

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

Ciencias Sociales y humanidades

Departamento de sociología

PSICOLOGIA SOCIAL

Valoración hacia la esbeltez

Actitudes ambivalentes (Afecto versus Cognición) en el cambio de actitud
hacia las dietas en las adolescentes de bachillerato en la zona oriente.


Con la aplicación del Modelo de Probabilidad de Elaboración

Sánchez Mayorga Rafael Enrico

Asesores:



Carlos César Contreras Ibáñez



Alicia Saldivar Garduño

Fernando Ortiz Lachica

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento de sociología

PSICOLOGIA SOCIAL

Valoración hacia la esbeltez


Actitudes ambivalentes (Afecto versus Cognición) en el cambio de actitud hacia las dietas en las adolescentes de bachillerato en la zona oriente.

Con la aplicación del Modelo de Probabilidad de Elaboración

Sánchez Mayorga Rafael Enrico

Asesores:

**Carlos César Contreras Ibáñez
Alicia Saldivar Garduño
Fernando Ortiz Lachica**



Sabemos más del átomo que de nosotros mismos, y las consecuencias se ven por doquiera.

Carl Kaysen

Prologo

Así como la humanidad edificó una civilización moderna, tecnológicamente avanzada, basada en el capitalismo y la industrialización para un mejoramiento de sí misma, a través de los años también modificó sus costumbres, conductas y actitudes, que llevaron a una buena parte de esta a sufrir males innecesarios. (Enfermedades, conflictos sociales, desempleo, migración, trastornos de la alimentación, daños a la ecología, accidentes entre otros).

Pero se ha culpado a la ciencia de todos estos males, pero no es así, la ciencia nos ayuda a comprender por qué se dan estos fenómenos a entenderlos y a intervenir en estos casos mencionados. Como la psicología social desde donde para muchos autores abordar en su área central de esta misma “las actitudes” Modificar las actitudes que se tenga hacia las dietas y muchos problemas sociales puede ser un modo de comenzar a tratar el problema de raíz y prevenir consecuencias mayores ya que estas guían a las personas a través de cómo evalúan los objetos de el mundo social.

Toda la ciencia no es más que la depuración del pensamiento cotidiano.

Albert Einstein

Toda la ciencia no es más que la depuración del pensamiento cotidiano.

Albert Einstein

El término de una obra siempre será el empiezo de muchas otras. Por lo que cada persona es arquitecto de su propia vida, edifica sus obras a través del esfuerzo, la capacidad y de las metas que se plantea.

Pero cualquier logro alcanzado por uno mismo siempre hay alguien que nos ayudo a alcanzarlo. Por lo que agradezco su esfuerzo y su tiempo.

Gracias

A Carlos Contreras y Alicia saldivar por ser mis profesores, por trasmitirme su enseñanza, su experiencia y sus conocimientos, por que me enseñaron a que se puede crecer y creer en uno mismo que hay muchas metas que alcanzar. Grandes como profesores pero mejores como personas y como amigos, mi reconocimiento por siempre.

A todos mis profesores y mi asesor Fernando Ortiz, por cada hora de clase y a la misma Universidad. A todos mis compañeros del seminario de investigación Kurt Lewin.

A mis compañeros que convivieron en estos años de la universidad, especialmente Adriana, Martín, Caro, Miriam, Leticia, Norma, Claudia y todos los demás.

Con todo Cariño y Amor que es el esfuerzo de toda una vida juntos a mi madre y a mi padre por su apoyos y su cariño, a mis hermanos y mis sobrinos.

Y a la vida misma por dejarme hacer lo que realmente lo que me gusta hacer, por una hermosa carrera Psicología Social.

INDICE

Capítulo I.

Marco Sociodemográfico

1.-Justificación.	7
1.1.-Trastornos de la conducta alimentaria	8
1.2.-La anorexia y la bulimia	11
1.2.1.-Historia de la anorexia Y Concepto	12
1.3.-Salud y Nutrición	14
1.4.- Dietas y anorexia.	15
1.5.-Los trastornos alimentarios desde las disciplinas científicas.	17
1.5.1.-Los principales síntomas de la Anorexia nerviosa son	19
1.6.- Índice de población femenina en el Distrito Federal	20
1.7.-La adolescencia	20
1.8.-El consumo cultural	21
1.9.-El consumo Cultural y medios en Mujeres adolescentes	23
1.10.-La comida como concepto social	26
1.11.-Actitud de la comida en adolescentes	28
1.12.-Medios de comunicación	29
1.12.-Desde punto de vista de la Psicología Social	29

Capítulo II.

Marco Teórico

2.-Introducción	31
2.1.- Actitud y Psicología social	32
2.2.-Historia de la actitud	32
2.3.-Definición de actitud y perspectiva actual sobre actitudes duales.	35
2.4.-Estructura y Bases de las actitudes	38
2.5.- Bases de afectivas versus cognitivas de las actitudes	38
2.6.- Ambivalencia de la actitud	43
2.7.-Ambivalencia de la actitud y el impacto relativo de afecto y cognición	46
2.8.-Persuasión	48

2.9.-Modelo persuasivo de Mcguire	50
2.10.- Modelo Probabilidad y Elaboración. (Elaboration Likelihood Model “ELM”)	51
2.11.-Postulados de Modelo Probabilidad y Elaboración	56
2.12.-Necesidad para la cognición	62
2.13.-Necesidad de Afecto	63
2.14.-Bienestar subjetivo.	63

Capítulo III.

	Método
3.1.-Planteamiento del problema	64
3.2.-Pregunta de investigación	64
3.3.-Hipótesis	65
3.4.-Objetivos	66
3.5-Definición Conceptual	66
3.5.1.- Variables Dependientes	66
3.5.2.-Variables Independientes	67
3.5.3.- Covariables	67
3.6.-Definiciones Operacionales	68
3.7.-Participantes	69
3.8.-Historia Encubierta	70
3.9.-Diseño Experimental del Estudio	70
3.10.-Instrumento	72
3.11.-Procedimiento	74
3.12.-Material	75
3.13.-Análisis	75

Capítulo IV.

	Resultados
4.1.-Datos sobre las dietas en adolescentes de bachillerato.	76
4.2 Validación de las Escalas	77
4.3.-Cheque de la manipulación	91
4.4.- Efecto experimental	91

4.5.-Diferencia entre los grupos	91
4.6 Variables Independientes de base cognitiva	93
4.7.- Variables Independientes de base afectiva	96
4.8.-Efectos de las covariable	109

Capítulo V.

Discusión

<i>Con respecto a la actitud de bases de la actitud</i>	115
<i>Con lo que se refiere a la hipótesis general respecto a la actitud</i>	116
<i>Discusión acerca de las variables independientes</i>	118
<i>La relevancia personal</i>	118
<i>Expertez de la fuente</i>	118
<i>Tipo de información</i>	119
<i>Las Interacciones de las variables</i>	119
<i>Sobre el Modelo de Probabilidad de Elaboración</i>	121
<i>En cuanto a la covariables de necesidad de cognición</i>	122
<i>En cuanto a la covariables de necesidad Afectiva</i>	123
<i>Bienestar Subjetivo</i>	123

Capítulo VI.

Intervención

<i>Introducción</i>	125
<i>Evaluación a través de la escala de actitud observación de la relevancia personal</i>	126
<i>Justificación de la intervención</i>	129
<i>Fichas de trabajo</i>	133

Referencias	136
--------------------	------------

Anexos	141
---------------	------------

Capítulo I

Marco Sociodemográfico

“Earth provides enough to satisfy every man`s need, but not for every man`s greed”
(1869-1948). Mohandas Karamchand Gandhi

“La tierra provee lo suficiente para satisfacer la necesidades de los seres humanos, pero no satisfacer su aivez “
GANDHI

1.-Justificación.

Vanesa es una estudiante de secundaria con solo 15 años de edad, con un peso de 50 kilos y una estatura de 1.65 metros; al querer ingresar al la Escuela Nacional de Baile del Centro Nacional de las Artes le dijeron que no era suficientemente esbelta, por lo que debería bajar de peso u olvidarse de estudiar ahí; para lograrlo llego a tomar mas de 20 diuréticos diarios¹(García Escamilla, 2002).

Miriam estudiante de preparatoria con 17 años de edad, con un peso de 65 kilos, y una estatura de 1.58 metros. Realizo ejercicio exhaustivo y dietas, declarando que los mensajes que provienen de la televisión le han causado un rechazo por estar con kilos de más, y además comento en una entrevista que compró productos para bajar de peso ya que quisiera estar esbelta para agradarse más.²

Las adolescentes están en una cultura donde son más sobrevalorada los cuerpos esculturales de modelos y cantantes con una esbeltez exagerada, ya que la sociedad consumista y prototípica apuesta por la imagen de la mujer delgada que en su mensaje implica belleza, fama y éxito, no importando el como sean los métodos para conseguirlo, ni en que vaya de juego la salud de las mismas y el sacrificio exhaustivo que las puede llevar a una muerte muy lenta donde es muy difícil que haya retorno.

¹ Nota de periódico Reforma sábado 15 de julio del 2002seccion de cultura pagina 7c, por Garcia Escamilla David
² Platica con Miriam con el tratamiento en el problema de anorexia, fuera de Instituto Nacional de Nutrición en México

Frente a tales sucesos se ha originado **un problema de salud pública** que cada vez se hace más evidentes durante la adolescencia: **Los trastornos de conducta alimentaria.**

Una **dieta**, por simple e inofensiva que parezca, puede ser un iniciador de un trastorno de la alimentación como la anorexia o bulimia y terminar con la vida de las adolescentes. Por lo consiguiente en el presente estudio tomaremos en cuenta la importancia que se le debe dar a estas como problema social en el que la psicología social puede intervenir.

1.1.-Trastornos de la conducta alimentaria

Los trastornos alimentarios que es un término que hace referencia a procesos anómalos de la alimentación, por lo cual se considera una enfermedad de etiología multifactorial de curso crónico en la cual se involucran aspectos genéticos, ambientales, sociales y de estilo de vida que conducen a una trastorno metabólico en el organismo.

El aumento considerable del índice de enfermedades causado por los trastornos de alimentación ha representado en los últimos años un problema de salud pública y social. En la última Encuesta Nacional de Nutrición en México, levantada en el año 2002 hay una gran prevaecía de problemas de obesidad y sobrepeso que suelen ser factores que predisponen a las personas para desarrollar enfermedades crónicas como la hipertensión, diabetes, cáncer, artritis y enfermedades cardiovasculares, que además de los padecimientos en la salud, incrementarían los recursos que se destinan al área de salud pública (Salud Publica, 2004).

En México, en las últimas décadas, el sobrepeso y la obesidad han alcanzado niveles importantes, tal como se muestra en la tabla 1. El riesgo en las mujeres mexicanas puede aumenta dadas las condiciones metabólicas de estas:

Tabla 1: Prevaecía de sobrepeso y obesidad en mujeres mexicanas de 12 a 49 años por tipo de localidad y región 1999

Tipo de localidad y región	Sobrepeso	Obesidad
Estados Unidos Mexicanos	30.6	21.2
Tipo de localidad		
Rural	27.6	16.8
Urbana	31.4	22.6
Región		
Norte	30.8	30.0
Centro	30.7	20.8
Sur	29.6	17.3
Cd. De México	31.8	19.8

NOTA: El sobrepeso se mide por un Índice de Masa Corporal (IMC) (Kg/estatura²) entre 25.0 y 29.9.
 La obesidad se mide por un IMC (Kg/estatura²) mayor o igual a 30.0.
 La prevalencia se calculó con base en los totales estimados. Se refiere al número de mujeres de 12 a 49 años con sobrepeso o con obesidad por cada 100 mujeres de 12 a 49 años, excluidas las embarazadas.
 Regiones. Norte: Baja California, Baja California Sur, Coahuila de Zaragoza, Chihuahua, Durango, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas. Centro: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, México (sin áreas conurbadas), Michoacán de Ocampo, Morelos, Nayarit, Querétaro de Arteaga, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas. Sur: Campeche, Chiapas, Guerrero, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz de Ignacio de la Llave y Yucatán. Ciudad de México: Distrito Federal y municipios conurbados del estado de México.

FUENTE: SSA, INSP, INEGI. Encuesta Nacional de Nutrición, 1999. Estado nutricional de niños y mujeres en México.

Es importante tomar en cuenta que los problemas de sobrepeso y obesidad en las mujeres representan aparte de un problema que antecede a enfermedades antes mencionadas, también promueve el uso de productos dietético, dietas y otros métodos para bajar de peso, por lo cual es importante tomar en cuenta dentro de los trastornos de alimentación los problemas de anorexia y bulimia.

La siguiente tabla nos muestra cómo se ha desarrollado en los últimos años los trastornos alimentarios en la Ciudad de México comparado con el índice nacional.

Tabla 1 Estadística de trastornos alimentarios de Mujeres en México

	Peso por debajo de la norma		Peso por arriba de la norma	
	Desnutrición	anorexia, bulimia	sobrepeso	obesidad
Nacional	1.7%	2.8% aproximadamente	30.6%	21.2%
Distrito federal	1.8%	10% aproximadamente	31.8%	19.8%

Datos estadísticos consultados en el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI 2003)
 Nota: los datos de bulimia y anorexia son aproximados según datos de la Academy for Eating Disorder de Nueva York (Barriguete, citado Muños 2004)

En la tabla 1 podemos ver como se distribuye los trastornos de alimentación y observar que la anorexia y bulimia al no existir una encuesta en el que nos muestre el problema de estos dos últimos, no se tiene una certeza en el problema social que realmente implica estas

enfermedades en las mujeres adolescentes, así como en su detección de estos dos tipos de trastornos.

El índice de masa Corporal (IMC), definido como la relación del peso corporal en kilogramos entre la estatura en metros al cuadrado ($IMC = \text{kg}/\text{estatura}^2$), es el indicador más utilizado para establecer el diagnóstico tanto en el ámbito clínico como en el epidemiológico.

El sobrepeso y la obesidad son anomalías de la nutrición causadas por un aporte excesivo de energía y proteínas en la alimentación diaria. Para sobrepeso, el valor del índice de Masa Corporal se ubica entre 25 y 29.9 puntos y para obesidad es de 30 en adelante. Por otro lado, la desnutrición es el resultado del aporte insuficiente de energía y proteínas en la alimentación diaria; su Índice de Masa Corporal (IMC) es menor a 18.5 puntos, y en estas dos situaciones se presentan los problemas de anorexia y bulimia. La norma oficial de la Organización Mundial de la Salud (OMS), así como la Norma Oficial Mexicana (NOM) calculan el valor de peso de la norma oficial, que va de los 18.5 hasta los 24.5 puntos que es el valor del índice de Masa Corporal.

