEVANC * CAL_MEN * FUENTE	1	.028	1	2.86
Interacciones de Cuarto Orden				
Nec. Cog *RELEVANC * CAL_MEN * FUENTE	1	.087	1	.533

*p<.05 y **p<.01

Las medias (que indican el nivel de cambio de actitud, donde a mayor valor mayor cambio de actitud) se presentan en la siguiente tabla y se resumen en las graficas 15,16 y 17.

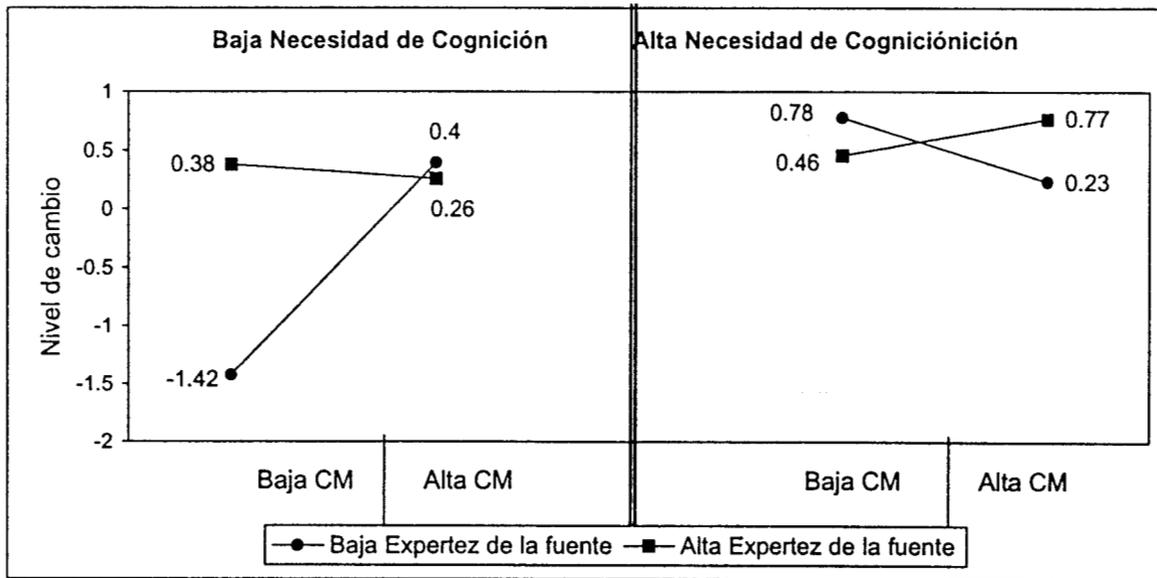
Como se puede apreciar en la grafica 15, cuando las personas tienen una baja necesidad de cognición, y se les presenta un mensaje de baja calidad, es muy importante la expertez de la fuente, no así, cuando el contenido del mensaje es alto. También se observa que en esta condición la alta expertez de la fuente se mantiene más o menos constante, lo cual sugiere que es la variable que mas llama la atención de los sujetos. Cuando tenemos baja necesidad de cognición y al paso de los días la información del mensaje parece cobrar cada vez mas importancia.

Por otro lado, en condiciones de una alta necesidad de cognición parece ser mas importante la combinación de un mensaje con información (alta calidad del mensaje) y una fuente experta, o bien, si el mensaje es de baja calidad, la fuente no experta es mas efectiva (tal vez por que es ilógico que una fuente experta en un tema manifieste un mensaje pobre en información y viceversa), lo cual nos esta sugiriendo nuevamente la importancia de la coherencia entre mensaje y fuente, dato que prevalece sobre el simple hecho de la presencia de reglas heurísticas.

Tabla 15: Valores de las medias para las Interacciones de tercer orden el cambio diferido

		Baja Necesidad de Cognición		Alta Necesidad de Cognición	
		Cal. Men. Baja	Cal. Men. Alta	Cal. Men. Baja	Cal. Men. Alta
M E D I A S	Baja Expertez	-1.42 2	.40 7	.78 10	.23 5
	Alta Expertez	.38 6	.26 5	.46 5	.77 5
	Baja Relevancia Personal	-.07 8	.35 13	.23 13	-.12 12
	Alta Relevancia personal	.67 15	.50 10	.04 15	.48 10
		Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia
N	Baja Expertez	.03 10	.40 14	.60 15	.13 12
	Alta Expertez	32 10	-.70 11	.61 10	.19 13

Grafica 15: Interacción de 3er orden para el cambio diferido: Necesidad de cognición, Calidad del Mensaje y expertez de la fuente.

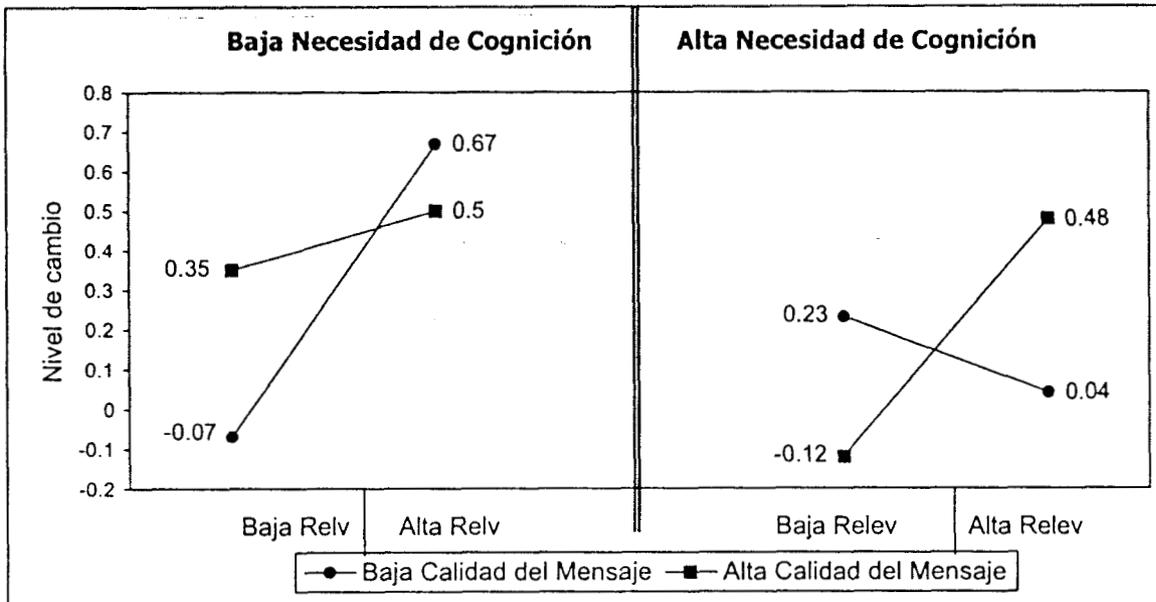


Donde CM= Calidad del Mensaje.

Como se observa en el grafico 16 (pagina 88), el cambio diferido esta mediado por una condición de baja necesidad de cognición y baja relevancia personal, donde es más importante la calidad del mensaje, cosa que no ocurre así cuando la relevancia personal es alta, aquí al parecer los sujetos toman en

consideración el mensaje con poca información, tal vez por que saben que deben dar una respuesta, pero no tienen la motivación para elaborarla.

Grafica 16: Interacción de 3er orden para el cambio diferido: Necesidad de cognición, relevancia personal y Calidad del Mensaje



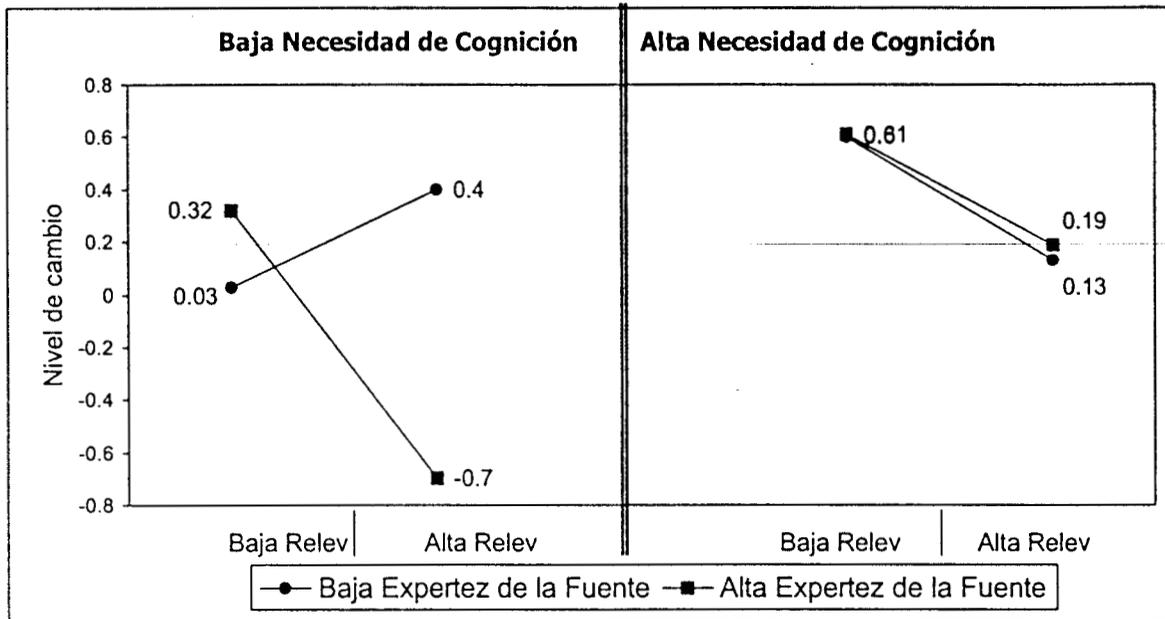
Donde Relv= Relevancia Personal

En condiciones de alta necesidad de cognición y alta relevancia personal es más importante la calidad del mensaje (como era de esperarse), no sucede igual cuando existe una alta necesidad de cognición y baja relevancia, en este caso, la mayor influencia se muestra con un mensaje de baja calidad, lo cual nos dice que cuando pensamos en el problema después de un tiempo y si consideramos que este no afecta nuestros intereses, las personas tienden a analizar y canalizar mejor un mensaje de baja calidad y no se dejan llevar por la calidad del mensaje como un heurístico. Nuevamente parece estar interviniendo la coherencia interna ahora, entre el mensaje y la motivación del sujeto, cuando algo no es relevante en mi vida basta que analice varias veces la información más accesible. Finalmente, esta misma lógica puede aplicarse al caso de una condición donde no pienso personalmente en el problema pero es relevante para mí, dado el nivel de motivación que induce esta combinación de variables, al sujeto le basta con analizar un mensaje con poca información, tal vez por ser más sencillo y accesible para su análisis.

En la grafica 17 (pagina 89) se muestran las otras interacciones de tercer orden que resultaron significativas para el cambio diferido. Como se esperaba cuando existe una baja necesidad de cognición y una baja relevancia personal, los sujetos están bajamente motivados y tienen que recurrir a una regla heurística como es la expertez de la fuente, empero, cuando subimos el nivel de relevancia personal, entonces se puede apreciar que una fuente de baja expertez es incluso más persuasiva que la condición antes mencionada y predicha por la teoría, nuevamente debemos recurrir a la noción de coherencia interna, pues si con el paso del tiempo no se piensa en el problema, pero éste se considera importante, entonces los sujetos saben que la expertez de la fuente no es tan importante, como vimos en el otro apartado, debe existir

una coherencia entre cualidad del mensaje y su calidad, lo cual puede ser la razón de este inesperado resultado.

Grafica 17: Interacción de 3er orden para el cambio diferido: Necesidad de cognición, relevancia personal y expertez de la fuente



Donde Relev= Relevancia Personal

Más sorprendente es el otro resultado, cuando la persona tiene la motivación para pensar en el problema por varios días, no es capaz de encontrar diferencias entre el tipo de fuente tanto si el problema le es o no relevante y es en la condición de baja relevancia personal donde alcanza un nivel máximo de persuasión.

Este hecho se puede entender si consideramos que en condiciones de alta motivación (alta relevancia y necesidad de cognición) los sujetos no le prestan mucha caso a la fuente, si no al contenido del mensaje, pues es éste último el que proporciona verdadera información.

Ahora bien, cuando se piensa en el problema por varios días aunque se considere que este no es importante, es indiferente el tipo de fuente, nuevamente debemos inclinarnos por suponer que saber la expertez de la fuente no revela información importante para analizar el problema, lo cual es un dato muy interesante teóricamente.

4.6.2 INDIVIDUALISMO- COLECTIVISMO

Finalmente el análisis de varianza factorial general (tabla 16), para determinar la participación de la covariable individualismo- colectivismo, indica que, existe una participación de esta covariable en el cambio inmediato, en otras palabras, el hecho de ser individualista afecta en la disponibilidad de persona de estar a favor o en contra de la pena de muerte, como lo demuestra el valor de F para el cambio inmediato (F= 8.54), se observa también que es la variable expertez de la fuente la única variable independiente que por si sola

es influyente en el cambio de actitud inmediato. También se puede apreciar el hecho de que ninguna interacción fue importante.