Tabla 2 Clasificación de Índice de Masa Corporal de acuerdo (OMS y NOM)

Fuente	Bajo Peso	Normal	Sobre peso	Obesidad		
				Grado 1	Grado 2	Grado 3
OMS	<18.5	18.5-24.9	>25.0	30.0-34.9	35.0-39.9	>40
NOM			25.0-26.9	>27		

IMC= Peso actual (kg.) / Estatura(m²)

OMS: Organización Mundial de la Salud

NOM: Norma Oficial Mexicana

El estándar sin embargo, considera el factor edad, se modifica ligeramente de acuerdo con ésta, por lo que, para las mujeres de 12 a 18 años, la Secretaría de Salud en México ha determinado que el IMC deberá ser (Secretaría de Salud, INSP e INEGI, 2001):

- Desnutrición (≤ -2 D.E.)
- Adecuado (-1.99 D.E. a + 2.0 D.E.)
- Sobrepeso (+2.01 D.E. a +2.99 D.E.)
- Obesidad (≥ 3.00 D.E.)

Durante el congreso de salud pública (Pérez Balcázar, 2005) discutió si el índice de masa corporal de acuerdo a la norma de la OMS, sean representativas para cierto tipo de poblaciones, como las mujeres adolescentes mexicana que sus organismo son diferentes a las adolescentes anglosajonas, asiáticas o africanas, expresando el peso por debajo de la norma estará en los valores menores a 19 puntos de IMC, la normalidad del peso medio o norma estaría de los 19 a 23 puntos, por arriba de la norma de 23 a 27 puntos el sobrepeso, mayor a 27 obesidad tipo 1 y mayor a 31 obesidad tipo 2 o mórbido.

Sin embargo, esta no es la única medida, pues en la medicina en la década pasada, los estudios que se realizaron concluyeron que había casos de personas, sobre todo niños con sobrepeso y obesidad que presentaban cuadros de desnutrición, peor aun la Organización Mundial de la Salud (OMS) revela que en América Latina, la desnutrición ha crecido con los problemas del sobrepeso y la obesidad. En los últimos años con las modas, la influencia de los medios de comunicación y con todos los métodos para bajar de peso, se dio un incremento de personas con problema de sobrepeso y obesidad, aun la personas que estaban en un peso en la norma buscaron un método o dieta para bajar de peso drásticamente y sin un control médico, usando laxantes y productos dietéticos llegando a sufrir de problemas de la alimentación o peor aun a tener síntomas de anorexia y bulimia.

El Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la Asociación Psiquiátrica Americana (DSM-IV) (APA, 1995) la clasifica y detecta dentro del grupo de Trastornos de conducta alimentaria, la anorexia nerviosa, la bulimia nerviosa y los trastornos de la conducta alimentaria no especificados; dentro de estos se incluyen los trastornos de sobrealimentación y la obesidad. En la anorexia nerviosa se distinguen dos subtipos: 1) anorexia nerviosa de tipo restrictivo, en que la pérdida de peso se consigue con dieta o ejercicio intenso y sin que se recurra a atracones ni purgas, y 2) anorexia nerviosa de tipo compulsivo purgativo, en que se recurre regularmente a excesos en el comer y a purgas, incluso después de ingerir pequeñas cantidades de comida (Nachon y Hernández, 2003).

Estos instrumentos que sirven para detectar ciertas particularidades de la conducta hacia los problemas de alimentación pero aun no tienen la capacidad de detectar en si a las personas que llevan acabo esta conducta o trastornos ya que es un problema que suele ser silencioso y no se detecta con facilidad ya cuando una persona es diagnosticada con el problema suele muchas veces ya tener un grado de avance delicado.

1.2.-La anorexia y la bulimia

La anorexia y la bulimia son dos trastornos que dañan a una importante parte de la población de adolescentes, en particular a las mujeres, provocando enfermedades como úlceras, desnutrición, anemias, anomalías al cerebro, descalcificación, problemas visuales, auditivos y motores, alteración del ritmo cardíaco, y destrucción de los pulmones entre otras enfermedades que pueden acabar con la vida de las personas de no detectarse a tiempo.

Las estimaciones exactas de la incidencia y del predominio varían drásticamente en las mujeres, las que sufren de estos desórdenes son a menudo renuentes a revelar su condición. Las estimaciones del predominio tienden para extenderse del cerca de 3% a el 10% de las mujeres en riesgo (que están entre una edad 15 a 29 años) (Polivy y Herman 2002), aunque hay autores que indican que cada vez se inicia desde una edad más temprana.

En el país no existen estadísticas precisas sobre la prevalencia de la anorexia y la bulimia, pero de acuerdo con la Secretaría de Salud, ambos trastornos se han incrementado como consecuencia de la moda adoptada por las mujeres para permanecer delgadas, alentada por los medios de comunicación, lo cual se ha convertido en una preocupación importante, por lo el Instituto Nacional de Salud Pública realizará la Primera Encuesta Nacional de Anorexia y Bulimia, para conocer con mayor certeza la magnitud de ambos desordenes alimentarios (Viayra, 2003)

1.2.1.-Historia de la anorexia Y Concepto

Desde la Edad Media existen antecedentes sobre trastornos que podrían estar asociados con la anorexia, ya que las monjas seguidoras de San Jerónimo se imponían un ayuno voluntario hasta estar tan delgadas que perdían su menstruación. También la Princesa Margarita de Hungría murió de inanición intencionada en el siglo XII. Un ejemplo histórico adicional, una monja carmelita que solo comió hostia de la eucaristía durante 7 años por lo cual presento síntomas de muy parecidos a la anorexia, estos trastornos en épocas pasadas se daba por las creencia religiosas.

La historia documentada de la anorexia y sus antecedentes se remontan a 1689, Richard Morton, describió una enfermedad que denominó, consunción nerviosa, que podría considerarse como la primera descripción escrita del cuadro que actualmente se conoce como anorexia

nerviosa, (Félix, Nachon, Hernández 2004). La anorexia no fue definida como problema de salud sino hasta 1873 cuando se le llamó anorexia, termino que proviene de los vocablos griegos an, privativa, y orexis, apetito (Fendrik, 1997).

Ya durante el siglo XX, en la posguerra de la segunda guerra mundial (1942) después del acomodo mundial, se tomaron nuevas prácticas y nuevos prototipos en cuanto a la belleza y la moda. Durante los años 60 se tuvo mayor información sobre las clases media y alta en los Estados Unidos, que presentaron muertes entre las jóvenes y secuelas que dejaba la enfermedad. En la década siguiente surgió un nuevo trastorno alimenticio la bulimia nerviosa, donde las mujeres se alteraban el hambre con laxantes, diuréticos o se provocaban el vomito, después de comer (Polivy y Herman 2002).

En México los prototipos en los años cincuenta a los setentas fueron las mujeres de caderas anchas, piernas gruesas, formadas y sin estar necesariamente delgadas era el prototipo de mujer como se puede apreciar en el cine mexicano. En los años ochenta fue donde se dio el auge de las discotes, películas, las nuevas pasarelas y crecieron los medios y con ello las artistas, las modelos de pasarela que su físico era extremadamente delgada por lo que la Asociación de Psiquiatría Americana, tuvo un incremento en los desordenes alimenticios y estos sobrepasaron a los de la obesidad en los años 80 y parte de los 90 (APA).

En los Estados Unidos este tipo de trastorno alimentario fue tratado desde hace más de 30 años, aunque aun no es erradicado se tiene instituciones donde se investiga, se diagnostica y se atienden esta tipo de trastorno, en México aun no existen en los diferentes centros de salud publica como el IMSS, la secretaria de salud entre otras una prevención o atención para las mujeres que padecen estos problemas alimenticios, solo existen organizaciones no gubernamentales, o privadas que la mayoría de las veces quedan fuera de los presupuestos de las familias mexicanas.

Pero como muchos problemas sociales no son a veces tomados en cuenta si no hasta que son presenciados por una controversia o por personajes públicos en la actualidad estos problemas son recurrentes entre la población adolescente así como el caso desde 1990 de Terri Schiavo quedó en coma a los 27 años tras una crisis cardiaca, aparentemente desencadenada por una fuerte disminución de potasio en la sangre **a consecuencia de una dieta estricta que se basaba principalmente en la ingesta diaria de más de diez vasos de té helado** (ver AFP, DPA y Reuters, 2005). Entre las consecuencias negativas de las dietas

restrictivas, se puede mencionar el déficit de calcio necesario para formar una masa ósea sólida en la etapa de la adolescencia, que puede causar fracturas y osteoporosis (Secretaría de Salud, 2004).

La falta de esa sustancia, esencial para el funcionamiento de los músculos, parece vinculada a un régimen de adelgazamiento estricto, según el informe médico. El Instituto Nacional de Neurología estadounidense describe al "estado vegetativo persistente" como una situación "en la que una persona perdió sus funciones neurológicas cognitivas y de la conciencia de su entorno, a pesar de que mantiene las funciones de base, como la respiración y los ciclos de vigilia y sueño". La controversia legal ganada por su esposo en la corte estadounidense le otorgaba el permiso para desconectar del tubo de alimentación que la mantenía viva en este estado vegetativo.

Por otra parte podemos mencionar a muchas artistas, modelos, cantantes, conductoras y personajes públicos que durante su adolescencia padecen de estos trastornos de la alimentación como es la anorexia y la bulimia en la actualidad, esta valoración de la esbeltez, de un cuerpo delgado que mas allá de estar un medio que le pide la figura esbelta que sea su herramienta de trabajo, se someten a operaciones, ejercicio exhaustivo y dietas restrictivas, que arriesgan su vida como el caso Terri Schiavo, nos alerta de un problema grave de esta sobre valoración en las mujeres adolescentes de un cuerpo esbelto y no de el cuidado que las personas deben tener para cuidar su organismo.

1.3.-Salud y Nutrición

La Organización Mundial de salud (OMS) en 1956 define la salud como el estado de completo bienestar físico, mental, y social. La alimentación es una parte fundamental en el estado de salud ya que los nutrientes que se encuentran en los alimentos son indispensables para actividad humana y estos deben de ser suministrados al cuerpo en cantidades adecuadas y necesarias.

Los nutrientes que el cuerpo requiere como indispensable para un adecuado estado de nutrición, se clasifican en cinco grupos principales: proteínas, hidratos de carbono, grasas, vitaminas y minerales, esenciales para mantener la salud y un crecimiento normal. Los alimentos se pueden clasificar en panes y cereales, leguminosas o legumbres, tubérculos y rizomas, frutas y verduras, carne, pescado, huevos; leche y derivados, grasas y aceites, azúcares, confituras y almíbares. En general, los nutriólogos recomiendan comer alimentos

variados; mantener el peso ideal; evitar el exceso de grasas y aceites, grasas saturadas y colesterol; comer alimentos con suficiente almidón y fibra; evitar el exceso de azúcar y sodio.

Los alimentos que ingerimos requieren de un proceso de transformación tanto física como química que se llevan a cabo durante la digestión. Ya fragmentados los compuestos los nutrientes son absorbidos por el organismo para efectúa funciones vitales, lo que conlleva a una alimentación balanceada distribuida en los cinco grupos preferentemente consultada cada una de estas porción por un nutriólogo ya que dependiendo de cada organismo se da esta distribución balanceada de los alimentos se le refiere como dieta.

Figura 1 Pirámide Nutricional



Los régimen de alimentación con lleva a tener una la distribución de la alimentación en porciones que un especialista en el campo de la nutrición recomiende, por lo que una dieta no es la restricción de los alimentos, basado en la pirámide y en los grupos de alimentos, y con respecto a la mala información que se tiene acerca de lo que es una dieta o un régimen de alimentación es necesario replantear una buena base en la información con campañas mas fuertes que se les deben proporcionar a las adolescentes sobre la alimentación como parte vital de la función de su organismo.

La selección del alimento es una parte necesaria de vida diaria que puede tener muchas consecuencias importantes. Una dieta que contiene cantidades adecuadas de ciertos tipos de alimentos tales como frutas y vínculos que puede ayudar a reducir el riesgo de desarrollar muchas condiciones peligrosas para la vida, tales como ciertos tipos de cáncer, enfermedad cardiovascular, el movimiento, y la diabetes (departamento de Estados Unidos de los servicios de salud y humanos, 2001).

1.4.- Dietas y anorexia.

En los últimos años el realizar las dietas parece ser una moda. Existen una gran variedad de dietas con la única finalidad de perder peso, tomándolo como un concepto erróneo ya que es usado como la restricción de cierta parte de diversos nutrientes que se encuentran en los alimentos comúnmente los lípidos. En salud médica es un termino que alude a la nutrición balanceada adecuada, que depende de cada organismo y de sus condiciones de salud.

En México existen diversas revistas de espectáculos, moda, y deportes donde con facilidad se adquieren este tipo de dietas o consejos para bajar de peso sin control, aunado a consejos de amigas, televisivas o por mensaje telefónico, que pueden traer consecuencias de riesgo. Algunas dietas como la de la luna o realizar ayunos pueden modificar los hábitos alimentarios hacia dejar de comer, otras dejan nutrientes fuera como la dieta de la toronja, la de arroz o plátano entre otras que además de no funcionar llevar en si un riesgo de no procesar las cantidades de nutrientes que el cuerpo necesita y padecer de un trastorno de alimentación.

Aunque el principio fundamental de cada dieta pueda ser distinto, todas tienen una misma característica, son hipocalóricas, es decir tienden a reducir el consumo de calorías (energía) suministradas por los alimentos y el cuerpo al no disponer de la suficiente energía utilizará las reservas de grasa y proteínas musculares, por lo que efectivamente harán que se pierda masa muscular y con ello peso y talla.

Se estima que 300.000 personas se relacionadas con causas de la obesidad en un año (departamento de los Estados Unidos de los servicios de salud, 2001), haciendo de la obesidad la segunda causa principal de muerte en los Estados Unidos después del cáncer por fumar. Los costos económicos de obesidad son también muy altos, costando \$117 mil millones estimado del año 2000 como resultado de las demandas médicas y de perdidas de ganancias en productividad, del salario, y futuros, debido a las muertes prematuras (departamento de los

Estados Unidos de los servicios de salud, 2001), lo que ocasiona que se recurra a dietas y a productos dietéticos.

Unos 45 millones de estadounidenses realizan una dieta cada año, en lo que invierten unos 2,000 millones de dólares, según un estudio de la Universidad de Pensilvania, dado a conocer por la principal publicación estadounidense de medicina interna. (AFP, 2005). En México no se tiene un dato exacto pero se estima que se gastan entre productos dietéticos y gastos en realizar dietas un promedio de 70 millones de dólares anuales, en España la cantidad alcanzaría unos 120 millones de dólares anuales.

En México, algunas instituciones no gubernamentales reportan que el 90% de sus pacientes con anorexia y bulimia comenzaron con este problema realizando dietas. Algunos estudios ha reportado muestras que indican que el 60% de mujeres adolescentes de escuelas privadas llevan a cabo una dieta para bajar de peso y entre 2.5 a 12 % utiliza vomito inducido, laxantes o diuréticos (Unikeli, Villatoro, Fleiz, Alcantara y Hernandez, 2000), en escuelas publicas no se tienen con certeza pero se estima datos similares entre las adolescentes que realizan dietas.

Un trastorno alimentario puede ser detonado por inicio de una dieta sumamente restrictiva, mal manejada pero por la general va mas allá de un problema alimentario (Stice y Shaw, 2004; Tena y Braun, 2003; Polivy y Herman, 1985).pues se vuelve una enfermedad multifactorial compleja. La vida de las persona, sus estudios, su entorno familiar, sus patrones diarios, emociones crecimiento, salud, quedan atrapados en términos de alimentación (Tena y Braun 2002).

Diversos estudios que se reportaron en un meta análisis se comprobaron la existencia de una correlación positiva entre las dietas y los trastornos de alimentación, anorexia y bulimia (Stice y Shaw, 2004). En México los estudios que relacionan el realizar dietas con un riesgo de padecer un desorden de alimentación (Gómez Pérezmitré y Avila, 1998) reportan que el 19% de los escolares con una edad promedio de 10 años realizaban dietas intencionales, (Unikeli, Villatoro, Fleiz, Alcantara y Hernandez, 2000), muestran indicadores clínicos de riesgos como dietas; causantes de la anorexia, siendo mas representativas en las edades 16 a 19 años, (Flores, Caballero, 1999) explora los factor de riesgo hacia un trastorna alimentario.

1.5.-Los trastornos alimentarios desde las disciplinas científicas.

La anorexia es vista desde muchos puntos de vista de las disciplinas tanto medicas como sociales, algunos psicólogos la definen: la palabra anorexia quiere decir apetito disminuido; nervosa se refiere a la naturaleza psicológica de la perturbación, algunos psicólogos piensan que el nombre es apropiado, porque su síntoma principal es el miedo a subir de peso y a la obesidad, no a la perdida del apetito, (Davidoff 1993).

Toro (1999,) define la anorexia nerviosa como un trastorno del comportamiento alimentario caracterizado por una pérdida significativa del peso corporal (superior al 15%), habitualmente fruto de la decisión voluntaria de adelgazar.

García Rodríguez 1993 la define como una fobia a la obesidad con un deseo irracional de estar delgada y alteraciones en el control de la ingesta, acompañada de una grava alteración secundaria de la mente con importante alteración de la esfera familiar y social. Way en 1996 la define una adicción como cualquier otra en la cual estar delgada es la obsesión, y el perder el peso es el modo de satisfacerla; de modo que la base de la anorexia radica en la insuficiencia de la autoestima (Zagalaz, Romero, y Contreras, 2003).

Desde la psiquiatría: el término anorexia, es equívoco porque es rara la pérdida del apetito. Se define como un síndrome psiquiátrico, observado especialmente, en mujeres jóvenes y caracterizado por un rechazo a la ingestión de alimento, lo que lleva a una rápida emaciación (Diccionario Terminológico de Ciencias Médicas, citado Félix, Nachon, Hernández, 2004).

Desde un punto de vista médico, los endocrinólogos sostienen que la anorexia es una enfermedad propia de una distorsión de la imagen corporal, por lo cual la persona se percibe a sí misma como más obesa o con un mayor peso del que en realidad tiene. Existe un deseo descontrolado e irracional por bajar de peso, lo que produce una interrupción del apetito y de la ingesta calórico diaria; se altera con la piel, la digestión y el sueño; el estado anímico se vuelve depresivo; hay aislamiento social y, finalmente, uno de los síntomas indicadores del nivel en el que se encuentra el trastorno es la amenorrea, o ausencia de menstruación (Tamburrino y McGinnis, 2002).

Este síndrome, como ya se dijo, consiste en una alteración grave de la conducta alimentaría. Las personas con este cuadro adelgazan al punto de la inanición, perdiendo por lo menos de entre 15% a un máximo de 60% del peso corporal normal (Gurenlian, 2002; Tamburrino y McGinnis 2002)

Desde el punto de vista psicosocial: La anorexia nerviosa es una enfermedad de la conducta alimentaría, puede ser considerada como un síntoma de otras implicaciones patológicas o un síndrome. Se presenta con mayor frecuencia en las mujeres, más susceptibles a las miradas de una sociedad que apuesta a la imagen, que no diferencia entre saludable por fuera y enfermo por dentro, entre producto y envoltorio, y que está ciega frente a la posibilidad de la muerte, en la que los medios masivos de comunicación imponen un mensaje sutilmente subliminal: delgadez implica belleza, fama y éxito (L'Espérance 2004).

La bulimia es un trastorno más severo de la conducta alimentaría en la cual muchos individuos, casi siempre mujeres, presentan frecuentes episodios de voracidad, vomitan habitualmente o, más raramente, toman laxantes o diuréticos para prevenir el aumento de peso. El vómito es autoinducido y generalmente se produce cada día. La bulimia va acompañada de un miedo enfermizo a engordar

Muchos psicólogos piensan que la bulimia, es una forma de anorexia, en parte por que la mitad de los anoréxicos presentan los síntomas anorexia, (Davidoff 1993; Toro y Vilardell citado Zagalaz, Romero, Contreras, (2003). La bulimia es la ingestión rápida de una gran cantidad de alimento en un periodo corto de tiempo, seguida de la provocación del vomito, y/o del uso en forma indiscriminada de diuréticos y/o laxantes y/o ejercicio excesivo, con el fin de anular el efecto de los alimentos consumidos. (Asociación Mexicana de Nutrición 2004).

1.6.1. Los principales síntomas de la Anorexia nerviosa son:

- ❖ Rechazo a mantener el peso corporal por encima del mínimo adecuado para la estatura, llegando a situaciones de delgadez extrema.
- ❖ Miedo intenso a engordar, incluso cuando el peso es muy bajo.
- ❖ Sensación de estar gordo/a en general o en algunas partes del cuerpo, como nalgas, muslos, abdomen. Tienen una percepción de su cuerpo que no es real. Aunque estén realmente delgados/as, su espejo les dice que siguen estando gordos/as.
- ❖ Aparecen otro tipo de problemas físicos que acompañan a la desnutrición, como es en el caso de las mujeres la retirada o el retraso de la menstruación.
- ❖ Conducta alimentaría extraña: come de pie, corta los alimentos en pequeños trozos.
- ❖ Incremento de las horas de estudios y disminución de las de sueño.

- ❖ Pérdida de peso alarmante.
- ❖ Todo ello puede producir en la/el enferma/o una serie de consecuencias físicas y de comportamiento
- ❖ Amenorrea (pérdida de menstruación).
- ❖ Aparición de vello o intolerancia al frío.
- ❖ Tensión baja, arritmias.
- ❖ Aislamiento social.
- ❖ Irritabilidad.
- ❖ Pánico a ganar peso.
- ❖ Ejercicio físico excesivo.

Criterion (DSM IV) (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fourth Edition 2004)

Es importante señalar que dentro de estas situaciones es muy difícil detectar el problema ya que es un enfermedad silenciosa y muchas veces es detectado ya en un grado de afectación avanzada dejando secuelas tanto de lado psicológico como físico, por lo que es importante tratar de enfrentar esta causa desde su origen o desde su inicio dando una campaña multidisciplinaria que implique el esfuerzo en el cambio de actitudes, conductas de riesgo así como en obsesión de tener un cuerpo delgado sin asesoría profesional (nutriólogo).

1.6.- Índice de población femenina en el Distrito Federal

Las mujeres representan la mayor parte de la población en el Distrito Federal según reporta censo del Instituto Nacional de estadística, geografía e informática (INEGI) de 4,494,754 mujeres en 2003 es importante en este caso ya que las mujeres son en mayor parte se presenta este problema. En México hacia mediados de los años 80 había pacientes con anorexia que en su mayoría eran de nivel socioeconómico alto; en los 90 empieza a aparecer la bulimia y disminuye la edad de inicio de la anorexia. Antes, la etapa recurrente era entre 15 y 18 años, y en esa década empezó a bajar el promedio. Ahora, los niños de 10 años son pacientes con anorexia, y se empiezan a ver casos de gente de 40 o mas años. (Muñoz Ríos, 2004). Del total de las personas con anorexia y bulimia, las mujeres constituyen el 95%, mientras que los hombres son solamente el 5% restante, en los problemas de obesidad y sobrepeso las mujeres son el 54% y tienen una mayor propensión que los varones a desarrollar problemas de salud (Secretaría de Salud, 2004).

1.7.-La adolescencia

La adolescencia al igual que la juventud, tienen tres inconvenientes en su estudio: el primero diferencia de la poblaciones ya que no es igual como se desarrolla la juventud de un

medio rural a uno urbano, la segunda es la multivariada frontera entre las disciplinas, la psicología, la economía, la antropología, la medicina, etc. y la tercera es lo que se llama como estatus set que es la relevancia que se tiene con el mundo adulto.

La adolescencia comienza con la con la pérdida de la vida grupal familiar. Esto suele ir acompañado de estados depresivo y dificultad de carácter angustioso, suele constituir una edad de riesgo por la antonomasia, básicamente las dificultades inherentes a la construcción de la identidad. Que ha dejado de ser (cómodamente) grupal, para tener que realizarse (constantemente) individual (Aguirre, 1996).

La adolescencia puede considerar un riesgo en la parte biológica de esta ya que puede agravar con tipos de problemas como factores de conflicto con la familiares y sociales, esto podrían causar problemas en diferentes conductas como conductas alimentarias, la anorexia y la bulimia (Tamburrino y McGinnis, 2002).

La anorexia y la bulimia se consideraban en los últimos años como trastornos alimentarios que se daban en adolescentes de clase económica media alta, y clase económica alta, escuelas de paga, como la Universidad Iberoamericana en Ciudad de México el 19 agosto 2003 en donde se presentaron este tipo de problema que fue comentado por personal de mismo instituto cuando un tubo de drenaje fue corroído por los jugos gástricos de las chicas que vomitaban, lo que puso en alarma a la institución educativa, un especialista afirma que lo que se llama jugo gástrico es básicamente ácido clorhídrico y, en su forma pura o diluido con agua, es sumamente corrosivo de metales como el acero o el cobre. Además, el vómito puede tener ácidos úrico y láctico, que también atacan el metal. Carla Arellano, nutrióloga especializada en trastornos de la alimentación de la clínica Eating Disorders de México, considera factible que hubiera un flujo constante de jugo gástrico en el baño de mujeres de la Universidad Iberoamericana, ya que existen pacientes bulímicos que vomitan hasta 15 veces al día.(ver CICESE, 2005) los estudios de Gilda Gómez Perezmitré y colaboradores concluyeron que lo que era privativo de una clase, ahora este fenómeno social que será reproducido por las demás clase socioeconómicas y se esta dando en escuelas publicas no solo en la adolescencia si no cada vez se va siendo mas común en edades por debajo de la adolescencia.

1.8.-El consumo cultural

El consumo cultural es tomado por dos fundamentos de la sociedad contemporánea reside en la producción, circulación y oferta, consumo de bienes. Esta característica

fuertemente identificatoria de la economía de mercado y que define las modalidades de inserción o exclusión de los actores en diferentes niveles de consumo. Estos niveles diferenciados de consumo otorgan pertenencia a grupos, que se reverencian justamente, por el tipo y la calidad del consumo.

En segundo lugar, entre los productos inmersos en esta circulación mercantil no solamente se pueden encontrar bienes materiales, o físicos, si no también se hallan bienes definidos como de carácter cultural: signos verbales e iconos que expresan valores simbólicos y que son materializados, en las actuales condiciones sociales, a través de los medios masivos de comunicación, (la televisión, las revistas, el cine la moda etc.) también de los que son de carácter material como la comida, vestido el uso de la tecnología entre otros.(Cormick, 1996).

La pregunta es de donde viene el mensaje: El consumo cultural

Las modelos de la televisión son famosas o víctimas de una industria que le seguirá muchas limitantes y riesgo para vivir así conservar un cuerpo delgado o es la industria del vestido con tallas para mujeres delgadas que da una idea maquiavélico de los modistos(as) que quieren adelgazar cada vez a las mujeres, a si mismo la industria de la comida y entre otros como los valores simbólicos hacia la esbeltez, han facilitado la accesibilidad a estos mercados de compras como dietas, productos milagros dietéticos, o medicamentos sin control, acelerando los trastornos de la alimentación.

Por años la televisión ha anunciado todo tipo de propaganda de consumo pero en los últimos años los productos llamados milagros a tenido una gran demanda, ya que la valoración por tener un cuerpo delgado con la facilidad que estos anuncia, a llevado al consumo de este tipo de mercancía sin que tenga una confianza de sus efectos por parte de la secretaria de salud, quien durante los diferentes sexenios han permitido la venta sin su debido control.

Ocho de cada 10 capitalinos buscan adelgazar; expertos descalifican recetas milagro, Esta situación desata, a principio de año, tras una oleada de intenciones por perder a como dé lugar los kilos ganados, lo que puede implicar serios riesgos para la salud, la moda y el aguinaldo de fin de año es una forma en la que muchas personas desean bajar de peso ya que se acumulo algunos kilos durante los festejos de la celebraciones, Mientras en diciembre muchos capitalinos (60 por ciento de los cuales tiene problemas de sobrepeso, según la última

Encuesta Urbana de Alimentación y Nutrición) suelen permitirse excesos alimenticios, en enero todos quieren someterse a una dieta. (Simón, 2005)

La Secretaría de Salud informó en el 2004 al Congreso de la Unión que un total de 41 medicamentos milagro se anuncian en televisión sin el permiso sanitario correspondiente. En el documento, la SSA reconoce que los fármacos milagro se aprovechan de una clasificación errónea como suplementos alimenticios, remedio herbolario y productos de belleza o perfumería, además que se les atribuyen propiedades que ponen en riesgo la vida de algunos enfermos, principalmente aquellos que padecen males crónico-degenerativos (Huesca, 2004).