Tabla 16: Análisis de varianza Factorial entre la actitud hacia la pena de muerte y el individualismo competitivo de la Escala Colectivismo Individualismo en el pos test inmediato

Covariable	Cambio Inmediato		Cambio Diferido	
	GI	F	GI	F
Individualismo	1	8.54**	1	1.09
Variables Independientes				
Relevancia Personal	1	.674	1	3.03
Calidad del mensaje	1	.002	1	.433
Expertez de la Fuente	1	11.241**	1	.396
Interacciones de Segundo Orden				
Relevancia con Calidad del mensaje	1	3.22	1	.727
Relevancia con Expertez de la Fuente	1	1.65	1	.120
Calidad del mensaje con expertez de la fuente	1	3.49	1	1.61
Interacciones de Tercer Orden				
RELEVANC * CAL_MEN * FUENTE	1	.246	1	.744

***p<.001

Dado que es difícil apreciar en una gráfica el comportamiento de las covariables, nos abstendremos de hacerlo, limitándonos a expresar los resultados mostrados en la tabla 16.

En cuanto a la participación de la variable independiente Expertez de la fuente, que fue la única variable significativa para el cambio inmediato, el análisis multifactorial arrojó como resultados una media de .76 (con una desviación estándar .93) para la condición de baja expertez de la fuente y .95 para la condición de alta expertez de la fuente (con una desviación estándar de 1.19). En otras palabras, cuando el individualismo de los receptores influye a la expertez de la fuente, se encuentra que la fuente menos experta logra mayor influencia. Tal vez por que se reconoce el esfuerzo individual de la fuente (una recién egresada), lo cual estaría actuando a manera de sesgo e invirtiendo los valores teóricos esperados

En otras palabras, los receptores interpretaron de manera adicional (y seguramente como producto de su tendencia ligeramente individualista) cierta identificación con una persona joven, recién egresada de una universidad pública. Cabe aclarar que en el piloteo tanto del mensaje como de la calidad de las fuentes, no se encontró ningún indicio que nos lleve a suponer esta posibilidad, lo cual demuestra lo complejo y variado que puede ser el proceso de persuasión) e invirtiendo los valores teóricos esperados

CONCLUSIONES

La cognoscibilidad del universo no sólo depende de la cantidad de leyes
Que expliquen los fenómenos naturales, sino también de la apertura mental
Y capacidad intelectual para comprender tales leyes.

Por mi parte, me gusta vivir en un universo que encierra aún mucho de
Desconocido y que, al mismo tiempo, es susceptible de llegar a ser interpretado.

Carl Sagan

5.1 CON RESPECTO A LAS HIPÓTESIS

5.1.1 ACTITUD HACIA LA PENA DE MUERTE

La presente investigación buscaba encontrar algunos datos que confirmaran que pese a lo que a veces podría pensarse, una buena cantidad de las personas, aún siendo jóvenes y con un nivel de estudio universitario, tienen una disposición a aceptar que se aplique la pena de muerte en nuestro país.

Los resultados de la aplicación del ETPM muestran que efectivamente los estudiantes de la carrera de psicología social, pertenecientes a la UAM- Iztapalapa, tienden a estar de acuerdo e indecisos en cuanto a la aplicación de la pena de muerte, (media de 2.57, ver grafica 1). Con lo cual se verifica la hipótesis 1.

5.1.2 CONSIDERACIONES SOBRE LAS VARIABLES

¿Por qué jóvenes universitarios no consideran algunos aspectos implícitos que rodean a un problema tan delicado?, como se ha visto en el marco teórico, la respuesta puede estar dada por que:

- tal vez, consideran que esos elementos no interfieren en la decisión a saber o
- quizás, no han considerado esas posibilidades.

Si aceptamos la primera propuesta, tendríamos también que aceptar que un cambio de actitud en el sentido contrario (una baja disposición a que se aplique la pena de muerte) sería algo difícil de conseguir, dado que las personas ya tienen una estructura cognitiva bien establecida en torno al tema y cualquier elemento en sentido contrario, será comparado y sometido a largas pruebas de escrutinio. Como se demuestra en las aplicaciones que siguieron a ciertos tratamientos basados en una estrategia de comunicación persuasiva, resulto mas o menos sencillo lograr un cambio de actitud de manera inmediata (de una media de 2.57 a una de 3.40) y cuyos efectos se mantuvieron después de 5 días (de una media de 3.40 a una de 3.62, tabla 6).

Todo esto nos lleva a pensar que mas que detentar una posición firme sobre el tema, las evaluaciones de las personas no han considerado estas posibles implicaciones. Nuevamente la pregunta es ¿por qué?. Aquí también existen dos posibilidades:

- por un lado que las personas no sean capaces de ver los detalles que rodean a esta situación.
- La otra posibilidad es que dadas ciertas condiciones las personas no estén llevando a cabo el trabajo cognitivo para descubrir estos elementos.

Esto quiere decir, que si bien las personas tienen la capacidad para analizar el problema de la pena de muerte a fondo y descubrir que no es viable su aplicación, no están motivadas para realizar todo ese trabajo cognitivo.

De ahí la primera pregunta de investigación, ¿son las condiciones de motivación un factor que determina la disposición favorable hacia la pena de muerte?, ahora podemos responder que efectivamente esta condición particular de las personas puede afectar y llevar a los sujetos a considerar la viabilidad de este castigo y olvidarse de todos los elementos que están alrededor del problema.

¿Cómo podemos aventurarnos a responder esto?. Los resultados obtenidos a través de la experimentación y con esta muestra específica muestran que cuando logramos cambiar el planteamiento del problema de tal suerte que los sujetos sientan motivación a analizar la posibilidad de que se aplique la pena capital en nuestro país, sucede un cambio de actitud en el sentido planteado por la comunicación, como lo muestra el hecho de que todos los grupos experimentales donde se combinaron sufrieron un cambio de actitud y pasaron de estar de acuerdo con la pena capital a estar indecisos o en desacuerdo (como lo muestra la grafica 6, 7, 8 y la tabla 8) Los 8 tratamientos realizados de manera experimental buscan lograr combinar y comparar situaciones donde se pueda motivar al sujeto a pensar en el problema con situaciones donde no esta motivado (Alta y baja Relevancia personal), donde se le proporcione información "científica" o de opinión (alta y baja Calidad del mensaje) emitida por una fuente que sabe mucho del tema con otra que apenas lo conoce (alta y baja expertez de la fuente). Como se muestra en la sección 4.1.3, en general se encontró que varios grupos donde se motivaba a las personas a pensar tendían a estar más en contra de la pena de muerte.

Algo interesante es que incluso cuando la información era escasa se alcanzaban altos niveles de persuasión. El modelo teórico utilizado, (Modelo de probabilidad de elaboración) especifica que no solo en condiciones de alta motivación se pueden alcanzar altos niveles de persuasión por medio de claves de periféricas, este hecho es muy importante por que nos permite conocer, no solo las causas de por que la gente no esta en contra de la pena de muerte, si no también y principalmente por que esta a favor, por ello en las condiciones de baja motivación, se colocaron claves periféricas que deberían lograr índices moderados, de persuasión, nuevamente los resultados, apuntan a esta posibilidad, con ciertas variantes, (como lo muestra la grafica 9). Como se mostró en la sección de resultados algunos grupos donde no se motivaba a las personas a pensar también mostraban niveles altos de persuasión. Si esto se puede hacer para guiar la actitud en contra de la pena de muerte, entonces también se podría hacer en el sentido contrario, con lo cual podemos afirmar que: Si existen condiciones muy específicas, de baja motivación y capacidad para elaborar los argumentos de un mensaje que pueden llevar a los sujetos a tener una actitud favorable hacia la pena de muerte (hipótesis 2).

5.1.3 INFLUENCIA DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES

Después de determinar que lograr el cambio de actitud hacia la pena capital era relativamente sencillo a través de la combinación de condiciones donde se motiva a las personas, se le proporcionarles información por medio de una fuente específica, se prosiguió a saber cual de todas estas condiciones o que combinación de estas lograba mayor persuasión.

Como ya se mencionó las variables independientes eran la relevancia personal, la calidad del mensaje y la expertez de la fuente. Los resultados de la sección 4.2, reportados en la tabla 9, muestran que si bien la única variable independiente que influye de manera significativa y directa en el cambio inmediato es la expertez de la fuente, también es cierto que todas las interacciones de segundo grado fueron significativas en otras palabras, el cambio de actitud esta mediado por la variables independientes: relevancia personal, calidad del mensaje, y expertez de la fuente o su interacción (hipótesis 3).

Ahora bien, no basta saber que variables afectan el cambio (aunque es un buen principio para entender el problema), hay que saber de manera específica cómo es que esas variables afectan al problema. En este caso, ya se menciona que básicamente es la combinación (interacción) de dos variables la que influye significativamente en el cambio de actitud inmediata.

Como se desprende de la tabla 11 y como se muestra en las graficas 12 y 13, se observa que en general en condiciones de baja relevancia personal es más importante una alta expertez de la fuente (hipótesis 5), en otras palabras cuando las personas no se sienten comprometidas con el problema y tienen que mostrar una posición optan por las llamadas claves periféricas, en otras palabras, se dejan guiar por reglas mentales simples (Un experto sabe más sobre el tema y conviene hacerle caso).

En cuanto a la expertez de la fuente, es cierto que en condiciones de baja relevancia personal, se encontró que los sujetos no hacen distinción entre alta y baja calidad del mensaje (teóricamente se deja guiar por la expertez de fuente) y además en condiciones de alta relevancia los sujetos se ven mas influidos por un mensaje de alta calidad, lo que no se comprueba es el hecho de que la calidad del mensaje influye más en condiciones de alta relevancia como lo muestra claramente la grafica 12, por lo cual la hipótesis 6 solo se comprueba parcialmente. Debemos concluir con base en estos datos que cualquier mensaje (sin importar su contenido) tiene más poder persuasivo en condiciones de baja relevancia y que los argumentos fuertes o científicos de un mensaje son tomados en cuenta en condiciones de alta relevancia personal.

El motivo de esta desviación del modelo teórico, puede deberse al hecho de que las personas vieran en el mensaje alguna clave periférica no identificada, de eso se hablará en la sección de discusiones.

La interacción entre la calidad del mensaje se verifica que entre menor sea la calidad del mensaje las personas recurren en mayor medida a la expertez de la fuente (hipótesis 7), en otras palabras en cuando las personas deben formar su opinión en torno a un tema (en situaciones de alta o baja motivación) y no pueden contar con información del tema, su criterio esta mediado por características de la fuente, en este caso la expertez, pero cuando el mensaje proporciona información relevante (no expresada en términos de sentido común) la importancia de la fuente decrece.

Con respecto a la hipótesis 9, los datos obtenidos por al análisis de varianza factorial no apoyan la noción de que el mayor cambio de actitud se logra bajo condiciones de alta relevancia, alta calidad del mensaje y alta expertez de la fuente, de hecho, como lo muestran los resultados reportados en la tabla 9, no hay una participación significativa de esta combinación de variables para con el cambio de actitud (variable dependiente), a pesar de ello, cabe mencionar que si regresamos al análisis de los grupos experimentales, podemos decir que el grupo 8 presentaba estas mismas características, como se puede ver reportado en la tabla 8 y observar en la grafica 9, este grupo, fue el segundo que nivel de cambio tuvo de la actitud inicial a

la manifestada en el pos test inmediato, además de que fue el grupo que menos cambio después de 5 días que se dejaron pasar antes de aplicar el pos test diferido, de lo que podemos concluir que la alta relevancia combinada con un mensaje de alta calidad expresado por una fuente de amplio prestigio son condiciones que forman una actitud firme y resistente al paso del tiempo.

5.1.4 INFLUENCIA DE LA NECESIDAD DE COGNICIÓN

El estudio de la variable necesidad de cognición, tenía un doble objetivo, por un lado esta relacionado como una de las condiciones que motivan al sujeto a pensar en algún problema, de ahí que su participación pudiera afectar los resultados obtenidos, al actuar de manera "escondida" en el experimento.

La otra cuestión de interés era tener un estudio que nos permitiera saber que tanto las personas y particularmente los jóvenes universitarios les agrada y tratan de pensar de manera "espontánea" los problemas que se les plantean.

Teóricamente los jóvenes universitarios deberían tener una alta necesidad de cognición, no por que la universidad desarrolle esta habilidad netamente personal, sino por que se supone que las personas con este atributo, son mas aptos en los estudios y por tanto era de esperarse encontrar a personas que disfrutaran los desafíos mentales.