Regularán publicidad de los productos milagro.

El pleno de la Cámara de Diputados en su boletín 1622 informo, que se aprobó el día 23 de febrero de 2005 en lo general y en lo particular dos dictámenes que modifican la Ley General de Salud. Entre éstos, el que reforma los artículos 301, 417, 420 y 421, así como la adición de un artículo 414 Bis a la misma ley y que tienen que ver con la regulación de los comerciales de los llamados productos milagro.

De igual forma, permite el aseguramiento de los mismos en caso de que no cumplan con las normas establecidas por la Secretaría de Salud, además de que contempla el incremento en el monto de las sanciones económicas a sus productores. Indicando que resulta urgente proteger a la sociedad de la publicidad engañosa y de las supuestas propiedades que se atribuyen a las mercancías conocidas popularmente como “productos milagro” que no sólo carecen de efectos terapéuticos sino que ponen en riesgo la vida de quienes los utilizan. El dictamen emitido permitirá que se proceda al aseguramiento de esos productos por la Secretaría Salud en los establecimientos donde se comercialicen y donde se encuentren almacenados por los fabricantes. Asimismo, se propone aumentar el monto de las sanciones a los fabricantes y comercializadores, ampliando el catálogo de penas administrativas contenidas en la Ley General de Salud”.

1.9.-El consumo Cultural y medios en Mujeres adolescentes

Como ya se ha mencionado en el concepto de consumo cultural los jóvenes están en México consumiendo en su mayoría lo que esta a su alcance, programas de televisión, radio, revistas, Internet entre otros medios, en los cuales todo tipo de mensajes que van encaminados a ellos, adquiriendo modas, lenguajes valoraciones de cuerpo, entre otras.

El diario Reforma presenta cada año una encuesta la cual informa el porcentaje de personas que consumen los medios de comunicación, en la cual informa la televisión las mujeres ven programas en porcentaje mayores que los hombres como son: telenovelas, reality shows, programas de entretenimiento y moda, y que escuchan el radio mas las mujeres adolescentes en estaciones de balada pop, el rock en español destacan como los géneros predilectos, las revistas que más leen son de modas espectáculos y belleza revistas como TV y Novelas, TV Notas, Proceso, Vanidades, Muy Interesante, Sensacional de Vaqueros, Quo, Eres, y Selecciones. (Reforma, 2004).

La finalidad de mencionar el consumo cultural, es un factor importante para que la anorexia y la bulimia sea factor de riesgo, psicólogos y otros investigadores han encontrado que la valoración que viene de algunos medios de comunicación los lleva a seguir modelos de y patrones de la cultura de la delgadez, sociocultural (Polivy y Herman, 2004, Saucedo y Cantú, 2002), factores en mujeres adolescentes (Gómez y Ávila, 1998), imagen corporal (Baile, 2004) , los medios de comunicación (L'Espérance 2004) Influencia sociocultural (Toro y Vilardel, 1987; Toro, Cervera y Pérez, 1988; y Toro, 1989). Así la siguiente tabla se presenta la encuesta de consumo culturales de los medios comunicación.

Tabla 3 Encuestas de consumo cultural

Personas que ocupan el servicio	Total de encuestados	Mujeres	Adolescentes
Ven Televisión Promedio de 3 horas y media	80%	79%	81
Escuchan Radio Promedio de 3 horas y media	75%	74%	71%
Leen Revistas Promedio de una revista	4%	19%	15%
Usuarios de Internet, Promedio de 3 horas y media	25%	25%	24%

Nota: encuesta de consumo cultural y medios realizada del 21 a 23 de febrero de 2004 en el D.F. y área metropolitana por periódico Reforma

Las mujeres y los jóvenes son los principales radioescuchas del Valle de México, mientras que los programas musicales se mantienen como los más sintonizados, las mujeres son las que ven más la televisión, así como nos indica la tabla 3 y nos habla de las contacto que se tiene con los medios las mujeres.(León, 2004).

Tabla 4 Medios de comunicación televisión, consumo cultural

Tipo de canal que mas se ve por su programación en Televisión abierta el 81% ven T.V. mujeres; 79% adolescentes				
Canal 2	Canal 13	Canal 5	Canal 7	Canal 11
41%	31%	15%	13%	13%

Nota: encuesta de consumo cultural y medios realizada del 21 a 23 de febrero de 2004 en el D.F. y área metropolitana por periódico Reforma

Los programas y canales mas vistos son los que contienen modelos o actrices de novelas, conductoras, artistas o cantantes, entre otras como nos indica la tabla 3, El llamado canal de las estrellas y el canal 13, que son los que mayor audiencia, en cambio un canal más educativo como el 11 nos muestra poca audiencia.

Por otro lado las revistas son las que tienen según el informe de la encuesta de medios (Reforma, 2004) el 30% de la publicidad y la mayor parte de esta son modelos que reflejan la cultura de la esbeltez o delgadez, las revistas mas vistas las mostramos en la tabla 4.

Tabla 5 Revistas medios impresos de comunicación, consumo cultural

Tipo de Revistas el 15% leen mujeres; 19% adolescentes						
Moda	Espectáculos	Belleza	Salud	Política	Deportes	Arte y cultura
22%	43%	14%	28%	19%	33%	24%

Nota: encuesta de consumo cultural y medios realizada del 21 a 23 de febrero de 2004 en el D.F. y área metropolitana por periódico Reforma

En esta tabla 4 podemos ver que las revistas mas vista son los espectáculos, moda y deportes, salud, pero no tienen un contenido científico que puedan dar consejos a los adolescentes, así como lo que presentan las primeras tres revista en la tabla.

De la encuesta realizada por el Diario Reforma en 2002 indican que las revistas mas leídas son TV Novelaron 37% de los encuestados TV Notas con 32% y la tercera es Proceso, a

partir de esto podemos observar que las personas valoran más las revistas de espectáculos y modas que otro tipo de revistas.

A partir de lo que anuncian revistas, televisión, y algunos programas de radio, presentan, la moda en ropa en tallas chicas, la belleza como un sinónimo de triunfo, la figura de cuerpo estético como símbolo de la mujer entre otras características, es importante contrarrestar esta imagen y este simbolismo que se tiene de la estética femenina y saber que si se puede lograr a través de una comida o dieta balanceada.

1.10 La comida como concepto social

La comida no es y nunca lo ha sido, una mera actividad biológica o nutricional el comer es un fenómeno social y cultural, mientras que la nutrición es un asunto fisiológico y de la salud, (Contreras J., 1995). El hombre es un ser social, sus profundamente enraizadas costumbres alimentarias se han desarrollado en el seno de la cultura y varían ampliamente de una sociedad a otra, los factores socioculturales que afectan la alimentación y nutrición incluyen tecnologías materiales, a las ideologías y símbolos implícitos y se encuentran interrelacionados en un modelo original social (Gariné, 1995),

El hombre es el único ser vivo que no se alimenta por cuestiones fisiológicas es decir para proveerse de sus necesidades nutritivas y metabólicas, su comportamiento alimentario se rige, también por motivos hedonistas, placer afectivo o emocional proporcionando por productos alimentarios elegidos, por el miedo o preocupación ha conservar su salud, alimentos tóxicos o negativos sobre la salud, la necesidad de respetar los mandamientos religiosos, ritos tradicionales o socioculturales, la calidad y la economía de los alimentos (Sasson, 1993).

Las reuniones de trabajo, las reuniones familiares o de amistad, el convivir con las amistades, pareja, familiares a ver películas, fiestas, reuniones escolares entre otras actividades sociales se han convertido desde el pasado en una combinación con el consumo de alimentos, incluso el dejar de comer es una parte que una persona puede entender como un acto social (las huelgas de hambre, los ayunos religiosos, el querer dejar de comer para adelgazar).

En la Psicología Social los factores que son importantes para las preferencias alimentarias son el grupo, los amigos, el grupo de trabajo, el grupo de juego entre otros, la

familia es un factor de importancia en los valores de la formación hábitos alimentarios tanto nutricional o social de la comida.

La alimentación es parte de una buena comida en lugares es considerada como una función de la apariencia física personal aceptable. Como sociedades tradicionales en África la obesidad es valorada como un signo de prosperidad, En Francia en el siglo XIX se asociaban una buena barriga con la respetabilidad, (Garine, 1995). Hoy en día en nuestras sociedades contemporáneas las mujeres que van a la moda siguen dietas, ejercicios extensos y los medios de comunicación proliferan la cultura estética, lo que hace seleccionar los alimentos o las conductas alimentarias.

En Estados Unidos la agricultura moderna acabó con la escasez de alimentos. Pero recién en los años recientes, los cambios en la dieta y estilo de vida han provocado unos problemas alimentarios como son la obesidad y el sobrepeso. Los cambios de consumo de alimentos procesados, que son apetitosos y ahorran trabajo y tiempo, Pero los alimentos procesados suelen tener ingredientes para reforzar el sabor, como azúcar, aceites y almidones.

Uno de los graves problemas actuales es la tendencia a consumir las llamadas calorías vacías a través de alimentos cuyo único aporte es energético, una variante de los ya conocidos alimentos chatarra elaborados a base de grasas y/o azúcares (generalmente de caña, jarabes fructosa y almidones). Empresas como Coca-Cola, Pepsi, entre otra dominan por todo el mundo sus productos, así como otros alimentos chatarras como Sabritas, Barcel frituras sopas como marucha, Nissi y por otro lado están las grandes trasnacionales de alimentos como Procter & Gamble, SIGMA y Nestle ha dado un cambio en la forma de cómo se presenta la oferta de productos alimentarios.

Una característica de los alimentos en los años 1970 fueron la gran aceptación que se le dieron a los restaurantes de comida rápida en los estados unidos, en los recientes años esto tipos de establecimientos a tenido buenos dividendos a nivel mundial con los productos que ofrecen en sus restauran así empresas como McDonalds, Burger King, KFC, y establecimientos de pizza entre otros ha cambiado los hábitos y las costumbre de la alimentación de los pueblos de todo el mundo

La nutrióloga Marion Nestle, profesora en nutrición de la Universidad de Nueva York (University of California Press, 2002), la industria alimentaría actual es la principal responsable de que hoy se coma en exceso, pues en este mundo moderno, regido por las leyes de la oferta

y la demanda, la única manera en que puede subsistir y competir esta industria es promoviendo la demanda de sus productos. Para ello, las distintas empresas se apoyan en estrategias -no siempre apegadas a la ética que llevan al consumidor a preferir sus productos por encima de otros, pero sobre todo que se adapten a las necesidades que impone la vida acelerada de las grandes ciudades. En éstas el tiempo no alcanza para nada, menos para comer, y se debe recurrir a lo que algunos ven como un moderno jinete del Apocalipsis: la comida rápida. (López Murguía, 2004).

1.11.-Actitud de la comida en adolescentes

La comida y el Físico son fuente tanto de placer como de conflicto para el adolescentes ha concedido una creciente importancia en la orientación y el consejo de los adolescentes de la imagen corporal y de los factores fisiológicos (Hamblin, 1995), sin embargo no se ha prestado la suficiente atención en la alimentación a pesar de que se ha mejorado la nutrición en México revisar la disminución en la desnutrición, tabla 1. Aunque como se mencionaba antes podemos tener un problema de gente que este consumiendo productos Chatarra estén por arriba de la norma de IMC incluso con problemas de sobrepeso y de obesidad pero al consumir productos que no tiene la suficiente porción nutricional que el cuerpo necesita estén en un caso de desnutrición.

Los comerciales de las revistas y la televisión u otro medio para promocionar la moda y fomentada en el tipo de cuerpo ideal (esbelta) en los adolescentes ha experimentado discrepancia entre su preferencia ha ciertas comidas que trae consigo una nueva implicación de las jóvenes la influencia de estos anuncios de comidas(hamburguesas, pizzas, dulces, antojitos y comidas entre otras) que suelen ser una moda entre los jóvenes y su entorno el ir a comer con las amigas, la pareja etc. lleva consigo un gusto y un rechazo

Las personas que más realizan dietas son las que menos lo necesitan. Se comienzan a hacer dietas en la adolescencia o incluso antes. Aprendemos por índices externos como la publicidad, la talla de la ropa etc. influye en el interés por llevar a cabo una dieta. En el siguiente apartado veremos los medios de comunicación ya que se ha mencionado por antropólogos psicólogos y otras disciplinas la fuerza de los medios de comunicación

1.12.- Medios de comunicación

Los avances tecnológicos del siglo xx han posibilitado que los comunicadores individuales tengan acceso a un número sin precedentes de receptores potenciales de mensaje. Se invierten millones de dólares en el intento de cambiar actitudes sociales en productos de consumo, prácticas sanitarias de seguridad y acción social, el objetivo es influir en el comportamiento humano que se adquiera diferentes productos, que conduzca con prudencia que desarrollen ciertas actividades alimentarias entre otra. (Petty, Priester, 1986).

El éxito de campañas depende:

- Que las comunicaciones transmitidas sea afectivas para cambiar en la dirección deseada la actitud en los receptores
- Que la actitud modificada, a su vez influya en el comportamiento humano.

La Secretaría de Salud informó al Congreso de la Unión que un total de 41 medicamentos milagro se anuncian en televisión sin el permiso sanitario correspondiente. Por lo que estos productos se anuncian en varios medios de comunicación son productos para bajar de peso, de belleza perfumería, Señala que existe la posibilidad de que el consumidor se engañe al ver este tipo de publicidad y abandone algún tratamiento médico específico y con ello Pierda de vista el diagnóstico de alguna enfermedad. (Huesca, 2004).

Este es una de las forma en que los medios venden aparte del producto muchas veces es la esperanza de tener un cuerpo delgado o esbelto con modelos que venden este estereotipo y productos que causan repercusiones ya que no producen los nutrientes de organismo humano.

1.13.-Desde punto de vista de la Psicología Social

Desde un punto de vista de de la psicología social en el cual se retoma mas en cuenta tanto la conducta tanto individual, como grupal (niveles en psicología social), factores de personalidad, así como social y cultural.

Esto significa explorar los factores que la selección del alimento de la guía está examinando por las actitudes del alimento. Las actitudes son los juicios evaluativos (positivo/negativo) sobre los objetos que dirigen comportamiento hacia esos objetos (Petty,

Wegener y Fabrigar, 1997; Olson Y Zanna, 1993). Así como otras características en la que la psicología social interviene

La anorexia y la bulimia en la psicología social:

- ❖ La influencia Social
- ❖ Ansiedad Social
- ❖ Prejuicios
- ❖ Aislamiento Social
- ❖ Aceptación Social
- ❖ Factores de la cultura
- ❖ Personalidad
- ❖ Motivación y Emoción
- ❖ Auto imagen
- ❖ Autoestima
- ❖ Depresión
- ❖ Factores familiares
- ❖ Factores-socioeconómicos.

La aportación de la psicología social en la salud, en la actitud desde una aproximación sociocognitiva de la misma psicología social que nos permitirá entender como se basa la información que tiene las adolescentes en la cual hace que elaboren una actitud hacia un objeto del mundo social como son la valoración positiva hacia las dietas y su vez a través de cierta argumentación que se les proporcione se de el cambio de actitud desfavorable o con un cuidado medico especializado si se les presenta a través de mensajes, usando Modelo de Probabilidad de elaboración.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación es conocer en que forma los adolescentes explican su entorno social, a partir de los prototipos de valoración de la delgadez, predecir la actitud hacia ciertas conductas alimentarias y controlarlas. Con estructura de base de la actitud y al modelo de probabilidad de elaboración.

En este capítulo se han resaltado el problema que se tiene en salud publica en cuanto a los trastornos alimentarios, muy en especifico la bulimia y anorexia, los niveles en los que se da socioeconómicos, edad, los niveles educativos en preparatoria y secundaria, publica y privada, como es asociada: la delgadez se asocia al prestigio social, éxito, belleza, elegancia y salud, y que la moda, los medios de comunicación pretendan que las personas estén en esta situación (especialmente en mujeres adolescentes) sigan un mismo modelo estético y forma de vida.

MARCO TEÓRICO

Capítulo II

Durante miles de años la experiencia cotidiana de los hombres con el hecho que si sueltan un objeto este cae no fue suficiente para conducirnos a una teoría correcta sobre la gravedad. Fue necesaria una secuencia de experiencias humanas muy desacostumbradas llamadas experimentos, que surgieron de la búsqueda sistemática de la verdad, para generar o modificación conceptual mas adecuada. Por o tanto parece injustificable suponer que la experiencia inmediata en el mundo social conduzca a una forma automática a la formación de conceptos correctos.

Kurt Lewin 1948

2.- Introducción

Los desordenes de la alimentación se presentan en una sociedad que refleja la importancia por la figura de la mujer delgada (la esbeltez), esta valoración positiva orienta la imagen de un cuerpo delgado de una gran parte de la población adolescente que se suma a estas exigencia, como Miriam y Vanesa. En el capítulo primero se abordo el contexto actual e histórico del problema de las dietas que son el primer factor por el cual empieza un problema de alimentación.

Los medios de comunicación se les han culpado por el aumento en la incidencia en los desordenes alimenticios, por que a través de los mensajes idealizan, motivan aun fuerzan a la gente a procurar alcanzar una constitución delgada del cuerpo realizando dietas, en la revisión en los estudios de (Pickering citado en Polivy y Herman, 2002), llegan a demostrar de que existen correlación entre el disgusto con el cuerpo y la exposición creciente a ciertos tipos de demostración en la televisión. aunque no puede determinar la causalidad ni el tamaño de la influencia.

Esta importancia que le dan las adolescentes a valorar positivamente la esbeltez y a realizar dietas, purgas, ejercicio extenso etc. En la revisión de los trabajos que son fuentes de los desordenes alimentarios, se han revisado la comunicación no solo de los medios si no también de las amigas y de la familia que a través de la cual se trasmite directamente la información y hace que se amplíe las creencias, opiniones, afectos y deseo de las figura delgada, lo que en psicología social llamamos objeto social expresada por la evaluación buena o mala hacia realizar dietas para tener un cuerpo esbelto, por lo consiguiente en este capítulo hablaremos de las actitudes, si la relación base cognitiva y base afectiva afecta, la estructura de la actitud, la ambivalencia de la actitud, y si este afecte el cambio en la actitud.

2.1.-Actitud y Psicología social

En la revisión de la literatura en diferentes publicaciones en los años 90 (Eagly y Chaiken, 1993, Perloff 1993, Petty y Krosnick 1995, Shavitt y Brock 1994, Stiff 1994 citado Petty, Wegener y Fabrigar, 1997). Las investigaciones en actitudes se ha cuestionado la importancia del concepto así como su complejidad en la psicología social, para declaraciones de Allport's 1935 (que la "actitud" es más imprescindible para la construcción en psicología social puede otra vez ser verdad) (Petty., Wegener., y Fabrigar 1997).

En una revisión de algunos artículos de actitud y cambio de actitud (Cooper, Robert. Croyle1984), (Petty, Wegener y Fabrigar 1997). (Chaiken y Stangor, 1987), (Olson, 1993), (Tesser,1999). consideran que los estudios sobre actitud es una parte central para la psicología social, y retomando la concepción histórica aportado por McGuire en 1985, 1986 y otros estudios en los cuales se abarca recientes investigaciones sobre las actitudes es una parte esencia para los estudios del comportamientos encontramos que existen elementos dentro de la estructura de la actitud que afecta su funcionamiento y predicción por lo cual podemos retomar la nueva literatura que nos lleve a indagar más sobre los estudios de actitudes.

2.2.-Historia de la actitud

La palabra Actitud fue utilizada por primera vez en ingles en 1710, en francés, igual que en italiano 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 termino designa nuestra orientación cognitiva hacia algún objeto social (Petty y cols, 1981), es decir, el termino paso 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 McGuire las "actitudes" es un concepto central en la psicología social en tres diferentes periodos:

El primer periodo fue el del encumbramiento que fue de los años de 1920 a 1930 la preocupación fue por el tópico de la medición a través de escalas en relación con la conducta. Emory Bogardus un sociólogo vinculado con la escuela de Chicago fue el primero en medir las actitudes cuantitativamente a través de la escala de distancia social quien tuvo un impacto fuerte para los psicólogos sociales por el hecho de una adquisición de un estatus científico. Thurstone en 1927 aplico un método para medir actitudes denominado comparaciones binarias, retomado de la psicofísica. Dos años después en 1929 se presento una escala mas elaborada por Thurstone y Chave la medida costaba de tres afirmaciones hacia la iglesia; una positiva, una intermedia y la otra negativa su objetivo era indicar la posición en tres enunciados con el

cual se pudiera situar a las personas en un continuo. Likert 1932 creo la escala que lleva su mismo nombre la cual tenía el objetivo de situar a las personas en un continuo, desde una actitud muy positiva hasta una actitud muy negativa hacia algo, la persona tenía que indicar si estaban de acuerdo o no de acuerdo con cada afirmación, los enunciados tenían un rango de respuesta 1 a 5.

La importancia que tuvo este periodo en la creación de escalas que midieran actitudes se ha conservado hasta nuestros tiempos ya que durante años en la literatura se ha discutido la mejor forma de medir o recuperar las actitudes de las personas, aunque con el tiempo haya cambiado el concepto que se le ha dado a las actitudes. La creación de la escala tipo diferencial semántico que fue desarrollado por Osgood, Suci y Tannenbaum en 1957 para explorar las dimensiones del significado, pero actualmente consiste en una serie de adjetivo que califican los objetos de actitud. Entre otras llegaron a dar nuevas opciones para la medición a la de Thurstone, Likert lo cual hace una parte fundamental en la discusión teórica de las actitudes por lo que lo abordaremos mas adelante en este capítulo.

En los años de 1935 a 1955 el estudio de las actitudes fue desplazado por los estudios procesos grupales pero se recobrado a principios de los años 50. Este segundo periodo como el interés dominante de la actitudes fue durante los años de 1950 a 1960 en el cual fue el entusiasmo del tópico del cambio de actitud acercándose en 1950 a un estilo convergente y en los años 1960 a una estilo divergente.

En los diarios, textos sociales de la psicología y las explicaciones en las actitudes, innovaciones de la literatura periódica relevante a la investigación de la actitud. Dos libros de alta importancia fueran tratados hacia 1965 por Academia Prensa: The Journal of Experimental Social Psychology (por John Thibautaud) y The Journal of Experimental Research on Personality (por E. Ferber). Ambos incluyen los artículos sobre actitudes y si la calidad del los primeros números son mantenido ellos tomaron sus lugares en ya una inverosímil lista larga de los diarios imprescindibles para los estudiantes de las actitudes (McGuire, 1985).

En los textos mas importantes en el pasado tras las huellas para examinan los tres libros dedicados al área de actitud-percepción, los volúmenes cubren las investigaciones de la actitud.

- El primer libro Arthur R. Cohen's es un punto de vista psicológica, en el cambio de actitud proporciono una buena cobertura del material hasta 1962 y especialmente cuidadoso en la cubierta experimental, del grupo de investigación de Yale, de Hovland y

de la disonancia de Festinger. Cohen fue el principal portador de estos dos grupos hasta su muerte en 1963 (McGuire, 1985).

- En el segundo libro Lane y Sears tuvieron una red más amplia discutiendo la opinión pública con una terminología y un nivel de análisis más típico de la conducta política en sus trabajos de sociología y ciencias políticas (influencias primarias del grupo, cambio, y racionalidad históricos) así como asuntos psicológicos, desarrollo de opiniones, influencia de grupos de referencia, en problema de ontogénicos de la intensidad (McGuire, 1985).
- El tercer de estos libros es el de Walter y Heynes, más estrechos en el alcance y toma de necesidad instrumental, análisis de la escuela de Michigan "Peak, Rosenber y Zajonc" en donde describen un número de experimentos en efectos de los factores del estímulo, de las normas del grupo, y de los conflictos de la necesidad (McGuire, 1985).

Durante 1965 a 1985 la cognición social, incluyendo la reducción de las representaciones en la codificación de la información y descifrar así como extrapolaciones deductivas en el significado atribuciones, percepción personal y ramificación cognitiva, desplazaron a las actitudes en el estudio de la psicología social.

Los principios del tercer periodo prosperar la investigación de actitudes probablemente para dominar los años 1980. Tres líneas importantes de investigación son evidentes: consistencia de la actitud-comportamiento, persuasión, y disonancia cognoscitiva. El centro principal de la atención teórica ha sido la cuestión de la consistencia de actitud y el comportamiento. El interés en consistencia de la actitud-comportamiento no es nuevo, según lo evidenciado por estudios de La Piere en 1934. Cialdini (1981) observaron el pesimismo o el escepticismo que unía la cuestión de la consistencia que seguía cobrando la manera al optimismo marcado por los últimos años en la década de los 70 no obstante, el trabajo centrado en avances en la metodología, la medida y menos en sustantivo de la teoría. Mientras que en los años 80 no se considerado ningún énfasis en preocupaciones metodológicas, el desarrollo de la teoría ha tenido grandes aumentos. Quizás estimulado activación cerca de los simposios dedicados a este asunto Zanna 1982 los modelos teóricos tienen aparecía tratar de la mediación de la consistencia entre las actitudes y los comportamientos. (Cooper, Robert T. Croyle 1984).

El resurgimiento en el campo de la actitud en los años 80 han sido unos progresos en tres áreas importantes. Primero ha sido preocupación cada vez mayor con ayuda para las respuestas cognoscitivas como mediadores de efectos de la actitud. Formulación procesos información anteriores que extienden centrado en el proceso de la información relacionada

actitud (mensaje, las discusiones), el acercamiento cognoscitivo de la respuesta acentúan la influencia de las reacciones cognitivas específicas (discusiones contrarias, pensamientos, favorables, etc.) logrado por tal información. En segundo lugar, la visión que prevalece la capacidad de actitudes de predecir el comportamiento de la causa ha sido raramente más positivo. La consecuencia ha sido y continuará siendo el uso de la medida y de los modelos de actitud en ajustes aplicados. Tercero, la consistencia que está detrás (Cialdini, B., Petty, E. y Cacioppo, T 1981).

Hacia los 90 en este periodo prospera la investigación de actitudes centrada en más ediciones estructurales desarrolladas incluyendo la estructura de actitudes individuales, de sistemas de actitudes, y de sistemas actitudinales mientras que se relacionan con otros sistemas dentro de la persona. Para los años recientes, la mayoría del trabajo durante estos periodos de la revisión continuó temas que eran dominante en periodos anteriores, basando en tres áreas tradicionales: la estructura y bases de actitudes, cambio de la actitud, y las consecuencias de las actitudes (Petty, Wegener y Fabrigar 1997).

Es importante este periodo en la psicología social ya que los estudios se adentran más en el conocimiento y la importancia que se le debe dar a los estudios de las actitudes y no solamente en tomar en cuenta a la actitud como una plantilla en la cual sirva para medir objetos sociales, si no tener en cuenta la diversidad de estudios sobre: las actitudes duales, la estructura, la consistencia de la actitud, la ambivalencia, la accesibilidad de la actitud, actitudes de base (afecto cognición), las actitudes implícitas y explícitas, son los temas en los cuales se han centrado las investigaciones en actitudes en los primeros años de este nuevo siglo.

2.3.-Definición de actitud y perspectiva actual sobre actitudes duales

Allport (1935) definió una actitud como "estado mental y de la elaboración de los nervios, constituido con experiencia, ejercer una influencia directiva y dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con las cuales es relacionada, Krech y Crutchfield (1948) escribieron, una actitud se puede definir como organización que resiste de motivación, de emocional, de sensible, y procesos cognoscitivos con respecto a un cierto aspecto del mundo del individuo.

Ha habido dos tentativas ambiciosas recientemente de definir actitudes. Campbell dedica a una cierta discusión a la utilidad de considerar actitudes como variables que intervienen, junto con otros "conceptos disposicionales" como el hábito, motivo etc. discuten que

sea preferible para definir actitudes mas inmediatamente en términos de respuestas observables. Esto el dialogo ha continuado por varias décadas y ha provocado una cierta sometimientos a los análisis y pueden tener valor heurístico en sugerir la investigación y la guía pensamiento.