A la pregunta de investigación ¿Cuál es el grado de necesidad de cognición de la población juvenil universitaria?, debemos responder que, por lo menos con la muestra utilizada, los resultados reportan una muy moderada necesidad de cognición, como lo demuestran los puntajes obtenidos por la Escala de Necesidad de Cognición, donde la media fue de 2.25 (significativamente igual a la opción de respuesta "frecuentemente disfruto de pensar arduamente"), como se observó en la grafica 4.

Dado que el moderado nivel de la necesidad de cognición, no era de esperarse que ésta covariable afectara a la variable dependiente (cambio de actitud hacia la pena de muerte), como lo muestran los resultados del análisis de varianza factorial reportados en la tabla 12. Con base en los resultados podemos decir con respecto a la hipótesis 9 el cambio de actitud fue producto de las variables independientes y/o algunas de sus posibles interacciones (hipótesis 10), en otras palabras el bajo nivel de la necesidad de cognición no afectó el cambio de actitud.

Por otro lado dado el carácter de covariable en que participó la necesidad de cognición y con base en la complejidad metodológica que esto implica, se decidió después de ver los resultados de la tabla 12, que si bien la NC no afectaba al cambio de actitud como covariable, tal vez lo haría si su participación fuera la de una variable independiente de dos dimensiones (alta y baja), los resultados reportados en la tabla 13, muestran que en el pos test diferido (5 días después que se sometió a los sujetos a la comunicación persuasiva) la necesidad de cognición combinada con 2 variables (una interacción de tercer orden) puede afectar el cambio de actitud. Esto nos lleva a pensar que las personas, a pesar de su baja necesidad de cognición estuvieron razonando en torno al problema, en otras palabras "rumiaron" los argumentos del mensaje bajo ciertas condiciones (establecidas por las otras variables independientes) logrando crear pensamientos desfavorables hacia la aplicación de la pena de muerte. Los resultados se muestran en la tabla 14 y se pueden observar de manera muy especifica en las graficas 15, 16 y 17 que:

- En condiciones de baja necesidad de cognición y cuando a las personas se les proporciona un mensaje de alta calidad, las sujetos son persuadidos en mayor medida por una fuente poco experta en el tema, tal vez por qué la calidad del mensaje actúa como una señal periférica.
A diferencia de la condición donde con un mensaje de contenido poco científico, es más importante la expertez de la fuente para producir un cambio, como predice la teoría.
- Cuando los sujetos tienen alta necesidad de cognición las combinaciones de alta calidad del mensaje con alta expertez de la fuente, así como un mensaje de baja calidad con una fuente poco experta tienen mas posibilidades de influir en la actitud, tal vez por que ambas posiciones son coherentes entre si.
- En condiciones de alta necesidad de cognición, la combinación de alta relevancia personal y alta calidad del mensaje son efectivas para lograr un cambio de actitud, justo como predice el modelo.0
- En condiciones de baja necesidad de cognición, es preferible combinar una alta relevancia personal con una baja calidad del mensaje, tal vez por que la importancia del problema y la baja motivación para procesar la información, es más fácil digerir un mensaje con pocos argumentos científicos. Para aceptar esta postura tendríamos que asumir que cuando combinamos una baja necesidad de cognición y una alta relevancia personal, predominan los efectos de motivación para elaborar de la primera sobre la segunda o bien, que ambas se contrarrestan y por eso predomina una condición de baja motivación que favorece la participación de las señales periféricas.
- Pero es más importante la combinación de una alta necesidad de cognición, baja relevancia personal, en ese caso es indistinto el tipo de fuente que emite el mensaje, por lo cual debemos observar que una combinación de variables motivacionales, parece dar prioridad a una de ellas sobre la otra.

5.1.5 INFLUENCIA DEL COLECTIVISMO- INDIVIDUALISMO

Con el fin de establecer una comparación entre los resultados obtenidos en otras partes del mundo con el presente estudio, se consideró estudiar la variable individualismo- colectivismo. En general se ha demostrado que la cultura Norteamericana es más individualista y la de los países latinos más colectivista, pero hay que tomar en cuenta que esta variable se ve afectada por aspectos como la escolaridad, por lo cual una pregunta de las preguntas de investigación fue, ¿qué nivel de colectivismo- individualismo tiene la población universitaria?, de donde se desprendió la hipótesis 12, que indica que esta variable puede afectar la disposición hacia la pena de muerte de la muestra.

Los resultados presentados en la tabla 5, apuntan a un ligero individualismo competitivo, (con una media de 5.85). Esta tendencia individualista de la muestra nos permite comparar nuestros resultados con los hechos en una población considerada de ante mano mas individualista.

En cuanto a la hipótesis de trabajo, la tabla 16 muestra que el cambio inmediato sufre una influencia significativa del individualismo de la muestra, en otras palabras, el cambio de actitud hacia la pena de muerte, por lo menos de manera inmediata, es resultado en parte por la influencia que el ligero individualismo (de la muestra) ejerce sobre las variables independientes, es decir, la manera en que se comportaron las variables relevancia personal, calidad del mensaje y expertez de la fuente en el cambio

inmediato, es resultado en parte del individualismo que denotaron los sujetos experimentales, lo cual es un dato más que revelador.

5.2 CON RESPECTO AL MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACIÓN.

Los resultados obtenidos en esta primera aproximación al modelo de probabilidad de elaboración son muy importantes, en general denotan un funcionamiento del modelo, aunque hay que considerar que tiene algunas lagunas muy importantes que se deben tomar en cuenta.

Los análisis muestran que la variable más influyente es la expertez de la fuente, lo cual no es de extrañar en una muestra con una moderada necesidad de cognición, la relevancia personal por sí sola tampoco arrojó resultados significativos, lo cual es un indicador de que tal vez es más difícil motivar a nuestra población a pensar en el problema particular de la pena de muerte.

A pesar de ello, parece haber algunos indicios de que a falta de esta motivación, las claves periféricas pueden obtener buenos resultados, aunque como ya se mencionó más arriba, son las condiciones de alta relevancia, calidad del mensaje y expertez de la fuente las que forman una evaluación más sólida en el transcurso del tiempo.

La participación del individualismo como un factor que afecta el cambio de actitud inmediato y no el diferido es un indicio interesante para iniciar un seguimiento al respecto, en futuras investigaciones.

Pero tal vez el descubrimiento más importante, es el que de acuerdo a los datos, en ciertas condiciones es necesario que las variables del modelo tengan una coherencia interna lógica, hecho que hasta el momento no había sido considerado por el modelo.

¿A que nos referimos con coherencia interna –lógica?. Básicamente al hecho de que no es posible esperar que alguna ruta de persuasión se active en ausencia de la otra, por ejemplo, el hecho único de falta de motivación no garantiza por sí solo la utilización de la ruta periférica, solo en condiciones donde las variables se muestren lógicamente relacionadas puede determinar el uso de un camino u otro, así pues se observó que solo cuando existe una coherencia entre cualidad y calidad del mensaje se logra una persuasión como la predicha teóricamente.

Parece ser que ante una incoherencia entre fuente y mensaje (por ejemplo una fuente experta dice un mensaje pobre en información o una fuente poco experta dice un mensaje con información de calidad) el sujeto se ve confundido, reajusta sus criterios (como sucedió con el grupo experimental número 2, donde una supuesta fuente experta emite un mensaje de baja calidad, lo que propició un juicio de fuente no experta a pesar del renombre de la persona) y cobra mayor importancia la motivación, al respecto, parece ser que la relevancia interacciona bien como una variable de motivación en el corto plazo, pero no en el largo plazo, inversamente la necesidad de cognición actúa mejor en el largo plazo que en el corto, la combinación de ambas variables de motivación exige aún más esta relación entre lo que se dice y quien lo dice.

Algo similar se puede apreciar con los grupos experimentales 5 y 6, la coherencia entre cualidad y calidad del mensaje explica por que una fuente de baja expertez con un mensaje de baja calidad tiene mayor influencia si hay baja motivación de procesamiento, existe una coherencia interna entre lo que se dice y quien lo dice.

Aunque es muy prematuro afirmar que, hay que añadir a las condiciones que determinan el tipo de ruta a seguir en el modelo, la coherencia entre las variables, esta investigación sienta un precedente en ese sentido, que entre otras cosas permitiría acercar el modelo teórico a la realidad, pues en sentido estricto imaginar un sujeto que tenga solo dos posibles vías de acción puede parecer hasta neurótico, sin en cambio, imaginar un sujeto que pueda elegir entre dos rutas de acción siempre y cuando estas muestren coherencia, y en caso contrario elegir una tercera ruta que si sea coherente es una aproximación a nuestro juicio más realista.

La relación de las variables de motivación con respecto al tiempo es tal vez el descubrimiento más firme e importante del presente estudio, pues además de que sienta un precedente en la metodología usada para estudiar el ELM, muestra también una singularidad de estas variables no tomada en cuenta hasta ahora, será de la mayor importancia para el futuro considerar que a corto plazo una variables como la relevancia personal tienen mas eficiencia que otras como la necesidad de cognición que por su parte es mucho más eficiente en el largo plazo.

En conclusión, parece ser que el modelo de probabilidad de elaboración puede ser utilizado para explicar de una manera sencilla como las personas son persuadidas. Como ya se apunto, es probable que nuestra población esté muy atenta de claves que puedan guiar sus criterio sin mucho esfuerzo mental.

Finalmente, los resultados apuntan al hecho de que a través de la utilización de la ruta periférica es por donde se pueden planear proyectos de intervención, dado que es la estrategia que parece dar mejores resultados (y de una manera más sencilla también) a la hora de cambiar la actitud de los sujetos.

DISCUSIÓN

Lo moderno se alimenta de la experiencia de su rebelión
permanente contra toda normatividad.

Jürgen Habermas

El propósito declarado de la sociedad científica más antigua
No es más grandioso que el de mejorar el conocimiento natural

Medawar

6.1 SOBRE LA EXPERTEZ DE LA FUENTE

Como se reportó en los resultados y se concluyó, la expertez de la fuente fue la variable que más persuasión consiguió, sumado al hecho de que interactuó tanto con la relevancia personal, como con la calidad del mensaje, como con la necesidad de cognición, pareciera que dicha variable que funciona como clave periférica, es muy importante para nuestra sociedad, particularmente hablando de este problema.

Este es un hecho curioso, pues si bien, es cierto que el modelo de probabilidad de elaboración considera a las claves periféricas como elementos muy importantes de persuasión, son las condiciones de elaboración las capaces de lograr altos niveles de persuasión.

Estamos pues ante un hecho más o menos concebido y es que somos una sociedad que se deja llevar por la imagen de una persona más que por los contenidos de los mensajes, este hecho, que de ser aplicado a otros problemas sociales, puede ser un importante referente de la vida social, economía y política.

Y es que si bien, la ruta periférica del ELM, explica una forma en que las personas son persuadidas bajo ciertas condiciones muy específicas, no era de esperarse que estas condiciones predominen o lo que es lo mismo que suframos de una especie de "pereza" mental que nos lleva siempre por el camino del mínimo esfuerzo. Estas consideraciones, si bien son muy aventuradas tienen cierto apoyo por parte de los resultados obtenidos con la variable necesidad de cognición de la que hablaremos en otra sección.

6.2 SOBRE LA CALIDAD DEL MENSAJE

Un elemento importante, que salió a la luz con los resultados obtenidos, es que en condiciones de alta relevancia (alta motivación a pesar en el problema) es que los mensajes de alta calidad, es decir aquellos que estaban basados en datos científicos y cuya estructura denotaba un carácter científico, no obtenían los resultados esperados teóricamente, de acuerdo al modelo de probabilidad de elaboración, cuando el sujeto está altamente motivado para pensar puede procesar la información y con ello se da un mayor cambio de actitud, el análisis de los datos muestra, que más bien es en condiciones de baja relevancia donde se produce más influencia, ¿por qué?

Este problema puede deberse a factores metodológicos, ya sea que el tratamiento destinado a provocar relevancia personal o los mensajes presuntamente fuertes, no lo fueran, sin embargo las preguntas de chequeo no mostraron nada anormal, a diferencia de la expertez de la fuente.

Entonces parece ser que debemos buscar la solución dentro de los preceptos teóricos manejados por el modelo. Una posible solución, está en función del hecho de que los mensajes por si solos funcionaran como claves periféricas, es decir, que no se analizara los mensajes profundamente y su efecto persuasivo fuera resultado del hecho de parecer más "complicado", en ese caso, tendríamos que la calidad del mensaje puede estar proporcionando claves de manera involuntaria que guían las evaluaciones de las personas.