Uno de los grandes temas de la psicología social vigente hasta hoy es el estudio de las actitudes. Los modelos propuestos en la década de los años 50 y 60 del siglo pasado planteaban la existencia de tres tipos de componentes: cognitivo afectivo y conativo-conductual. Así, Rosenberg y Hovland propusieron en 1960 un modelo jerárquico de actitudes en donde los tres componentes; afectivo, cognitivo y conativo-conductual, se consideran un subconjunto de un conjunto superior que es la actitud, una implicación de este modelo debían de ser estos componentes deben ser similares entre si es decir correlacionarse altamente. A pesar de contar con este conocimiento sobre los elementos que componen una actitud, en las últimas décadas una cantidad importante de las investigaciones han privilegiado el aspecto cognitivo, desplazando o tomando poco en cuenta la influencia de las emociones.

Fishbein logra acercamiento que define actitud como la suma de probabilidad los productos subjetiva que el objeto posee características evaluativas de valencia de esta característica, del análisis evocador de Rosenberg. En un uso interesante de esta noción, Fishbein y Hunter encontrar una confirmación de este acercamiento de la adición cuando se marca dudas la teoría tripartita. (Azjen, 2001). La actitud, el modelo del expectativa-valor de Fishbein 1963, Fishbein y Ajzen 2000, citado en Azjen, 2001) este significado evaluativo se presenta espontáneamente e inevitable como nosotros formar la creencia sobre el objeto. Cada creencia se asocia el objeto con cierta cualidad, y actitud total de una persona hacia un objeto es determinado por los valores subjetivos de las cualidades del objeto en la interacción con la fuerza de las asociaciones. Aunque la gente puede formar mucho diversa creencia sobre un objeto, se asume que solamente creencia que es fácilmente accesible en memoria actitud de la influencia en cualquier momento dado. La Críticas que este modelo obscurece la relación del actitud-comportamiento (McGuire 1969, Fishbein y Ajzen 1975; Breckler 1984) esto llevo a haber conducido algunos investigadores para suprimir el componente del comportamiento y para mirar actitud como una construcción de dos dimensiones (Bagozzi y Bumkrant 1979, Zajonc Markus 1982 citado en Azjen, 2001).

Algunos teóricos han procurado ocuparse de la inconsistencia entre definiciones por lo que el comportamiento es quitado de la ecuación de la actitud, y representando actitud como

estructura de dos componentes el consistir en la cognición y afecto ((Fleming 1967, Bagozzi y Bumkrant 1979, Zajonc Markus 1982 citados por Zanna y Rempel, 1988).

Breckler en 1984 tiene una visión actitud como hipotético. La respuesta a un objeto de la actitud, afecto, cognición, y comportamiento como tres clases de la respuesta. Otras definiciones recientes y compatibles opinión actitud como disposición de responder favorable o desfavorable hacia un objeto afecto, cognición, y comportamiento como tres dominios en los cuales la actitud se expresa adentro respuestas observables Ajzen 1984, Davis y Ostrom 1984).

En estudios recientes sobre la interpretación de la perspectiva tripartita, Zanna y Rempel (1988) han definido las actitudes como valoraciones evaluativas de los objetos y proponen que el afecto (es decir la emoción), la cognición, y el comportamiento son tres clases de la información en las cuales se basa este juicio evaluativo. Estos autores miran así a las actitudes como entidades cognoscitivas separadas, oponiéndose a la visión de Breckler (1984) de que son construcciones latentes que pueden ser alcanzadas independiente de la memoria (afectivo) la información cognoscitiva, o del comportamiento en la cual se basan; esta idea de Zanna y Rempel se confirmó en una serie de estudios realizados durante los años 80 por Lingle, Ostrom, Fazio, Chaiken y Stangor (citados por Zanna y Rempel, 1988).

Las actitudes se han definido en una variedad de maneras, pero en la base de está noción es la evaluación. Así, las actitudes se ven comúnmente se han visto en esta noción Petty en 1994 son evaluaciones sumarias de objetos a lo largo de una dimensión que se extiende de positivo a la negativa, por otro lado Fazio en 1989 las actitudes estén definidas como evaluativos, que sirven como una función del conocimiento. Fazio y Roskos-Ewoldsen (1994) las han definido como asociaciones entre objetos actitudinales (prácticamente cualquier visión del mundo social) y las evaluaciones de estos objetos.

Las actitudes se han definido en una variedad de maneras, pero en la base está la noción de la "evaluación" Zanna y Rempel (1988), la mayoría de la discusión fuerte sobre el concepto, sugiere que las actitudes sean evaluaciones basadas en creencia, emociones, y más allá del comportamiento, implicando que uno puede tener diferente actitudes sobre (evaluaciones) del mismo objeto en el mismo tiempo.

2.4.-Estructura y Bases de las actitudes

Un tema tradicional en el estudio de las actitudes es la investigación de las bases y de la estructura subyacente a las evaluaciones. Mucho trabajo sobre las bases y la estructura de actitudes fue realizado bajo suscripción de que la fuerza de la actitud diferencia subyacente la estructura de actitudes se piensa puede producir diferencias en fuerza. (Petty, Wegener y Fabrigar, 1997).

Aunque el término estructura de la actitud es ubicuo en la literatura, las definiciones exactas pueden ser menos común. El concepto de la estructura debe comenzar con su conceptualización de la actitud. Para una actitud por sí mismo a existir, tiene sentido de visión, la actitud como tipo de estructura del conocimiento almacenado en memoria o creado a la hora del juicio y de los elementos que intervienen en la formación de este. (Fabrigar, MacDonald y Wegener, 1993)

Aunque las actitudes se pueden caracterizar como asociaciones simples de la evaluación del objeto, las actitudes puede ser parte de sistemas más grandes de estructuras del conocimiento (Por ejemplo, uno pudo asociarse las cualidades del específico con la representación del objeto y de cada uno de estas cualidades pudieron alternadamente asociarse a una evaluación. Asimismo, uno pudo asociarse las respuestas emocionales específicas con un objeto y cada uno de estos estados afectivos pudieron ser asociadas con una evaluación (Zanna y Rempel, 1988) la estructura de la actitud del término refiere al contenido y al número del conocimiento estructuras, la fuerza de los acoplamientos sociables que hacen encima de la actitud y su conocimiento relacionado estructuras, y el patrón de acoplamientos sociables entre la actitud y su conocimiento relacionado estructuras.

2.5.-Bases de afectivas versus cognitivas de las actitudes

Cognición contra afectar como antecedentes de la evaluación

Eagly y Chaiken (1993) define la actitud como una tendencia psicológica que es expresada evaluando una entidad particular con un cierto grado de favor o de desaprobación, postulando que la cognición aparece primero en el desarrollo de la actitud. Para comenzar su discusión exhiben el paradigma del tratamiento de la información de McGuire. Si el tratamiento de la información sucede en tres fases: atención al mensaje, comprensión de su contenido, y aceptación de ella, sus conclusiones encaminan a pensar que las variables independientes que influyen el acto de la persuasión no sólo influyen directamente en las tendencias de las personas para aceptar las conclusiones del mensaje, sino que también inciden en forma

indirecta sobre dos procesos: la atención y la comprensión causal de mensajes persuasivos anteriores. Para una mejor explicación acerca del funcionamiento de los procesos cognoscitivos, los autores citados propusieron seis pasos para el tratamiento de la información: presentación, atención, comprensión, rendimiento, retención, y comportamiento. En este modelo cada paso es lineal y necesario, y las personas responden más a sus creencias que a sus sentimientos y emociones sobre el mensaje.

Afectar contra cognición como antecedentes de la evaluación

Inherente en el modelo del expectativa-valor de la actitud es la asunción que evaluativo los juicios son el resultado de procesos cognoscitivos: asociaciones entre la actitud objeto y cualidades valoradas. Algunos teóricos han desafiado esta asunción, proponiendo que las evaluaciones se pueden también controlar por procesos afectivos. En hecho, la hipótesis afectiva de la primacía (Zajonc, 80).

(Zajonc, 1980; Zajonc y Rempel, 1984) postula que el efecto que la información de tipo afectiva o cognitiva ejerce sobre la actitud es diferente para la formación de la misma. En su teoría a priori sobre el afecto, sostiene que las respuestas afectivas pueden a menudo preceder cronológicamente a las respuestas cognoscitivas en la formación de la actitud; en segundo lugar, las respuestas afectivas se perciben como más subjetivas y cercanas al sí mismo que las respuestas cognoscitivas. Así, cuando están en conflicto los dos tipos de información, las emociones engendradas por un objeto de la actitud se pueden experimentar como revelando más nuestras evaluaciones verdaderas que nuestras valoraciones cognoscitivas de las cualidades del objeto. Consistente con este razonamiento, Edwards (1990; Edwards y Von Hippel, 1995) ha proporcionado evidencia de que las actitudes cuya activación estaba basada en el afecto se sostienen con mayor firmeza que aquellas basadas en la cognición. Finalmente, la información afectiva puede ser recuperada más fácilmente de memoria que la información cognoscitiva (en parte debido a que ésta afecta de manera más fuerte a uno mismo). Si este es el caso, la recuperación de la información actitud-relevante se puede dirigir en un mayor grado por connotaciones evaluativas afectivas que la información cognoscitiva.

Las actitudes que formamos son probables sean influenciadas por ambos cerca emociones que el objeto de la actitud despierta dentro de nosotros y en nuestro “más racional” “gravamen cognoscitivo” del lógico de las cualidades del objeto de la actitud. Por ejemplo, una

política tal como castigo capital es probable inspirar las sensaciones de repugnancia y la creencia de que es ineficaz adentro disuadir crimen violento). Según las teorías cognoscitivas de la consistencia (Festinger, Heider, citado Lavine, H., Cynthia, J., Thomsen y P. Zanna 1998).

En la literatura se ha conceptualizado las actitudes como bases afectivas (emocional) y base cognoscitivas (de la creencia) ha sido uno de los medios más populares de clasificar los diversos tipos de información sobre los cuales se basan las actitudes. Un tema que ha emergido recientemente es una preocupación creciente con la medida apropiada de actitud-relevante afecto y cognición. Eagly, criticado más allá de la investigación para confiar en medidas cerrar-terminadas de afecto y la cognición (escalas, listas de comprobación de grado), que sugirieron que sufrió de limitaciones metodológicas. Para corregir estos problemas, usados medidas ampliables en las cuales pidieron los participantes enumerar sus emociones y creencia por separado y encontrado que estas medidas de afecto y cognición a menudo tienen energía explicativa única contribuida a la predicción de actitudes. Desafortunadamente, no se hizo ningunas comparaciones empíricas entre las medidas ampliables y las medidas cerrar-terminadas tradicionales, así que eran imposibles confirmar que las nuevas medidas habían una mejora terminado más allá de las medidas.

En anteriores estudios de las teorías de la actitud utilizaron el término afectivo absolutamente y ampliamente para referir a las dimensión evaluativas que significa en comparación con otras dimensiones (Rosenberg y Hovland, 1960; Zajonc, 1980), la mayoría de los investigadores de la actitud (retomaremos en esta investigación) define la actitud de base afectiva como la valencia sumada de emociones y de sensaciones específicas que se asoció al objeto. y a la base cognoscitiva, dentro esta visión, es además la evaluación de valencia sumada de las características no-emocionales percibidas del objeto, (Giner y Sorolla, 2004). Estos componentes de la actitud se miden típicamente con las escalas de artículos evaluativos relevantes (Crites, Fabrigar, y Petty, 1994) o teniendo el valor de la evaluaciones de la gente implicaciones de sus asociaciones emocionales y de la creencia libremente generadas al objeto (Bell, Esses, y Maio, 1996; Abadejos Y Zanna, 1998).

La demostración obtenida en los estudios de que sugería que muchas medidas usadas adentro más allá de afecto, cognición de Crites la investigación careció las características psicometría importantes (confiabilidad, validez convergente, y validez discriminante). Dos estudios subsecuentes demostrados que las escalas nuevas diseñaron determinar las bases

afectivas y cognoscitivas de actitudes tenían altos niveles de la confiabilidad a través de los objetos de la actitud tan diversos como ediciones sociales, temas académicos, y animales. Análisis factoriales de las escalas también sugeridas que las escalas tenían buena validez convergente y discriminante. Finalmente, las escalas podían detectar una manipulación experimental de lo afectivo y cognoscitivo de las bases de actitudes. (Crites, Fabrigar, y Petty, 1994, Huskinson, y Haddock, 2003, Giner y Sorolla, 2004).

La investigación ha confirmado la hipótesis que los componentes afectivos y cognoscitivos de actitudes a menudo se correlacionan altamente el uno con el otro. No obstante, a la entidad cada vez mayor de la investigación ha revelado que los dos tipos de información ejercen en influencias lo más o menos posible parcialmente no redundantes en juicios evaluativos totales. Demostraron las reacciones a los candidatos políticos la gente emocional contribuyeron a la predicción sus actitudes del candidato sobre y más allá de la influencia de cognición sobre calidades personales de los candidatos. Encontrado que las emociones y la creencia estereotípicas cada uno ejercen una influencia única sobre la actitudes hacia una variedad de grupos sociales (Lavine, H, y cols 1998).

La investigación también continuó explorando el grado a el cual se basan las actitudes en afectar y cognición en varios dominios. Encontraron eso, para la gente alta en autoritarismo, las actitudes hacia homosexuales fueron conducidas sobre todo por creencia simbólica y experiencias previas. En contraste, entre la gente el punto bajo en el autoritarismo, actitudes fue determinado sobre todo por estereotipo la creencia y afecto. (Rosselli, 1995) encontraron que eran las actitudes del post mensaje de acuerdo con respuestas afectivas y cognoscitivas cuando el mensaje era emocional interiormente naturaleza pero solamente en respuestas cognoscitivas cuando el mensaje era hecho basado. Estos resultados ocurrieron solamente cuando los participantes estaban en un humor neutral. En las respuestas positivas de los humores, cognoscitivas y afectivas no tenían ningún impacto en post mensaje actitudes.