6.3 SOBRE LA INTERACCIÓN ENTRE CALIDAD DEL MENSAJE Y LA EXPERTEZ DE LA FUENTE

Uno de los mayores problemas metodológicos que la presente investigación tuvo que sortear fue el hecho de que la expertez de la fuente fue interpretado de manera muy diversa por los sujetos que formaron parte de la muestra, si bien el concepto de expertez define las características que esta debe tener, en la realidad, por lo menos para los estudiantes de psicología social de la UAM- Iztapalapa, resultó muy diferente, pues mientras un grupo considero, a un prestigiado Doctor en leyes que en repetidas ocasiones ha hablado en los medios de comunicación a favor de los derechos humanos, siempre con argumentos de carácter lógico y usando un lenguaje sencillo, fue visto como una persona poco experta en el tema por dos grupos experimentales, mientras que una licenciada, cuya personalidad y trayectoria fue inventada para los propósitos de la investigación, además de que se hacia especial énfasis en el hecho de su poco expertez en el tema fue considerada por dos grupos como una fuente experta.

En un principio pareció tener cierto sentido esa ambigüedad, ya que los grupos experimentales combinaban condiciones de alta calidad del mensaje con baja expertez de la fuente y baja calidad del mensaje con alta expertez de la fuente. Analizando a fondo esta cuestión, es bastante lógico considerar que una persona docta en un tema (alta expertez) que hable de manera simple del tema que supuestamente es experta (baja calidad del mensaje) podría haber motivado a las personas a considerar que la supuesta expertez no era tal, lo que nos lleva a considerar que existe una relación mucho más estrecha de la que el modelo de probabilidad considera sobre la calidad del mensaje cuando y la expertez de la fuente, pareciera que ambas cuestiones deben tener una lógica o un sentido de equivalencia para que sean reales a los ojos de las personas.

Este hecho de confirmarse es de suma importancia para cualquier campaña que pretenda cambiar las actitudes de las personas, se encuentra que la imagen por si sola si puede influir a una persona, pero el mensaje por si solo no, este debe contar con una coherencia interna entre lo que se dice y quien lo dice, además de considerarlas condiciones de motivación en el corto y el largo plazo.

6.4 SOBRE LA RELEVANCIA PERSONAL

Con base en la manipulación de esta variable, se logra motivar al sujeto a reflexionar en un problema concreto, los resultados obtenidos son interesantes, por una parte esta variable no se muestra significativa de manera individual, y siempre interactúa con las demás variables, en otras palabras, cuando el sujeto esta motivado necesita información, y cuando no lo esta necesita claves periféricas, además del hecho trascendental de que esta variable parece actuar de manera importante en el corto plazo.

Sin embargo, algunos resultados muestran que suceden cosas hasta cierto punto inesperadas. A veces se logra mayor influencia en condiciones de baja relevancia con un mensaje cualquiera que este sea o bien

cuando se combina con la necesidad de cognición, pareciera que ambas situaciones interfieren una con la otra o tal vez que existe un nivel medio de motivación, donde se busca pensar en el problema pero no mucho y al mismo tiempo no se quiere dejar completamente sin analizar. Este nivel moderado de motivación de las personas, explicaría por que se le hace caso a medias a los mensajes y por que la relación con la variable necesidad de cognición presenta comportamientos no esperados.

Estas ideas nos llevan a considerar que tal vez el proceso de motivación de las personas es mucho más complejo de lo esperado.

6.5 SOBRE LA NECESIDAD DE COGNICIÓN

El estudio de la necesidad de cognición es una de los logros más importantes de la presente investigación, aunque son decepcionantes los niveles obtenidos en la muestra. Tal vez esos datos sean la punta del iceberg que nos permita explicar muchos vicios, problemas sociales y hasta la razón de por qué una buena parte de las teorías cognitivas que han mostrado cierta funcionalidad en otros países, aquí fracasan. De hecho el bajo nivel de esta variable permitiría explicar por que se mostró tan importante la variable expertez de la fuente. El factor tiempo y su relación con la motivación es otro factor importantísimo, pues se encuentra que a diferencia de la motivación producto de la relevancia la necesidad de cognición actúa de manera diferida.

Si analizamos los datos de la muestra, indican un nivel moderado de necesidad de cognición, como se dijo en la sección anterior, tal vez exista un nivel moderado de motivación, tal vez ese nivel moderado no se debe a la relevancia personal, si no a la necesidad de cognición. Aún así, ésta idea tiene que recibir más apoyo

Otro elemento de suma importancia es que al considerar esta variable a través de dos dimensiones (alta y baja necesidad de cognición) se encuentran interacciones con influencias significativas después de un periodo de tiempo. Este factor no ha sido considerado ni reportado por los autores del modelo de probabilidad de elaboración, lo cual representa una severa critica al respecto, pues como se demostró, esta variable particularmente por su lógica inherente (pensar en un problema) necesita de este factor para surtir efecto. Un seguimiento interesante sería realizar una investigación con base en esta variable y que tenga contemplados varias mediciones en el tiempo, tal vez 3, 5 7 y hasta 10 días para ver como evoluciona la influencia de esta variable. Por lo cual Vale preguntarse ¿que pasa entre la motivación inmediata producto de la relevancia personal y la motivación diferida producto de la necesidad de cognición? ¿Se gesta entre estos dos periodos de tiempo una motivación máxima, mínima o intermedia? ¿qué pasa después de los 5 días que se dejaron pasar con el efecto propio de la relevancia personal?.

6.6 SOBRE EL INDIVIDUALISMO- COLECTIVISMO

Haber encontrado que cuando la interacción de las variables independientes afecta al cambio de actitud que se da de manera inmediata, está mediado por el individualismo competitivo de las personas es una de los principales descubrimientos de la presente investigación.

¿Por qué el individualismo ayuda a cambiar la actitud hacia la pena de muerte de favorable a desfavorable?, esta es una pregunta muy interesante que merece un seguimiento importante, tal vez, por que al ser insensible a los problemas de la comunidad, se tiende a juzgar menos duro a los criminales, tal vez por pensar que son las personas las que podrían ser victimas de una injusticia y ser castigadas con la pena capital (difícilmente en tiempos de paz, se considera que un grupo sea condenado a muerte) o tal vez exista una

relación entre el individualismo y la necesidad de cognición o alguna otra variable, la respuesta a esta pregunta sigue en el aire para posteriores investigaciones.

Es importante señalar que si bien podemos hacer una comparación teórica del experimento con los realizados en Estados Unidos, sería sumamente interesante ver como reacciona una población con tendencia colectivista al problema de la aplicación de la pena de muerte.

6.7 SOBRE LA INTERACCIÓN

Un elemento muy curioso es que con 3 variables independientes, se dieron todas las interacciones de segundo orden y no hubo una diferencia significativa de tercer orden, lo mismo paso cuando se hizo el análisis de varianza factorial para cuatro variables independientes, las interacciones de tercer orden fueron significativas, más no así la interacción de cuarto orden.

La explicación a este hecho se debe a la manera en que la muestra vario juzgo y comprendió las diferentes condiciones, en otras palabras es producto de la varianza combinada con el número de sujetos que participo. De manera objetiva, tenemos que decir que al parecer no existió un criterio más o menos uniforme sobre las características de las variables y también de las opiniones en torno a la pena de muerte, en otras palabras parece ser que las personas cambian mucho y de manera radical sus evaluaciones, sobre lo que es relevante, informativo y sobre quien es experto y quien no. Este cambio radical y repentino, puede tener dos orígenes:

- Las personas no han razonado profundamente sobre el tema, por lo cual sus actitudes son débiles y muy susceptibles de cambiar. Lo mismo pasa cuando hay un cambio de actitud, este es débil y puede cambiar en cualquier momento.
- Las personas no han formado un esquema mental bien establecido sobre el tema, como se mencionó en el marco teórico, las actitudes sirven como heurísticos cuando se han conformado en esquemas. Dichos esquemas están aún en el proceso de formación, por lo cual no existe un referente que permita establecer una actitud determinada en un sentido u otro.

6.8 SOBRE EL MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACIÓN

¿Es funcional el modelo de probabilidad de elaboración en nuestro país y para nuestra población?, el estudio realizado para la muestra universitaria apunta a que por lo menos la ruta periférica se comporta con forme lo esperado y la ruta central muestra elementos a considerar que es muy probable que el modelo permita explicar cómo y por que se puede lograr el cambio de actitud.

Existen sin embargo algunas lagunas que es interesante considerar y que de no encontrar explicación deberán ser motivo de modificaciones. De entre las cosas que no "encajan" se encuentra la noción de considerar el efecto de las variables como una suma de probabilidades, así, se considera que alta relevancia personal, baja calidad del mensaje y alta expertez de la fuente es mas influyente que baja relevancia personal, baja calidad del mensaje y baja expertez de la fuente. Si observamos detenidamente nos encontramos con el problema de la coherencia lógica ya planteado líneas arriba, por el simple hecho de que no es lógico que una fuente experta proporcione pobre información justa cuando estoy motivado, puede ser más contraproducente que tener solo dimensiones bajas, donde si existe una coherencia entre mensaje y fuente, en otras palabras las variables deben de dejar de interpretarse como elementos de influencia aislado y considerar que las interacciones y coherencia lógica modifican los efectos individuales.

Otro elemento que parece complica la aplicación del ELM en el mundo real, es que concibe al sujeto como un ente de dos niveles, es decir, que analiza o que no analiza, sin embargo, parece ser que algunas efectos de influencia se pueden explicar mejor si concebimos al individuo como un ente que puede estar a medio camino de los extremos, al analizar medianamente a fondo, puede dejarse guiar de manera simultánea por una baja pero relevante cantidad de información que se ve reforzada por claves periféricas, o viceversa, al tomar una postura inicial con base en algún heurístico (como la expertez de la fuente) puede reforzar dicha evaluación con algún argumento de corte científico.

Este hecho puede superarse si se concibe la coherencia interna del mensaje (entre lo que se dice y quien lo dice) con las demás condiciones, esta coherencia puede verse como una condición extra para determinar el camino de persuasión pero también, como una nueva ruta, donde se reajusta la información para hacerla coherente y se toma dicha ruta reajustada. Aunque muy interesante y tentador hace falta muchos estudios posteriores.

El factor tiempo debe ser tomado en cuenta no como característica de la actitud sino como un factor determinante para el cambio de actitud, pues, el modelo parece plantear un proceso inmediato, cuando tal vez, detrás de él, se esconde un proceso a mediano o largo plazo, donde los sujetos después de obtener la información, la analizan en ambientes diferentes al que rodeaba a la situación donde surgió, por ejemplo, una situación apremiante facilita el uso de heurísticos, pero como ya vimos un nivel moderado de necesidad de cognición, puede llevar al análisis detallado del problema después de algunos días, después de lo cual se manifiesta una actitud que puede ser hasta diferente a la considerada de manera inmediata.

Esta idea de la temporalidad va de la mano con la noción de un grado intermedio de motivación, al no ser urgente tomar una postura pero tampoco tener todas las facilidades, puede analizarse la información de manera rezagada, lo cual recuerda a los conceptos de influencia desplazada y/o efecto durmiente.

6.9 SOBRE LA DISPOSICIÓN HACIA LA PENA DE MUERTE

Con la presente investigación se confirman algunas ideas que ya se habían trabajado anteriormente y que guiaron el interés por el tema, efectivamente los jóvenes, aun siendo universitarios manifiestan una ligera tendencia a aceptar la pena de muerte, sin embargo, con esta investigación también se demuestra que dicha actitud es relativamente fácil de cambiar, basta un mensaje persuasivo con ciertas características para lograr el efecto deseado, ahora bien cabe preguntarse ¿si es tan fácil de cambiar la actitud, lo será también establecerla?.

Si recuperamos algunas de las reflexiones ya vertidas podemos ver que nuestra sociedad se manifiesta abierta a dejar guiar su criterio por fuentes de cierto prestigio, que no considera mucho los contenidos del mensaje y que en general no tienen mucha motivación para tratar de analizar profundamente el tema, entonces podemos decir, que si es sencillo formar esta actitud y como lo predice el modelo, dicha actitud resulta ser débil y poco consistente, el modelo considera que también es poco predictora de la conducta.

Ahora bien ¿cómo implementar estrategias de intervención al respecto?. Es un hecho que las estrategias deben centrarse en la motivación de las personas para analizar el problema a pesar de ser el camino más largo y difícil, es la única forma de garantizar que la actitud resultante de dicha interacción sea fuerte y duradera con el paso del tiempo.

Hace falta una mayor cantidad de información y trabajo, pero de verificarse esta noción de una tercera ruta dentro del modelo, que implique una condición a medio camino entre la alta y baja motivación, podríamos ampliar nuestro abanico de posibilidades a la hora de interpretar conductas y fenómenos, así como de intervenir cuando sea necesario crear una actitud o cambiarla, hecho que en un país como el nuestro es fundamental para aliviar algunos de los muchos problemas sociales que vive actualmente.