Los factores circunstanciales pueden realzar el impacto del afecto o cognición en actitudes, diferencias individuales estables en la tendencia a dar la prioridad a afectivo contra la información cognoscitiva puede existir (Haddock, 1994). Diferencias Dominio específicas en niveles del conocimiento o de la experiencia puede también predecir una confianza diferenciada en afectivo contra la información cognoscitiva en llegar las evaluaciones totales. Para el ejemplo, las actitudes de la política de expertos políticos se puede basar a un mayor grado en

cognoscitivo abstracto (ideológico) que consideraciones emocionales, mientras que éstos de principiantes políticos puede ser basado en consideraciones más que cognoscitivas emocionales (Sniderman, Brody, y Tetlock, 1991).

Verplanken, Hofstee y Janssen (1998) en estudio en el cual midieron la accesibilidad de la actitud afecto, cognición en la recuperación, la midieron por tiempos de reacción en bipolar adjetivos evaluativos con una escala tipo diferencial semántico (positivo \pm negativo) en forma de respuesta cómo un filtro de pensamiento, respectivamente, sobre un objeto de la actitud. Los artículos evaluativos eran acompañados por los artículos afectivos y cognoscitivos del contexto, que no eran analizados, pero fueron significados promover la recuperación de evaluaciones afectivas y cognoscitivas respectivamente. Las respuestas a las evaluaciones afectivas fueron dadas más rápidamente que respuestas a cognoscitivo evaluaciones, sugiriendo que las evaluaciones basadas en afectos sean más accesibles en memoria que evaluaciones basadas en la cognición. Los resultados fueron obtenidos en dos dominios de la actitud, es decir. Marcas y países. Los resultados apoyan la validez de uno de dos-componente modelo del (afecto \pm cognición) de la actitud.

Los objetos específicos de la actitud pueden intrínsecamente diferenciar en el grado en el cual activan o producen las reacciones afectivas o cognoscitivas. Por ejemplo, en casa los productos de consumo pueden poseer más características instrumental consumidoras por lo cual las actitudes hacia ellos se pueden por lo tanto conducir más por utilitario es decir por las creencia que por la emoción. En contraste, actitudes hacia amigos cercanos y parientes se pueden conducir más por la emoción que por creencia. Por otra parte, objetos se tienen aversión o percibido como los valores y las creencias importantes amenazadores pueden ser especialmente probables a producir las actitudes basadas en cognición, mientras que los objetos vistos más favorables de obtener pueden ser más evaluaciones basadas en afecto (Esses 1993 citado en Lavine, H, y cols 1998).

Los efectos de la experiencia directa e indirecta en afectivo y Respuestas cognoscitivas y la relación –del comportamiento de la actitud.

En un investigación parece plausible que las actitudes produjeron por experiencia directa con el objeto de la actitud puede ser basado en lo afectivo, es decir, a las sensaciones de la persona

hacia el objeto es el más manifiesto cuando se forma la actitud. Por otra parte, las actitudes produjeron por experiencia indirecta pueden basar en lo cognitivo, es decir, la persona tendría que confiar en una representación abstracta del objeto para formar actitud Zajonc, 80 en Zanna Y Rempel, 1988). Por ejemplo, imaginar diferencia entre la lectura sobre un alimento nuevo y realmente probarlo. Después de la experiencia indirecta (lectura sobre el alimento), su actitud se forma probablemente en la activación de la base de una lista de atributos o de cognitivos sobre el alimento. Después de ser directa la experiencia (que prueba el alimento), su actitud probablemente se forma más sobre la base de un afecto o de una reacción emocional al alimento para un afectivo similar contra la distinción cognoscitiva de la actitud (Murria, Millar, 1996).

La evidencia la utilidad de la distinción entre las actitudes basadas afectivas y cognoscitivas. Sin embargo, una variedad de otras clasificaciones de la actitud basadas en la función de la actitud tiene también ofrecido Katz, 1960; Kelman, 1961. Una clasificación reciente cerca Shavitt (1990) tiene conexiones evidentes de la clasificación de lo afectivo y cognitivo. Shavitt (1990) en su propuesto que las actitudes pueden servir de identidad social, utilitaria, y la estima de una misma funciones. En esta clasificación las actitudes utilitarias funcionan a la ayuda a la persona ordena su ambiente y tiene en cuenta un masificación de recompensas, y las actitudes sociales de la identidad funcionan para resolver metas privadas y públicas de la identidad. Puede parecerse como si las actitudes utilitarias fueran basadas más en cogniciones sobre los atributos de los objetos y de las actitudes sociales de la identidad serían basados más sobre los aspectos del uno mismo por ejemplo afecto. Sin embargo, no hay una correspondencia una entre el afectó, cognición y la distinción social de identidad, utilitaria. Por ejemplo, según 1990, identidades sociales de Shavitt las funciones incluyen pensamientos sobre lo que se comunica la actitud a otros.

2.6.- AMBIVALENCIA DE LA ACTITUD

La ambivalencia no es un termino nuevo estudiado en los últimos años, en el libro de la Republica del filósofo griegos Platón en el que se cuestionaba el comportamiento de la pasión y la razón. Kurt Lewin en 1951 es quien introduce el término de ambivalencia en la psicología social, según esta teoría es un estado de tensión que a menudo genera aspectos positivos y

negativos asociados con las metas. Los primeros teóricos de las actitudes caracterizaron específicamente la ambivalencia como característica de una actitud (Thompson, Zanna, 1995).

Generalmente hablando, la ambivalencia refleja la coexistencia de lo positivo y de lo negativo de las disposiciones hacia un objeto de la actitud. Esta ambivalencia puede resultar simultáneamente de creencia que está en conflicto accesible dentro del componente cognoscitivo (McGregor et al 1999), o de un conflicto entre la cognición y afecto (Eagly y Chaiken 1993, Maio 2000, McGregor 1999).

Otra característica estructural de actitudes que ha sido la principal atención reciente en el estudio (es decir basado sobre la evaluación información contraria). Las actitudes ambivalentes son evaluaciones en las actitudes que están en estados de conflicto ya que al contener elementos positivos y negativos. Hasta que punto de lo positivo y de los elementos negativos son iguales y la ambivalencia extrema, (Olson, M., 1993). Un desarrollo interesante sobre la literatura (Cacioppo JT, Berntson en 1994) los modelos evaluativos bivariados del espacio que sugirieron los investigadores ya que asumieron a menudo las reacciones evaluativas positivas y negativas se activan recíproco (es decir aumenta en uno será asociado a disminuciones del otro). Cacioppo y Berntson 1994 discutieron que la relación entre el positivo y la negativo de las respuestas se deben verse como plano evaluativo bivariado en el cual recíproco a la activación coactivo puede ocurrir. Observaron la inhabilidad bipolar tradicional de las escalas de la actitud a distinguir completamente entre estas posibilidades y sugeridas estas medidas separadas del uso futuro de la investigación de las bases positivas y negativas de actitudes (quizás además del gravamen bipolar tradicional de actitudes) (Petty, Wegener y Fabrigar 1997).

Tentativas recientes a cuantificar esta característica de las actitudes se han centrado en ambivalencia dentro del componente cognoscitivo. Diferenciado cargando la fuerza de la creencia que está en conflicto, está posible derivar los fórmulas que varían para el cómputo de la ambivalencia. Construcción en trabajo anterior (Thompson, 1995), Priester y Petty (1996) repasados y entonces evaluó los méritos relativos de diversas definiciones operacionales comparando su capacidad de predecir la experiencia subjetiva de la ambivalencia. Después de un sofisticado análisis, presentaron datos para apoyar la superioridad de un modelo gradual del origen. Según este modelo, la ambivalencia aumenta como negativamente aceleración función del número de la creencia que está en conflicto, y disminuciones con el número de reacciones

dominantes (es decir las reacciones más frecuentes, es positivo o negativo) hasta un origen definido por cierto nivel de reacciones que están en conflicto. A pesar de su las características únicas, sin embargo, la formulación propuesta fueron encontradas para correlacionar absolutamente altamente con otros cuantificar de la ambivalencia, y aunque era superior a otros índices en algunos aspectos, la medida propuesta consideró solamente a cantidad moderada de variación en el criterio subjetivo de la ambivalencia.

Tentativas recientes a cuantificar esta característica de actitudes se han centrado en ambivalencia dentro del componente cognoscitivo. Diferenciado cargando la fuerza de la creencia que está en conflicto, está posible derivar los fórmulas que varían para el cómputo de la ambivalencia. Construcción en trabajo anterior (Thompson 1995), Priester y Petty (1996) repasados y entonces evaluó los méritos relativos de diversas definiciones operacionales comparando su capacidad de predecir la experiencia subjetiva de la ambivalencia. Después de un sofisticado análisis, presentaron datos para apoyar la superioridad de un modelo gradual del origen. Según este modelo, la ambivalencia aumenta como negativamente aceleración función del número de la creencia que está en conflicto, y disminuciones con el número de reacciones dominantes (es decir las reacciones más frecuentes, es positivo o negativo) hasta un umbral definido por cierto nivel de reacciones que están en conflicto. A pesar de su las características únicas, sin embargo, la formulación propuesta fueron encontradas para correlacionar absolutamente altamente con otros cuantificado de la ambivalencia, y aunque era superior a otros índices en algunos aspectos, la medida propuesta consideró solamente a cantidad moderada de variación en el criterio subjetivo de la ambivalencia.

La otra investigación de la ambivalencia se centró en una variedad de ediciones empíricas. Algunos la investigación examinó la validez de diversos fórmulas para combinar respuestas positivas y negativas a llegar un índice total de la ambivalencia actitudinal (Breckler 1994) (Thompson y Zanna 1995) examinaron el papel de las disposiciones de la personalidad (es decir necesidad de la cognición, miedo personal de invalidez) y factores dominio específicos (es decir implicación de la edición) como antecedentes de la ambivalencia. Leippe y Eisenstadt (1994) encontraron esa conformidad con a petición del actitudinal contraria en un paradigma de la disonancia creciente como actitudinal de la ambivalencia aumentó. Finalmente, Vallacher (1994) utilizaron una medida eso el momento-a-momento determinado cambia de puesto en la evaluación para demostrar creciente de la ambivalencia fue asociada a una estabilidad más baja de la actitud.

2.7.-Ambivalencia de la actitud y el impacto relativo de afecto y cognición

Hasta recientemente, los investigadores de la actitud han hecho casi universal la asunción implícita que las actitudes se pueden representar en los términos de un sola dimensión, bipolares (positivo-negativo). Cada vez más, sin embargo, los investigadores han reconocido probabilidad que algunas actitudes sean ambivalentes, o caracterizado por la coexistencia de evaluaciones positivas y negativas (Cacioppo y Berntson, 1994; Thompson, Zanna, Y Griffin, 1995; Zanna Y Rempel, 1988). Esto sugiere alternativa a la visión unidimensional tradicional, uno en el cual espacio evaluativo se abarca de dos dimensiones unipolares separadas (es decir, una negativa y una positivo).

Es importante reconocer que cualquier medida de actitudes, sea bipolar o si no, no podrá capturar completamente la multiplicidad de potencialmente importante diferencias en la estructura y las bases de actitudes. Incluso medidas que se determinan tanto positiva y negativa no podrán ser separado o distinguir entre actitudes eso diferencia de otras maneras significativas (accesibilidad, afectivo, cognición bases,). Así, aunque hay ventajas de examinar lo positivo y las bases negativas de las actitudes, es confuso si la falta de hacer, tan debe ser consideraba un defecto fundamental de la medida más que falta de determinar otras bases y características estructurales de actitudes.

Una forma en la cual esto pudo ocurrir es si las diversas fuentes o tipos de información actitud-relevante tienen implicaciones evaluativas contradictorias. Una actitud ambivalente se parece probablemente a resultado, por ejemplo, si uno lleva a cabo creencia positiva sobre una política tal como capital castigo (creencia que es un impedimento eficaz del crimen) pero simultáneamente experimenta emociones negativas con respecto a la edición (un sentido de repulsión en el pensamiento de tomar la vida de otra persona). En el hecho, substancial la evidencia ha acumulado en la ayuda del asunto que el evaluativo implicaciones de la información afectiva y cognoscitiva sobre un objeto dado de la actitud ser a veces contrario (Cacioppo, Gardner y Berntson, 1997).

Cuando afectar y la cognición tiene implicaciones evaluativos que están en conflicto, los individuos confiarán a un mayor grado en sus reacciones emocionales a objeto de la actitud que en su creencia sobre las cualidades de un objeto de la actitud adentro determinación de sus

actitudes totales y comportamiento actitud-relevante. Esta primacía de afecto es la hipótesis sugerida por varios aspectos de Zajonc, 1981

Lavine y cols (1998) llegaron a que el afecto predominar sobre la cognición en la expresión de actitudes y del comportamiento cuando la estructura afectivo-cognoscitiva subyacente de la actitud era ambivalente (es decir, cuando el afecto y la cognición estaba en valencia opuesta) pero no cuando el subyacente la estructura atitudinal era univalente (es decir, cuando afecto y la cognición estaba de la misma valencia). Los candidatos presidenciales sirvieron como objeto de estímulos actitudinal a probar la primacía ambivalencia-moderada de hipótesis de afecto.

Consecuencias de la ambivalencia

Llevar a cabo actitudes ambivalentes se ha demostrado puede afectar las evaluaciones y comportamiento de maneras profundas. Así, aunque es igual en un cierto plazo la estabilidad, relativamente no ambivalente de las actitudes hacia comer una dieta con poca grasa fueron encontradas para ser más preeditoras de las intenciones y el comportamiento que actitudes ambivalentes, y ellas subsecuentes estaban también más resistente a una comunicación del incentivo (Armitage y Conner citado en Ajzen, 2001) Sin embargo, esto puede sostener solamente para las actitudes hacia familiar objetos o ediciones. Discutiendo que la ambivalencia disminuya la confianza de la gente en su las actitudes hacia los comportamientos que implican la actitud se oponen, Jonas 1997 postula que las actitudes ambivalentes se asocian a una información más sistemática procesando y por lo tanto, predecir las actitudes ambivalente mejor que las intenciones. Dos los experimentos confirmaron estas expectativas: Las actitudes de participantes proporcionaron la información evaluación contraria sobre champúes ficticios predijo comprar mejores que intenciones, las actitudes basadas en la información evaluativo constante. Semejantemente, encontraron a la gente con actitudes ambivalentes hacia un grupo de la minoría hacer más probable procesar sistemáticamente la información sobre el grupo (Maio 1996) y, en la comparación a los individuos con actitudes menos ambivalentes, sus reacciones hacia el grupo reflejado más fácilmente un oscurecimiento humor-inducido del positivo y sensaciones negativas Bell y Esses 1997(Icek Ajzen 2001).