6.10 CONSIDERACIONES FINALES: DE LA TEORÍA A LA REALIDAD

Si usted ve en la televisión o escucha en la radio a un líder político, carismático, con el que siempre ha estado de acuerdo y al cual considera un experto en derecho decir, "si aplicamos la pena de muerte, se acabara la delincuencia" o mejor aún "un secuestrador muerto ya no puede secuestrar" o tal vez "en china matan a los criminales es estadios de futbol llenos de gente y por eso es el país con menos delincuencia"... ¿que pensaría sobre la pena de muerte?, ¿recuerda o ha leído sobre estos eslogan: "los derechos humanos son de los humanos no de las ratas", "dale un Madrazo a la delincuencia", "pena de muerte a los secuestradores".

Estos eslogans fueron pronunciados por lideres políticos carismáticos, de hecho el primero ayudo a Arturo Montiel a ganar las elecciones para gobernador del estado de México en 1999, el segundo levanto la imagen de un político que estaba bastante desprestigiado y el tercero recupero la confianza de la ciudadanía en su gobernador, este es le poder de la comunicación persuasiva en el tema de los derecho humanos. Como podemos ver y como se demostró teóricamente somos susceptibles a dejarnos llevar por quien dice las cosas sin analizar a fondo el contenido del discurso, ¿qué le dicen a usted las frases "hoy, hoy, hoy" o "ya, ya, ya"? de entrada parece que nada, pero póngalas en boca de un político carismático y tiene un slogan contagioso y sobre todo tiene en la mente la imagen de quien las dijo, no piensa en las repercusiones de que aplique este o aquel plan económico, a pesar de que teóricamente decidir quien va a ser presidente del país debe motivar un análisis amplio sobre a quien dar nuestro voto, sin importar todo esto, preferimos dejarnos llevar por atajos mentales, ahorrar tiempo y evitar esfuerzo cognitivo, todo lo cual lleva al desarrollo y aceptación de posturas que no siempre son las más adecuadas incluso para uno mismo.

En el revista digital Letras Libres, se abrió en junio un foro sobre el tema de la pena de muerte, una opinión al respecto decía:

- Que se aplique la pena de muerte aún a sabiendas que será castigado injustamente uno que otro pendejo.

¿Por qué una persona toma una postura así, siendo que en este país el podría ser uno de los pendejos que sea castigado injustamente?. La presente investigación ha tratado de dar luz sobre este asunto y los resultados muestran que se debe al hecho de que confiamos exageradamente en las claves periféricas, que omitimos el acto de razonar profundamente sobre algunos temas.

Estos resultados deben encender las luces de alerta, ya que en estas condiciones es muy fácil cambiar la actitud de las personas sobre cualquier cosa. Recordemos que los atajos mentales y las herramientas cognitivas son eso, herramientas que nos sirven para economizar nuestros recursos cognitivos, pero como todo en la vida, su abuso puede acarreararnos ciertos problemas.

Ahora bien, si es tan fácil cambiar la actitud e las personas, ¿se podría cambiar de igual forma actitudes negativas por otras positivas como el uso del condón, para ampliar y mejorar la participación ciudadana?, en teoría si, el problema es que este cambio fácil de lograr también es muy somero, por lo cual sería difícil que

lograra que un adolescente usara el condón siempre que tiene relaciones sexuales o que una ama de casa haga trabajo comunitario todos los fines de semana durante un año. Estos cambios se lograr por el camino mas largo y difícil, el del análisis largo y profundo, del esfuerzo mental, del tipo de actividad mental que no utilizamos, por lo cual el reto es más difícil de lo esperado, pero ante todo debemos considerar que ya tenemos las bases teóricas que nos permiten explicar y comprender el por qué, el siguiente paso producir el cambio, ¿como?, el modelo también nos lo dice.

Finalmente hace falta más investigación al respecto, comparar estos resultados con otros problemas sociales y verificar si nuestras conclusiones se mantienen y si es posible utilizar estos descubrimientos para entender y cambiar otros problemas sociales, esta es una investigación que busca sentar las bases de estudios más continuos en cualquier área donde la persuasión puede cambiar y resolver un problema social.

PROGRAMA DE INTERVENCIÓN

“Concientización de las evaluaciones y de los atributos que los estudiantes universitarios hacen sin reflexionar sobre la delincuencia y los castigos que se les debe imponer”.

“Ninguna acción sin investigación, ni investigación sin acción”

“No hay nada más práctico que una buena teoría”

Kurt Lewin

OBJETIVO GENERAL: Conseguir que los jóvenes universitarios mediten sobre las implicaciones reales que trae consigo la aplicación de castigos “ejemplares” (pena de muerte) en el país.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- Distinguir y diferenciar claramente las situaciones que ameriten justicia.
- Crear conciencia en las personas para que no se dejen llevar por un apasionamiento de una situación delictiva.
- Fomentar atribuciones ecuanimes en las personas que tengan tendencias a favorecer a personas que pertenezcan a su grupo.
- Conocer la actitud de los sujetos en torno a la pena de muerte
- Lograr homogenizar actitudes que estén en contra de la aplicación de la pena de muerte.
- Cambiar el habito general de los sujetos en cuestiones de elaboración sobre mensajes persuasivos que fomenten la pena de muerte

COORDINADORES DEL CURSO:

- Fredi E. Correa Romero: Licenciado en Psicología Social, Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa.
- Iliana G. R. Prado: Licenciado en Psicología Social, Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa.

CARACTERÍSTICAS DEL CURSO:

Este curso está dirigido a estudiantes universitario el cual tiene una duración de 10 horas que se distribuyen en dos horas por sesión durante las clases normales.

Se llevará a cabo en las horas de clase de los estudiantes de la ESIME del IPN. En este pequeño curso las personas tendrán la obligación de asistir a todas las sesiones (cinco), y cualquier desacuerdo o contratiempo, comunicárselo inmediatamente a la profesora o a las personas encargadas de impartir el curso.

JUSTIFICACIÓN:

El aumento considerable de los índices delictivos en el país ha despertado un gran interés en la sociedad, por tanta inseguridad las personas cansadas de esta situación demandan justicia ya que algunos crímenes llegan a tocar las fibras más sensibles del ser humano; la mutilación, el asesinato las violaciones a menores de edad, secuestros, etc. En la Ciudad de México el reporte de las estadísticas dice que los asaltos, los secuestros y las violaciones físicas son los delitos que con mayor frecuencia se perpetúan, pero en general las personas perciben la inseguridad en las calles, en los centros laborales, en la escuela, etc. (Alegre, 2001). Entonces la delincuencia al ser uno de los problemas sociales más graves de la capital del país, ha preocupando a las distintas personas que se encargan de propiciar mecanismos para erradicarlo, pero en términos reales las autoridades no han hecho mucho al respecto porque vemos que la delincuencia se sigue percibiendo y viviendo de la misma manera que hace 4 años.

Ante este llamado las autoridades con el fin de mitigar el dolor que sufren las víctimas indirectas o directas de los actos delictivos tratan mediante la ley poner orden en el país. Pero ¿cómo se puede poner orden?, ¿mediante qué medios?. Incluso algunos penalistas y no penalistas creen que la aplicación de la pena de muerte a los delincuentes puede ser aceptada como una posible solución para combatir la delincuencia. Pero en realidad ¿esta valoración por qué factores estará guiada?, ¿las personas habrán razonado ampliamente sobre las consecuencias que traería consigo la aplicación de esta medida?, ¿existe una deliberación profunda de los delitos y de los delincuentes que se van a castigar? ¿qué delitos merecen este castigo que es irreversible en caso de equivocación? ¿qué consecuencias traería consigo esta medida en la vida cotidiana de todos nosotros?, ¿y la valoración que se haga para que se este de acuerdo en que se aplique esta pena a los delincuentes, se guiará principalmente de la percepción que las personas posean de un delincuente?.

El objetivo del taller, es lograr mediante la exposición de conceptos y algunas dinámicas grupales la habilidad cognitiva de atribución y de evaluación para que los participantes puedan deliberar ampliamente sobre la pertinencia de la aplicación de la pena de muerte y de las razones que lo llevan a juzgar (a veces de manera injusta) a ciertas personas.

Al lograr estos fines se pretende que las personas aprendan que en ciertos problemas sociales, debe echar mano de todas sus capacidades para analizar y reflexionar antes de tomar una decisión, para el establecimiento de una sociedad justa y equitativa.

CARTA DESCRIPTIVA

Sesión: 1ª		Lugar: ESIME CULHUACAN del IPN		
Horario	Fecha: 20 de Agosto	Objetivos específicos	Dinámica y técnica	Ayudas y materiales
9:00 -9:30	Presentación de los participantes	1. Crear un ambiente de confianza entre los participantes y los moderadores del curso	Los participantes y el facilitador conocerán el nombre de cada uno, sus hobbies e intereses, empleando la técnica de el paso del balón ^{y1}	Sala alfombrada con sillas.
9:30 – 11:00	Presentación del Curso	2. Justificar porque se debe defender los derechos humanos hasta de los supuestos delincuentes 3. Proporcionar los conceptos y argumentos que están detrás de la legislación vigente entorno a la pena de muerte. 4. Que los participantes tengan una idea mas amplia sobre las implicaciones que están detrás de la aplicación de la pena de muerte y de las atribuciones que hacen de los delincuentes.	Dar una introducción breve sobre la importancia de defender los derechos humanos. Dar información general sobre la legislación vigente en nuestro país para castigar los delitos graves. Los significados y consecuencias de la aplicación de la pena de muerte en el país	Sala con sillas y pizarrón

^{y1} Ver anexo 7.

Sesión: 2		Fecha: 21 de Agosto	Lugar: ESIME CULHUACAN del IPN		
Horario	Nombre de Actividad	Objetivos específicos	Dinámica y técnica	Ayudas y materiales	
9:00 – 10::30	Proyección de una película	1. Conocer algunos aspectos que rodean el problema de la aplicación de la pena de muerte, a través de una película sobre el tema	Proyección de la película: Pena de Muerte	Sala, sillas, videocasetera y televisión	
10:30 – 11:00	Discusión sobre los contenidos de la película	2. Analizar algunos contenidos psicosociales implícitos en la película 3. Observar el efecto que se puede inducir en el animo crítico de las personas a través de los medios electrónicos de comunicación.	Dinámica lo Verosímil ^{v2}	Sala, sillas.	

^{v2} Ver Anexo 7.

Fred Everardo Correa Romero

Sesión:	Fecha:	Lugar:			
3	22 de Agosto	ESIME CULHUACAN del IPN			
Horario	Nombre de Actividad	Objetivos específicos	Dinámica y técnica	Ayudas y materiales	
9:00 – 10::30	Explicación del comportamiento de las personas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saber Distinguir la diferencia entre los delitos de acuerdo a su gravedad y su penalización. 2. Discutir sobre la cuestión de la corrupción y si la aplicación de la justicia es neutral. 3. Que los participantes reflexionen sobre la pregunta ¿De qué depende la aplicación de un castigo? Del delito cometido o del delincuente 4. Reflexión sobre las penas de acuerdo al grupo de pertenencia 	Simulación sobre jueces y delincuentes ^{ψ3}	Sala, sillas y grabadora	
10:30-11:00	Sesión de resolución de un cuestionario		Resolución de un cuestionario con preguntas sobre la Simulación. ^{ψ4}		

^{ψ3} Ver Anexo 7.

^{ψ4} Ver Anexo 8.

Sesión: 4		Fecha: 23e Agosto	Lugar: ESIME CULHUACAN del IPN	
Horario	Nombre de Actividad	Objetivos específicos	Dinámica y técnica	Ayudas y materiales
9:00 – 10:00	Creencias en torno a la pena de muerte	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explorar las creencias y sentimientos en torno a la aplicación de la pena de muerte en nuestro país 2. Analizar las implicaciones que traería consigo la aplicación de la pena de muerte en nuestro país... 3. Que los sujetos desarrollen la habilidad de razonamiento ante un mensaje persuasivo. 4. Que los participantes consideren la necesidad de tener los conocimientos mínimos indispensables antes de tomar una decisión 	Exposición de temas y discusión de los puntos propuestos en la guía correspondiente	Sala, sillas y pizarrón
10:00- 11:00	Habilidades de análisis ante un problema social		Juego Razonando ^{ys}	Sala, sillas, hojas y plumas

^{ys} Ver Anexo 7.

Fredí Everardo Correa Romero

Sesión:		Fecha:	Lugar:		
5		24 de Agosto	ESIME CULHUACAN del IPN		
Horario	Nombre de Actividad	Objetivos específicos	Dinámica y técnica	Ayudas y materiales	
9:00 – 10:00	Resolución de Instrumentos	1. Medir la atribución que los participantes hacen de los delincuentes, y la disposición que tienen con respecto hacia la aplicación de la pena de muerte en el país.	ETPM, Guía de preguntas.	Sala, sillas, los instrumentos y plumas.	
10:00- 11:00	Dinámica y Clausura	2. Conjuntar toda la información y experiencias vividas durante el taller para que los participantes elaboren sobre el problema de la aplicación de la pena de muerte 3. Haber generado un ambiente donde los participantes perciban que sus opiniones y puntos de vista son útiles y valoradas.	Comentarios de los participantes sobre el curso.	Sala, sillas	

CONSIDERACIONES FINALES

La defensa de los derechos humanos es un tema elemental en nuestro país, si bien es cierto que los niveles de delincuencia e inseguridad han alcanzado cifras muy altas y que ya existen voces que exigen la aplicación de penas mas severas y hasta la aplicación de la pena de muerte (recientemente el Gobernador de Zacatecas), dice lo siguiente: .."consideramos firmemente que esta no es una solución para el problema, pensando básicamente en dos aspectos fundamentales:

- Por un lado el respeto a los derechos humanos que todo individuo tiene
- El sistema de aplicación de justicia de nuestro país

Si bien es cierto que el primer punto habla sobre un asunto de corte idealista, en realidad esta estrechamente ligado con el segundo, que a bien saber por todos, es muy probable que en nuestro país se encierre y encarcele a una persona inocente; De no existir la conciencia de la defensa de los derechos humanos, cómo podremos defender a estas personas que son víctimas de la injusticia.

Entonces ¿por qué las personas están de acuerdo en la aplicación de la pena de muerte?, ¿por qué sus juicios de valor están basados en la apariencia y otros elementos individuales del presunto delincuente? Una respuesta para estas preguntas esta en el hecho de que nuestra sociedad, en general y sobre todo en este tema, no esta analizando todos los elementos implícitos de la situación, y se dejan seducir por algunos personas o comentarios que en un primer momento parecen ser detentores de la verdad.

Todas las personas sin excepción, nos dejamos guiar por comentarios, ideas o personas que parecen tener la razón, es verdad que no somos maquinas que están constantemente razonado cada paso que dan en su vida, de hecho, las características que le atribuimos a las personas las hacemos con base en el parentesco o identidad que guardan con nosotros, así como nuestras creencias y afectos, también se encuentran guiados por una análisis superficial de los miles de mensajes que recibimos cada día, estás son herramientas mentales (cognitivas) que nos permiten adaptarnos al medio ambiente. El problema es cuando se abusa de estas herramientas y su uso se lleva más allá de lo normal y se pretende que pueda guiar nuestros juicios en aspectos sumamente delicados.

El propósito de este proyecto de intervención es que las personas aplique su habilidad para analizar y reflexionar sobre la cuestión particular de los derechos humanos, con el fin de que sus juicios, sean cuales sean estén guiados por una reflexión profunda del tema y no solo por el sentido común. Es decir, que cuando a las personas se les permita explicar el comportamiento de un delincuente lo hagan a partir de situaciones que no comprometan el grado de pertenencia que guarden con el susodicho. Porque a partir de la explicación que estas personas dan del comportamiento de las demás, es como llegan a determinar que es lo justo o injusto para los delincuentes.

Las dinámicas propuestas, tienen la finalidad de lograr que las personas descubran que detrás de este complejo problema hay elementos que no han sido tomados en cuenta, con base en la aplicación de las capacidades que toda persona tiene para razonar y analizar, se busca encausar dichas habilidades por una

parte al tema de la defensa de los derechos humanos . Es muy probable que cuando las personas piensen seriamente en el problema y sus causas, también puedan pensar sobre posibles soluciones altermas que en un principio, puedan ser más reales y practicas en el mundo real. Por otra parte, de manera concreta se pretende cambiar la forma en que las personas hacen atribuciones de los delincuentes y con base en ello pretenden juzgar su delito.

Esta intervención se basa en el supuesto teórico de que las personas cuando explican la causa del comportamiento del otro, en este caso los delincuentes, lo hacen a partir de los elementos que se encuentren alrededor de los delincuentes, la situación por ejemplo. Pero además de elementos que son internos a los delincuentes. Entonces con este programa de intervención lo que se pretende lograr en las personas es que el hecho de percibir a los delincuentes como parte de 'mi grupo social' no interfiera en sus atribuciones. Porque la percepción que las personas puedan tener de los delitos que se perpetúan a diario, es donde incide este taller vivencial: en cambiar el tipo de atribuciones que hacen los jóvenes de los delitos según sea el caso. Para que, con base en las habilidades desarrolladas en las distintas dinámicas, los participantes aprendan a dirigir sus atribuciones de forma justa, tomando en cuenta que pese a la percepción que tengan del delincuente, esto no afectará para cuando hagan sus atribuciones

También considera que las evaluaciones que los sujetos hacen sobre el tema de la pena de muerte esta mediada bajo un ambiente de poca información, sus criterios guiados por comentarios y datos que recolecta de los medios masivos de comunicación y que toda esta información no toma en cuenta las implicaciones que esta medida traería consigo, las dinámicas plantean el uso de las habilidades cognitivas de los sujetos para reflexionar profundamente en los contenidos de estaos mensajes y de esa forma tener conocimiento distinto en el tema.

Todas las técnicas motivan la discusión y la exposición de los distintos puntos de vista, lo cual tiene la finalidad de que las personas consideren que aquello que han podido reflexionar y conducir sea tomado en cuenta por otras personas, con lo cual se refuerza su motivación y conciencia de que es conveniente reflexionar alrededor de los complejos problemas sociales.

ETAPAS DEL PROGRAMA DE INTERVENCIÓN

1. PRESENTACIÓN DEL CURSO Y DE LOS PARTICIPANTES.
 - 1.1 Crear un ambiente de confianza entre los participantes y los moderadores del curso
 - 1.2 Justificar porque se debe defender los derechos humanos hasta de los supuestos delincuentes.
 - 1.3 Proporcionar los conceptos y argumentos que están detrás de la legislación vigente entorno a la pena de muerte.
 - 1.4 Que los participantes tengan una idea mas amplia sobre las implicaciones que están detrás de la aplicación de la pena de muerte y de las atribuciones que hacen de los delincuentes.
2. PROYECCIÓN DE LA PELÍCULA : PENA DE MUERTE.
 - 2.1 Conocer algunos aspectos que rodean el problema de la aplicación de la pena de muerte
 - 2.2 Analizar algunos contenidos psicosociales implícitos en la película
 - 2.3 Observar el efecto que se puede inducir en el animo critico de las personas a través de los medios electrónicos de comunicación.
3. ATRIBUCIONES A LOS DELITOS
 - 3.1 Saber Distinguir la diferencia entre los delitos de acuerdo a su gravedad y su penalización.
 - 3.2 Discutir sobre la cuestión de la corrupción y si la aplicación de la justicia es neutral.
 - 3.3 Que los participantes reflexionen sobre la pregunta ¿De qué depende la aplicación de un castigo? Del delito cometido o del delincuente
 - 3.4 Reflexión sobre las penas de acuerdo al grupo de pertenencia
4. EVALUACIÓN HACIA LA PENA DE MUERTE
 - 4.1 Explorar las creencias y sentimientos en torno a la aplicación de la pena de muerte en nuestro país
 - 4.2 Elaborar en torno a las implicaciones que traería consigo la aplicación de la pena de muerte en nuestro país.
 - 4.3 Que los sujetos reconsideren sobre otras posibles soluciones para frenar la delincuencia y castigar a los criminales.
 - 4.4 Que los participantes realicen propuestas de soluciones alterna
5. CLAUSURA
 - 5.1 Se aplicaran los instrumentos correspondientes para medir la atribución al delincuente y la disposición hacia la aplicación de la pena de muerte
 - 5.2 Conjuntar toda la información y experiencias vividas durante el taller para que los participantes elaboren sobre el problema de la aplicación de la pena de muerte
 - 5.3 Haber generado un ambiente donde los participantes perciban que sus opiniones y puntos de vista son útiles y valoradas.

ANEXOS

ANEXO 1

ALTA CALIDAD DEL MENSAJE

A continuación encontrará una serie de argumentos que algunas personas han formulado en torno al tema de la pena de muerte y su aplicación legal e inmediata en nuestro País.

Es muy importante que lea cuidadosa y detenidamente los argumentos, pues posteriormente deberá dar su opinión sobre ellos. Esto se hace con la finalidad de dar un mayor peso científico al estudio.

LUNES 6 DE NOVIEMBRE DE 2000

□ **EU tiene el mayor índice delictivo de su historia, a pesar de que nunca había condenado a tantos sujetos: 199 el año pasado**

“ La Pena de Muerte No resuelve el problema de la inseguridad”: Fuente A o B

□ **Esta comprobado que la pena de muerte se aplica en la mayoría de los casos a personas pobres o ignorantes pertenecientes a las minorías étnicas o raciales**

Ciudad de México, 5 de noviembre □ **CARACTERÍSTICAS DE LA FUENTE A o B**

En primer lugar, la pena de muerte no ha demostrado eficacia: en los países donde la pena de muerte se ha implantado, la criminalidad grave no se ha reducido, por el contrario aumenta la gravedad de los crímenes, por ejemplo en Nueva York con el endurecimiento de las penas y la amenaza de aplicar la pena de muerte la tasa de homicidios, violaciones, lesiones dolosas y asaltos a mano armada, pasaron del 32% al 57%. Esto se debe según los psicólogos criminalistas a que el delincuente sabe que no debe dejar testigos de su crimen y pasar de una golpiza a un asesinato es cosa común.

En segundo lugar, porque la pena no permite reparar o corregir el error judicial: el error judicial siempre puede presentarse. Es muy dramático que a una persona que ha estado varios años en la cárcel por un error judicial, por una condena injusta, se le diga: usted dispense, y después de varios años salga de la cárcel, según nuestros propios estudios más de la mitad de los sujetos con condenas largas son inocentes y podrían salir libres, pero de existir la pena de muerte decenas de hombres inocentes habrían sido ejecutados injustamente. Con la pena de muerte no podríamos reparar estos errores propios de todo sistema judicial.

Pero hay un tercer argumento que me parece más importante, que es un argumento ético: el Estado no puede comportarse como los criminales, es decir, muchos piden que se aplique la pena de muerte con el argumento de que es terrible el homicidio, justamente porque es terrible matar, el Estado no puede matar como matan los criminales, la impunidad se resuelve cuando hay castigo a todos y cada uno de los de los delincuentes y posteriormente se le da la posibilidad de regenerarse

BAJA CALIDAD DEL MENSAJE

A continuación encontrará una serie de argumentos que algunas personas han formulado en torno al tema de la pena de muerte y su aplicación legal e inmediata en nuestro País.

Es muy importante que lea cuidadosa y detenidamente los argumentos, pues posteriormente deberá dar su opinión sobre ellos. Esto se hace con la finalidad de dar un mayor peso científico al estudio.

LUNES 6 DE NOVIEMBRE DE 2000

▣ **Podemos afirmar categóricamente que la pena de muerte no solucionara los altos índices de criminalidad**

Nosotros propiciamos la delincuencia, por no denunciar a los criminales: Fuente A o B

▣ **El Estado tiene la obligación moral de reformar a los delincuentes y darles una segunda oportunidad**

Ciudad de México, 5 de noviembre ▣ **CARACTERÍSTICAS DE LA FUENTE A o B**

En primer término, me gustaría insistir en el hecho de que es ineficaz, de hecho subir las penas no sirve de nada. Nuestros delincuentes, hablo de la Ciudad de México, son castigados solamente cuatro de cada cien, es decir, juegan a una lotería en donde hay cien bolitas y de éstas cuatro dicen: te vamos a castigar y 96 dicen: no te preocupes, no te va a pasar nada. Ponerle a las cuatro bolitas una pena de muerte o penas más severas no reduce el crimen, lo que tenemos que aumentar es el número de bolitas que castigan al delincuente. Si 50 de estas bolitas dicen: te vamos a imponer dos años de cárcel, vamos a tener sanciones eficaces, no es la dureza de la pena, es la posibilidad de recibir un castigo lo que disuade al delincuente.

En segundo lugar, la pena de muerte me parece absolutamente inmoral, no es matando como vamos a lograr defender la vida, al contrario, frente a homicidios y violaciones tan terribles como los que a veces padecemos, lo que tenemos que hacer es reforzar los valores, es decir, que realmente creemos en la vida humana como algo valioso.

Por último, me gustaría, aunque sea un argumento menor, señalar que sugerir la pena de muerte en un país como el nuestro y en las situaciones en las que está es absolutamente ridículo: ¿pena de muerte, con los agentes del ministerio público que tenemos?, ¿con los policías judiciales que tenemos?, ¿con los procuradores que tenemos?, ¿con los jueces que tenemos?, permítanme reír un rato, si le damos a estas personas lamentabilísimas —sigo hablando de los procuradores, de los agentes del ministerio público, de los jueces y de los policías judiciales— el derecho a matar, prefiero mudarme de país.

ANEXO 2

EXPERTEZ DE LA FUENTE

ALTA EXPERTEZ DE LA FUENTE:

Doctor Luis de la Barrera*Características de la Fuente que aparecen en el Mensaje*

El Doctor Luis de la Barrera Presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal y uno de los más lúcidos juristas en ejercicio en el campo de los derechos humanos, se opone contundentemente a la pena de muerte con base en los siguientes argumentos:

BAJA EXPERTEZ DE LA FUENTE:

Licenciada: Fernanda Flores*Características de la fuente que aparecen en el Mensaje:*

La licenciada Fernanda Flores, acaba de titularse en la carrera de Derecho por la UNAM, su tesis toco algunos aspectos sobre la defensa de los derechos humanos, se opone a la aplicación de la pena de muerte con base en los siguientes argumentos:

RELEVANCIA PERSONAL

ALTA RELEVANCIA PERSONAL:

El encabezado del cuademillo que se leía en voz alta por parte del encuestador era el siguiente:

Te informamos que hemos logrado tener contacto con autoridades de las algunas universidades como la UNITEC, La Universidad Iberoamericana y la UNAM, que nos han mostrado mucho interés en aplicar este instrumento en sus respectivas instituciones, una de las razones aludidas es la objetividad e imparcialidad que los estudiantes de la UAM han mostrado en los últimos años. Por lo cual te pedimos hagas un esfuerzo por contestar algunas preguntas que ya te hicimos anteriormente para lograr un instrumento de calidad y principalmente para que tu opinión sea mostrada a nivel nacional y pueda influir en la toma de una decisión tan importante como es la aplicación o no de la pena de muerte.

Te recordamos que existe el compromiso con los principales diarios del país de mostrar los resultados de el estudio y con ello tu opinión de manera integra, por lo cual la mejor manera de expresar tu opinión es contestando el cuestionario.

BAJA RELEVANCIA PERSONAL

El encabezado del cuademillo que se leía en voz alta por parte del encuestador era el siguiente:

El presente cuestionario es parte de una investigación realizada en la Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, sobre las actitudes hacia la pena de muerte, la información será totalmente confidencial y será destinada a fines académicos y de investigación en el campo de la psicología social.

ANEXO 3: ESCALA DE TOLERANCIA HACIA LA PENA DE MUERTE

Lista de opciones:

1	Totalmente de Acuerdo
2	Acuerdo
3	Indeciso
4	en Desacuerdo
5	Totalmente en Desacuerdo

Ejemplo:

"Apoyaría la pena capital , independientemente de la edad del criminal".	5
--	---

La persona que este muy en Desacuerdo con lo anterior escribirá el número 5 en la línea .

1. Creo que la pena capital es un acto horrible, pero necesario.	_____
2. Las leyes mexicanas deberían considerar aplicar la pena de muerte en caso de delitos graves.	_____
3. Los delitos severos deben ser castigados con penas mas largas, pero no con la muerte	_____
4. Si se aplicara la pena capital en México sería menos peligroso salir por la noche.	_____
5. La pena de muerte es algo incivilizado	_____
6. Una ejecución transmitida en vivo serviría como advertencia para todos los delincuentes	_____
7. Un sujeto seguirá siendo criminal, a menos que sepa que puede ser castigado con la muerte.	_____
8. Al aplicar la pena de muerte, se corre un alto riesgo de castigar a un inocente	_____
9. Las autoridades tienen la obligación de acabar con la delincuencia sin importar los métodos que empleen.	_____
10. La única forma de garantizar nuestra seguridad es si nos <i>deshacemos</i> de los criminales	_____
11. La pena de muerte es un asesinato de la sociedad	_____
12. Estoy de acuerdo en que se aplique la pena de muerte	_____
13. Tenemos la obligación moral de perdonar a quien nos lastimó	_____
14. Estoy en contra de la pena de muerte porque nuestro sistema judicial es injusto	_____
15. La pena de muerte es un pecado	_____
16. Los violadores son tan despreciables que merecen morir	_____
17. Me provoca lástima un delincuente condenado a la pena capital	_____
18. Aplicar la pena de muerte serviría como castigo ejemplar para los delincuentes.	_____
19. Si aplicamos la pena de muerte seríamos tan crueles como un asesino	_____
20. Un secuestrador debe sufrir dolor por el mal que hizo	_____
21. Debemos solidarizarnos con el respeto a los derechos humanos	_____
22. Tratamos muy duramente a los criminales: deberíamos reeducarlos en vez de castigarlos	_____
23. Participaría en actos públicos que estén en contra de legalizar la pena de muerte	_____
24. Si hubiese un plebiscito sobre el tema, votaría a favor de la pena capital	_____
25. Votaría por un candidato que diga que va a legalizar la pena de muerte.	_____
26. Asistiría a foros de discusión a favor de la legalización de la pena de muerte	_____
27. Organizaría grupos que recojan firmas para evitar que se legalice la pena de muerte	_____
28. Si se diera el caso aceptaría a un ex- delincuente como compañero de trabajo	_____

ANEXO 4: ESCALA DE NECESIDAD DE COGNICIÓN

5. Lea con atención cada afirmación y tache la opción que describa mejor tu forma de ser. Por favor no dejes preguntas sin responder.

Lista de opciones:

1	Definitivamente me sucede
2	Frecuentemente me sucede
3	A veces me sucede
4	No me sucede frecuentemente
5	Definitivamente No me sucede

1. Me aburre pensar	1	2	3	4	5
2. Realmente disfruto las actividades que involucran llegar a nuevas soluciones a los problemas	1	2	3	4	5
3. Prefiero una tarea que es difícil intelectualmente a otra que no requiere pensarle mucho.	1	2	3	4	5
4. Me atrae la idea de confiar solo en mi razonamiento para lograr mis metas.	1	2	3	4	5
5. La noción de pensar en abstracto me agrada	1	2	3	4	5
6. Prefiero pensar en los proyectos pequeños y cotidianos que en los proyectos a largo plazo	1	2	3	4	5
7. Prefiero hacer algo que desafíe mis habilidades mentales	1	2	3	4	5
8. Me gusta tener la responsabilidad de manejar situaciones que requieren pensarle mucho.	1	2	3	4	5
9. Prefiero llenar mi vida de cuestiones que deba resolver.	1	2	3	4	5
10. Cuando algo funciona bien, no me pregunto ¿cómo? Ni ¿por qué? es de esa forma	1	2	3	4	5
11. Usualmente termino dando vueltas a problemas que no me afectan personalmente.	1	2	3	4	5
12. Prefiero los problemas simples a los complejos	1	2	3	4	5
13. Pensar no es mi idea de estar haciendo algo divertido.	1	2	3	4	5
14. Encuentro satisfacción al razonar arduamente y por varias horas.	1	2	3	4	5
15. Solo me pongo a pensar hasta donde tengo que hacerlo y no más allá.	1	2	3	4	5
16. Prefiero las actividades donde tengo que razonar poco, una vez que las he aprendido.	1	2	3	4	5
17. Aprender nuevas formas de pensar no me emociona mucho.	1	2	3	4	5
18. Siento mas alivio que satisfacción cuando completo una tarea que requirió un montón de esfuerzo mental.	1	2	3	4	5
19. Prefiero pensar lo que voy a hacer antes de comenzarlo	1	2	3	4	5

ANEXO 5: ESCALA COLECTIVISMO- INDIVIDUALISMO

III. A continuación veras una serie de enunciados. Léelos detenidamente y evalúa con ayuda de la escala de 1 a 9 tu grado de acuerdo o desacuerdo con cada uno de ellos. No hay respuestas correctas o incorrectas. Por favor tras leer el enunciado marca el número que mejor refleje tu opinión.

1	Totalmente en Desacuerdo	6	Algo de Acuerdo
2	Muy en Desacuerdo	7	Bastante de Acuerdo
3	Bastante en Desacuerdo	8	Muy de Acuerdo
4	Algo en Desacuerdo	9	Totalmente de Acuerdo
5	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo		

1. Si el grupo me esta retrasando es mejor abandonarlo y trabajar solo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
2. Es absurdo tratar de conservar los recursos materiales para futuras generaciones.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
3. Yo no tengo la culpa si alguien de mi familia fracasa.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
4. La frase "Compartir tiene sus inconvenientes y sus ventajas" es aplicable incluso cuando se tiene un amigo torpe y que da muchos problemas.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
5. Creo que triunfar es importante tanto en el trabajo como en el juego	1 2 3 4 5 6 7 8 9
6. El que ha un amigo intimo le salgan bien las cosas no me hace sentir mejor.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
7. A la larga la única persona con la que puedes contar eres tú mismo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
8. Si un pariente me dijera que tiene problemas económicos, le ayudaría de acuerdo con mis posibilidades.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
9. Me gusta vivir cerca de mis amigos.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
10. Para ser superior hay que estar solo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
11. No hay por qué preocuparse de lo que digan los vecinos acerca de con quién debe uno casarse.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
12. Sólo los que dependen de sí mismos progresan en la vida.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
13. No basta con hacer lo que se puede, es importante triunfar.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
14. No debería esperarse que la gente hiciera nada por la comunidad a menos que se le pagara por ello.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
15. No compartiría mis ideas ni mis conocimientos recién adquiridos con mis padres.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
16. Mi felicidad no esta relacionada con el bienestar de mis compañeros.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
17. Triunfar lo es todo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
18. En la mayoría de los casos, colaborar con alguien de menor capacidad es menos deseable que hacer las cosas solo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
19. Los hijos no deberían de sentirse honrados aunque uno de sus padres fuera elegido y condecorado por un representante del gobierno por su contribución y servicio a la comunidad.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
20. A la hora de elegir a mi pareja, la opinión de mis padres no es importante.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
21. Me molesta que otros hagan las cosas mejor que yo.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
22. El éxito es lo mas importante en la vida.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
23. A la hora de elegir a mi pareja la opinión de mis compañeros no es importante.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
24. Yo no tengo la culpa de si uno de mis íntimos fracasa.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
25. Soy el único responsable de lo que me sucede.	1 2 3 4 5 6 7 8 9
26. Si quieres que algo salga bien tienes que hacerlo tú mismo	1 2 3 4 5 6 7 8 9
27. Cuando mis compañeros me cuentan cosas personales sobre ellos, nos sentimos más unidos.	1 2 3 4 5 6 7 8 9

ANEXO 6: PREGUNTAS PARA VERIFICAR VARIABLES INDEPENDIENTES

Ahora te presentamos una serie de preguntas que tienen que ver con el mensaje que acabas de leer. Marca en la línea que corresponde a cada par de adjetivos el lugar que refleja tu respuesta a la pregunta correspondiente. Por ejemplo:

Muchísimo _____ ~~_____~~ _____ _____ _____ _____ _____ Nada

La persona que sienta que el mensaje tiene argumentos inspiradores marcará con un tache una línea que este mas cerca del adjetivo Muchísimo. Si te quedan dudas, por favor pregunta al encuestador.

Completamente	1. ¿Hasta qué punto sientes que el mensaje tiene razón?	Nada
Nada	2. ¿Hasta qué punto te gusto el mensaje?	Muchísimo
Nada Convencido	3. ¿Hasta que punto sientes que el mensaje estaba convenciéndote?	Muy convencido
Muy Bien	4. ¿Qué tan bien escrito estaba el mensaje?	Muy Mal
Pobres e incompletas	5. ¿Cómo juzgarías las razones dadas por el mensaje para apoyar la recomendación?	Muy buenas y completas
6. ¿Cuántos argumentos tenía el mensaje? _____		

PobrementE Especializado	7. ¿Cómo juzgas a la fuente del mensaje?	Altamente Especializado
Muy poco Fiable		Muy Fidedigno

Muchísimo	8. ¿Hasta qué punto estabas intentando evaluar analíticamente los argumentos del mensaje?	Nada
Nada	9. ¿Cuánto esfuerzo mental pusiste para evaluar la comunicación?	Muchísimo
Muchísimo	10. ¿Qué tanto comprendiste el mensaje?	Nada

ANEXO 7 : DINÁMICAS DENTRO DEL PROGRAMA DE INTERVENCIÓN

1. DINÁMICA: "EL PASO DEL BALÓN".

- Para un grupo donde hay bastante gente que ya se conoce.
- Presentar a cada persona, pero dándole oportunidad de expresarse también a ella.

PROCEDIMIENTO:

- Se explica la dinámica: una persona toma el balón (imaginario) y dice algo de sí, luego elige a quien pasárselo y dice algunos datos de esa persona. Esta persona recibe el balón y completa con datos de él, que no fueron dichos y que quiere comunicar al grupo. Luego vuelve a pasar el balón.
- Se va realizando la presentación. Si son muchas personas se puede realizar un primer tiempo (cantos, etc.)
- Breve resonancia. ¿Qué nos dijo la presentación acerca del grupo?

2. 'DINÁMICA DE LO VEROSÍMIL'.

PROCEDIMIENTO:

- Dividir a los participantes en grupos de cuatro personas.
- Suministrar cada grupo la hoja de trabajo.
- Cada participante deberá dar lectura en voz alta a una afirmación cuyo supuesto deberán ser discutidos en conjunto.
- Deberán inferirse el mayor número de supuestos posibles para cada afirmación.
- No se trata de llegar a un acuerdo sino de discutir abiertamente cada supuesto.
- Luego de haber discutido todos los supuestos los grupos se reúnen y contrastan sus apreciaciones entre sí.

HOJA DE TRABAJO

- ❖ Los medios de comunicación son veraces y objetivos.
- ❖ Debería haber leyes contra las revistas pornográficas .
- ❖ Si echamos abajo todos sus argumentos ellos tendrán que estar de acuerdo con nosotros.
- ❖ El pasto es verde.
- ❖ Si invirtiéramos el doble en publicidad aumentaríamos al doble nuestras ventas.
- ❖ Todos los criminales deben de ir a la cárcel.
- ❖ Todo tiempo pasado fue mejor.
- ❖ Habría que acabar con todos la publicidad sobre bebidas embriagantes para acabar de una vez por todas con el alcoholismo.
- ❖ Describa tres sentimientos que haya experimentado al leer el texto.

DISCUSIÓN

- * Comparar el grado de persuasión de cada discurso
- * Considerar que tipo de factores incidieron más en la evaluación de cada uno
- * Describir los elementos que más le convencieron en cada caso.

3. DINÁMICA: "SIMULACIÓN SOBRE LOS DELINCUENTES Y JUECES"

PROCEDIMIENTO:

- El coordinador del curso se encargará de asignar de forma aleatoria a cada participante un rol determinado.
- Estos roles podrán ser delincuentes o jueces (jurado).
- Sólo serán tres delincuentes que serán acusados de Violación, Parricidio, Asalto.
- Los demás participantes serán los jueces que determinarán a partir de la descripción breve del delito que castigo debe imputársele.

DISCUSIÓN:

- * Mediante la simulación de un caso en donde las personas (jurado o jueces) tienen que decidir que castigo debe dársele a tres delincuentes distintos.
- * Los jueces tendrán la oportunidad de decidir la sentencia en 15 minutos, el jurado tendrá que llegar a un acuerdo consensuado.
- * En el jurado una persona tendrá que tomar notas de por qué se llegó a la decisión.

4. DINÁMICA: "RAZONANDO"

PROCEDIMIENTO

- Suministrar a cada participante la hoja de trabajo que deberá ser responsabilidad individualmente.
- Una vez que todos hayan terminado se proporcionarán las conclusiones correctas de acuerdo a la hoja de respuesta.

HOJA DE TRABAJO

Intrucciones: Pares de proposiciones concretas propuestas como premisas. Hay que encontrar su conclusión.

- ❖ Algunos juicios son ricos; todos los esquimales con gentiles.
- ❖ Todas las avispas son hoscas; todas las criaturas hoscas son mal acogidas.
- ❖ Todos los canarios bien nutridos cantan fuerte; ningún canario se siente triste cantando fuerte.
- ❖ Ningún país que haya sido explorado está infestado de dragones; los países inexplorados son fascinantes.
- ❖ Ningún cuadrúpedo sabe silbar; algunos cuadrúpedos son gatos.
- ❖ Algunos sueños son terribles; ningún borrego es terrible.
- ❖ Ninguna pesadilla es agradable; las experiencias desagradables no se buscan.
- ❖ A todos los abstemios les gusta el azúcar; ningún ruiseñor bebe vino.

DISCUSIÓN

La discusión deberá centrarse en las siguientes preguntas.

- * ¿Qué tipo de evidencia necesita para creer en algo?
- * ¿Es necesario ver un evento para creer que ocurrió?
- * ¿Es posible el consenso en torno a la evidencia requerida?
- * ¿Cuál es la diferencia entre una evidencia y una prueba?
- * ¿Hay enunciados más verosímiles que otros?. ¿Cuáles?. ¿Por qué?
- * ¿La evidencia nos permite concluir algo?
- * ¿Condenaría usted a alguien a muerte basándose en le tipo de evidencia que usted necesita para creer ciertas afirmaciones?
- * ¿Qué tipo de evidencias es más persuasiva?
- * ¿No será la realidad una cadena de evidencias nunca cuestionada?

ANEXO 8 INSTRUMENTOS ADICIONALES EN LA INTERVENCIÓN:

PARA DESPUÉS DEL ROLPLAYING:

ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE LOS DELITOS.

Agradecemos anticipadamente su gentileza por colaborar en este estudio, el cual tiene como propósito saber que opina del caso que se le mostrará abajo. Lea cuidadosamente las siguientes instrucciones y responda todas las preguntas. Las respuestas son confidenciales y sólo se utilizarán para fines estadísticos de la investigación en la Universidad. No existen respuestas correctas o incorrectas, sólo le pedimos su opinión sincera.

I. RESPONDA A LAS PREGUNTAS, Y MARQUE UNA SOLA OPCIÓN.

Matrícula _____ Edad _____ Sexo M F

Alguna Vez Ha Sido Víctima Personalmente De Un Delito. Si No

¿Cuál? _____

¿Para Qué Personas Cree Que Se Amerite La Pena De Muerte? _____

¿Cuáles crees que sean las causas que orillan a las personas a cometer un delito?

¿Cuál es el delito que consideras mas grave?

Dicho delito, amerita un castigo severo si no

¿Por qué?

¿Estas de acuerdo en que cualquier delito merece ser castigado de forma severa?

De los tres delitos que a continuación te mencionaré señala en orden de importancia el que creas mas grave, y que castigo propondrías para cada uno: Violación, Parricidio, Asalto.

PARA LA SESIÓN FINAL:

ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE LOS DELITOS.

Agradecemos anticipadamente su gentileza por colaborar en este estudio, el cual tiene como propósito saber que opina del caso que se le mostrará abajo. Lea cuidadosamente las siguientes instrucciones y responda todas las preguntas. Las respuestas son confidenciales y sólo se utilizarán para fines estadísticos de la investigación en la Universidad. No existen respuestas correctas o incorrectas, sólo le pedimos su opinión sincera.

II. RESPONDA A LAS PREGUNTAS, Y MARQUE UNA SOLA OPCIÓN.

Matrícula _____ Edad _____ Sexo M F

Alguna Vez Ha Sido Víctima Personalmente De Un Delito. Si No

¿Cuál? _____

¿Para Qué Personas Cree Que Se Amerite La Pena De Muerte? _____

VIOLACIÓN

1. Crees que este delito merezca ser justificado?
2. ¿Por qué?
3. ¿Cuales crees que hayan sido las causas originales del delincuente para haber cometido este delito?

PARRICIDIO

4. Crees que este delito merezca ser justificado?
5. ¿Por qué?
6. ¿Cuales crees que hayan sido las causas originales del delincuente para haber cometido este delito?

ASALTO

7. Crees que este delito merezca ser justificado?
8. ¿Por qué?
9. ¿Cuales crees que hayan sido las causas originales del delincuente para haber cometido este delito?

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1985), Attitude structure and Behavior, en Pratkanis, S.R, Breckler, S.J, y Greenwald, A.G (eds), *Attitudes, personality and behavior*, 241-274, Milton Keynes, open University Press.
- Alegre, L. (2000), Reconocen infamia en la pena de muerte, http://reforma.com/justicia_y_seguridad/articulo/030370/
- Aronson, E. T., Wilson, T.D. y Akert, R.M, (1998), attitudes and attitude change, influencing thoughts and feelings, en *Social psychology*, New York, Logman
- Baker, S., y Petty, R.E. (1994). Majority and minority influence: source- position imbalance as a determinant of message scrutiny, en *Journal of personality and social psychology*, 67, 5-19.
- Cano y Aguirre (1999), Que se mueran las ratas y con ellas las propuestas políticas, *Masiosare*, 83, 3-6
- Correa Romero, Contreras- Ibáñez, Sánchez Cristóbal, (2000), Medición de actitudes hacia la pena de muerte, en *La psicología social en México*, 8, 275-282, AMEPSO
- Cortés Esteves, T, (1997), Pena de muerte, <http://tiny.uasnet.mx/prof/cin/der/silvia1/intro.htm>
- Chaiken, s. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasión. *Journal of personality and social psychology*, 39, 752-766.
- De Bono, E. (1991). "Seis Sombreros para Pensar". Javier Vergara Editor. Argentina.
- González de Cossío, F. (1997), La pena de muerte, *Nexos*, 236, 39.
- Galeana, V. (2000), La pena de muerte, <http://mx.yahoo.com/noticias/000823/politica/presidenciables/proyecto/ciudadano08-23-00-967032000>
- McGuire W.J (1985). Attitudes and attitude change, en Lindzey G. y Aronson, E (edis), *The handbook of social psychology*, 2, New York, Randon House, (traducción de Carlos Contreras)
- Millán, D, (2000^a), Ordenan fusilar a cuatro marinos, <http://www.reforma.com/nacional/articulo/030034/>
- Millán, D. (2000b), Conmutan pena de muerte a marinos, <http://www.reforma.com/nacional/articulo/030147/>
- Morales, J.F, López, M. y Vega, L.,(1992). Individualismo, Colectivismo e identidad social. *Revista de psicología social*, Monográfico, 49-72.
- Morales, J.F., Rebollosos, E. y Moya, M. (1994). Actitudes, en Morales, J.F., Moya, M., Reboloso, E., Fernabdez Dols, J.M .,Huici. C., Marques, J.,Páez, D. y Pérez, J.A. *Psicología social*, 393-407, McGraw Hill, Madrid.
- Munguia, C. (2000), Pena de muerte, <http://www.comal.com.mx/comal3/pena>
- Nexos, (1993), La ley y la pena de muerte, *Nexos*, 171, 37

Notimex, (2000) Prepara diputación el PRI en materia de justicia, <http://mx.yahoo.com/noticias/000823/politica/notimex/06-25-00-982032000>

Peña, Jorge, (2000), Persuasión, desde el ágora hasta sus pantallas, tomado del sitio en internet <http://rehue.csociales.uchile/publicaciones/mad/02/paper10.htm>

Peñalosa y Espinosa, (2000) Los desafíos en la prevención del delito, en *Este país*, 116, 2-13

Petty R.E. y Cacioppo, J.T. (1981). Attitudes and persuasión, classic and contemporary approaches, 6-40, Westview press, New jersey.

Petty y Cacioppo, (1983) Effects of need for cognition on message evaluation, recall and persuasion. *Journal of personality and social psychology*, 45, 4, 805-818.

Petty y Cacioppo, (1984), The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal, of personality and social psychology*, 46, 1, 69-81.

Petty y Cacioppo, (1986), Elaboration likelihood model of persuasion, en Berkowitz, *Advances in experimental social psychology*, 19, 124- 203, New York, Academic

Petty, R.E., Ostrom, T. y Brock , T. (1981). Historical foundations of the cognitive response approach to attitudes and persuasion en introduction, en Petty, R.E., Ostrom, T. y Brock , T (Ed). *Cognitive response in persuasion*, 29, New Jersey, Lawrence Erlbaum

Petty, R. E. y Priester, J.R. (1994). Cognitive processes in attitude change, en Bryants. J.(Ed) *Media effects*, 96-122, Lawrence, New Jersey.

Prathkanis, A.R y Greenwald, A.G (1989). A sociocognitive model of attitude structure and Funtion, en Berkowitz, L. (Ed). *Advances in experimental social psychology*, 22, 245-285, academic press, San Diego.

Ros, M. y Gómez, A., (1997), Valores persoanles individualistas colectivistas y su relación con la autoestima colectiva, *Revista de psicología social*, 12, 2, 179- 198.

Stanhberg, D. y Frey, D (1993). Actitudes I: Estructura, medida y funciones en Hewstone, M., Stroebe,W., Codol, J-P, Stephenson, G.M, Introducción a la psicología social: una perspectiva europea, 149-169, Ariel, Barcelona

Tesser, A. y Shaffer, D. (1990). Attitudes and attitude changes, *Annual Review psychology*, 41, 479-523

Triandis, H.C., Bontempo, R. Y Villareal, M.J, (1988) Individualism and collectivism: Cross- Cultural Perspectives on self- ingroup Relationships, *Journal of personality and social psychology*, 54,2,323-338

Turner, J K, (1991), La Represión, en Cien años de lucha de clases en México, 75-86, Quinto Sol, México

Quilantan Arenas, R.(1999) La pena de muerte y la protesta consular, *El mundo del abogado*, 2, 42-45.

Reforma (2000a), templo mayor, <http://www.reforma.com/editoriales/articulo/o30303/default/>

Reforma, (2000b), La pena de muerte en América latina, <http://www.reforma.com/internacional/articulo/017463>

Tello y Garza (2000), La cultura de la legalidad, antídoto de la inseguridad, en *Este país*, 116, 34-41

Triandis, C.,Bontempo, R., Villareal, M.J. (1988), Individualism and collectivism: Cross- Cultural Perspectives on Self-Ingroup Relationships. *Journal of personality and social psychology*, 54,2,323-338