2.8.-PERSUACION

Por persuasión se entiende –cualquier cambio que ocurra en las actitudes de la personas como consecuencia de su exposición a una comunicación- (Petty y Cacioppo, 1986), a lo que cabría añadir que dicha comunicación es diseñada y ejecutada internamente con ese fin, el concepto de persuasión es sinónimo de cambio de actitudes.

El estudio de la comunicación es un campo importante en la investigación y la teoría, ya que la comunicación es un proceso social fundamental, ya que se habitúa y proyecta en cualquier parte del comportamiento humano. Importantes investigadores se adentraron al tema de la comunicación sobre todo en los Estados Unidos, Paul Lazarsfeld, sociólogo, 1932 se interesó profundamente en las audiencias y efectos de los nuevos medios de comunicación colectiva, Kurt Lewin, psicólogo, 1930, investiga la comunicación en grupos y el efecto de las presiones de grupo, normas de grupo y papeles de grupo sobre el comportamiento y actitudes de sus miembros, Harold Lasswell, político científico, educado en la Universidad de Chicago, y por muchos años maestro en esa misma Universidad y en Yale. Fue de los iniciadores del estudio de la propaganda, de los grandes análisis sistemáticos de la comunicación en acciones y sociedades y en el estudio de comunicadores políticos influyentes.

La Universidad de Yale, estudiaron cómo influye la comunicación sobre los cambios de opiniones y actitudes. Carl Hovland fue llamado para colaborar en programa de investigación del ejército en 1942 sobre comunicación y cambio de actitud, persuasivo de la comunicación de masas. Tenía una buena reputación como psicólogo con el sociólogo Stouffer, al regresar de la segunda guerra en el grupo de Yale Kelley, Janis, Sherif, entre otros, organizó un programa de investigación sobre comunicación y cambios de actitud.

En 1953 Hovland, Janis y Kelley publican *Communication and persuasion*, que expone explícitamente las bases sobre las que se funda la concepción general del programa. El objetivo de éste es el análisis de la comunicación basada en la clásica formulación de quién habla, qué dice, a quién y con qué efectos. La Fuente es el término utilizado para designar a “quién” habla, el Receptor es “a quién” se habla, el Mensaje es “lo que se dice” (el qué), y el Canal es el medio por el que se transmite el mensaje, el “cómo”. En cuanto al tipo de metodología, se ha utilizado la experimentación. El esquema experimental de cambio de actitud es el siguiente:

Fase 1: El sujeto responde a una o varias preguntas sobre su actitud. Esta respuesta indica cuál es su posición antes de la comunicación, R1

Fase 2: Tiene lugar la comunicación persuasiva de otra persona acerca del objeto, RA

Fase 3: Se vuelve a preguntar al sujeto sobre lo que piensa del objeto, R2. La R2 se compara con la RA y R1. Se trata de un diseño clásico “antes después” que implica la utilización de un grupo control, que no haya sido sometido al mensaje, para evaluar el grado de cambio espontáneo entre R1 y R2.

Según su enfoque, para que un mensaje persuasivo cambie la actitud y la conducta, tiene que 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:

- ❖ La fuente (quien emite el mensaje: su experiencia, sinceridad, atractivo, semejanza con el receptor, poder, etc.).
- ❖ El contenido del mensaje (calidad de los argumentos, incentivos prometidos, organización, claridad, si pone énfasis en los aspectos racionales o emocionales, etc.).
- ❖ El canal comunicativo (visual- auditivo; directo-indirecto) y
- ❖ El contexto (relajado, serio, agradable o desagradable, distracciones, etc).

La credibilidad y competencia del comunicador son dos características importantes para la obtención de una comunicación persuasiva eficaz, en 1951 Hovland, y Weis presentaron a dos grupos idéntica comunicación, variando la fuente de comunicación se trataba de una fuente de alta credibilidad y, en el otro grupo una fuente de baja credibilidad, a través de un cuestionario, los resultados indicaron que las fuentes de alta credibilidad invariablemente producen mayores cambios de actitud que de la fuente de baja credibilidad. los grupos recibían escalas de actitudes antes de ser manipulados experimentalmente, Zimbardo Y Ebbesen en 1969 reinterpretaban los datos obtenidos por Hovland, y Weisen 1951 y llegaron a la conclusión es un efecto que es un producto de la mayor credibilidad del comunicador en el sentido de promover un mayor cambio de actitud pero dicho efecto es muy reducido. A si que a mayor es el porcentaje de personas de cada grupo que percibe la fuente de la comunicación de alta credibilidad, mayor es la cantidad de cambio de actitud.

MODELO PERSUASIVO DE MCGUIRE

El modelo de McGuire 1969 hasta 1985 se ha centrado en los procesos que ocurren en el receptor en la comunicación persuasiva, postulando doce pasos del proceso de persuasión: exposición, atención, interés, comprensión, generalización de cogniciones relacionadas,

adquisición de habilidades relevantes, aceptación, memorización, recuperación, toma de decisión, actuación y consolidación postración.

Este modelo en que se basa McGuire basados en la escuela de Yale, más amplio. Este modelo ha sido reducido frecuentemente a dos factores que son recepción y aceptación para hacer un marco de referencia a la investigación en Psicología Social en el campo de la persuasión. Dando un mejor efecto de las distintas variables de un mensaje persuasivo y su efecto sobre alguno de los ejes de la teoría. El modelo de McGuire implica dos aspectos a considerar. Primero es que los diversos pasos o etapas dependen unos de los otros; el receptor deberá pasar por cada uno de los pasos si se quiere que la comunicación tenga su impacto persuasivo, es decir no hay comprensión sin atención, así como no hay aceptación sin comprensión. Lo segundo es que el efecto de una comunicación sobre el cambio de actitud puede comprenderse mejor si se analiza su impacto en cada etapa. Es así posible que ciertas características del mensaje o de la fuente tengan efectos positivos en unas etapas y negativos en otras. Esto se entenderá mejor en el caso del nivel intelectual del receptor, que aumentará probablemente la atención y la comprensión de un mensaje, pero no su aceptación.

MATRIZ INPUTS

Este modelo se basa en una serie de inputs o variables independientes que corresponden al modelo clásico de comunicación. Al mismo tiempo este modelo esta correlacionado con una serie de outputs o variables dependientes que no es otra cosa que etapas que debe seguir el proceso de persuasión. Para comprender el proceso persuasivo , es necesario responder a la cuestión clásica: quien dice que a quien, cuando y como (Petty y Priester, 1999, 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 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 especifico, 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 visual, impreso, visual revista. Finalmente el mensaje es presentado.
- En un contexto que puede ser desagradable o agradable, ruidoso, etc.

La investigación de la persuasión continúa siendo dominada por la respuesta cognoscitiva perspectiva. De hecho, la literatura actual es prácticamente desprovista de cualquier mención de afectar, emoción, o despertar. Sospechamos que el preeminente de cognoscitivo los modelos pronto serán desafiados por un interés renovado en construcciones de motivación. Tal cambio en énfasis es sugerida por una ráfaga de la nueva investigación que subraya el papel de la implicación personal en la respuesta de un recipiente del mensaje a una tentativa de la persuasión. Una tercera tendencia importante en la literatura ha sido el resurgimiento continuado de investigación en disonancia cognoscitiva. (Cooper, Robert T. Croyle 1984).

MODELO PROBABILIDAD Y ELABORACION. (Elaboration Likelihood Model “ELM”)

La posibilidad de la elaboración de un modelo de persuasión, era un modelo sobre los proceso responsable de contribuir a una comunicación persuasiva y es una ramificación de la aproximación a la respuesta cognitiva (Petty, Cols 1981). En los siguientes años 1986 Petty, Cacioppo elaboran un modelo en cual contribuye a los estudios de persuasión. Cuando introduce las dos rutas a la idea de la persuasión, la literatura en cambio de actitudes en este modelo las variables aparentemente simples tales como la credibilidad de la fuente del mensaje o estado afectivo de una persona que fue predicho para tener relativamente los efectos directo, que daban una complejidad, pero la implicación de las dos rutas y de una cantidad de variables que intervenían eran introducido para explicar los resultados complicados y confundidos obtenidos en acumulación de la literatura, y proporcionar un marco integrante de la cual más allá de investigación los resultados podrían estar entendido tan bien como las nuevas predicciones generadas.

El modelo limita un número finito de las maneras de las cuales las variables pueden afectar los juicios, y especifica cuando las variables adquieren estos papeles así como las consecuencias en resultar de estos diversos papeles. Es decir, el (ELM) es una modelo sobre los procesos subyacentes de cambio de actitudes hacia objetos, de las variables que inducen a estos procesos, y de la fuerza de la actitud dan resultando de estos procesos.

Mucho trabajo de la persuasión continúa siendo dirigido por Modelo Probabilidad y Elaboración (ELM) (Petty, Cacioppo 1986) y el modelo heurístico-sistemático (HSM) (Chaiken 1989). Estos modelos han mantenido probablemente su renombre sobre los últimos años, repasando los períodos en parte porque estas teorías abarcan los efectos de una multiplicidad de variables, de procesos, y de resultados de la persuasión.

En el ELM, la ruta central (escrutinio del alto-esfuerzo de actitud-relevante información)³ y ruta periférica (atajos menos esfuerzo a la actitud de evaluación ancla de los objetos)⁴ en este modelo la personas al final de una serie continua de la probabilidad de la elaboración en el cambio de actitud. Uniformemente aunque los procesos "centrales" aumentan el impacto mientras que la elaboración aumenta a través de la serie continúa y los procesos "periféricos" disminuyen el impacto como elaboración. Los aumentos del cambio de la actitud son determinados a menudo por los procesos central y el periférico (aunque mucha investigación anticipada procuró capturar uno o el otro cerca examinar las puntos finales de la serie continua) El HSM también acomoda el impacto común del proceso sistemático y heurístico de la activación de las actitudes. Organizando la revisión de la literatura del cambio de la actitud enfocándose primero en procesos (sistemáticos) centrales de la ruta y entonces en procesos periféricos, incluyendo el uso de la heurística. Después de esto, se centraron en el trabajo que tiene relevancia en los papeles múltiples que son fuente, mensaje, y las variables receptoras que juegan en los procesos de la persuasión.

Rutas centrales y periféricas hacia la persuasión

Ruta central, lleva una actividad cognitiva de esfuerzo mediante la cual la persona se refiere a su anterior experiencia y conocimiento a fin de escrutar cuidadosamente toda la información relevante para determinar los meritos centrales de la posición por lo que aboga (Petty, 1997). Ruta central, se da cuando el receptor intenta realizar una evaluación crítica del mensaje, para lo cual analiza detenidamente los argumentos presentados, evalúa sus posibles consecuencias y los pone en relación con sus conocimientos previos sobre el tema. Es, por lo tanto, una elaboración sistemática de pensamientos en serie sobre un mensaje (Petty y

³ El modelo que crítico e integrativo de los enfoques anteriores, proponiendo que al recibir el receptor el mensaje, éste puede ser analizado tanto de forma racional como de forma automática, o sea, guiada por algún heurístico.

⁴ Este modelo heurístico o sistemático por Chaiken y 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

Cacioppo, 1986). El mensaje receptor de la ruta central genera activamente pensamientos favorables o desfavorables como respuesta a la comunicación persuasiva, la cual es consistente con el acercamiento de respuesta cognitiva a la persuasión.

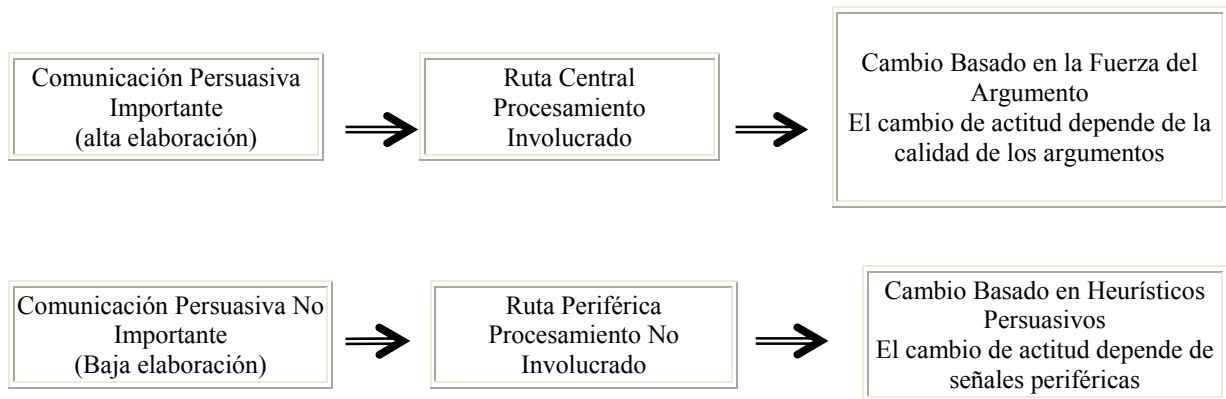
Cuando una persona esta motivada y es capaz de tomar la ruta central tiene la oportunidad de valorar cuidadosamente hasta que punto la comunicación aporta información fundamenta o central a los meritos percibidos de la posición por la que se ha abogado.

De modo parecido, la investigación ha demostrado que cuando algunas personas evalúan la publicidad de productos de consumo, su mayor preocupación es la de saber como afectara el uso de aquel producto a la imagen que proyectan, mientras que para otras personas esta dimensión carece de importancia. La investigación sugiere que una importante función de los medios en el terreno político es la de destacar ciertos aspectos sociales y políticos mas que otros.

Si la gente puede creer que ciertos asuntos tienen mayor importancia debido a su cobertura mediática extensiva, es razonable que estas dimensiones de juicio adquieran una mayor centralidad al evaluar los meritos de los candidatos políticos. La ruta central desemboca en una actitud que esta bien articulada e integrada en las estructuras de las creencias personales.

La ruta periférica, ocurre cuando el receptor carece de motivación o capacidad de realizar una evaluación detenida del mensaje. El procesamiento periférico describe el cambio de actitud que ocurre sin necesidad de mucho esfuerzo cognitivo en torno al contenido del mensaje y su emisor, canal, etc. En este caso las actitudes se ven más afectadas por elementos externos al propio mensaje, como el atractivo de la fuente o las recompensas por asumir cierta actitud. Este camino utiliza un procesamiento heurístico. (Petty y Cacioppo, 1986).

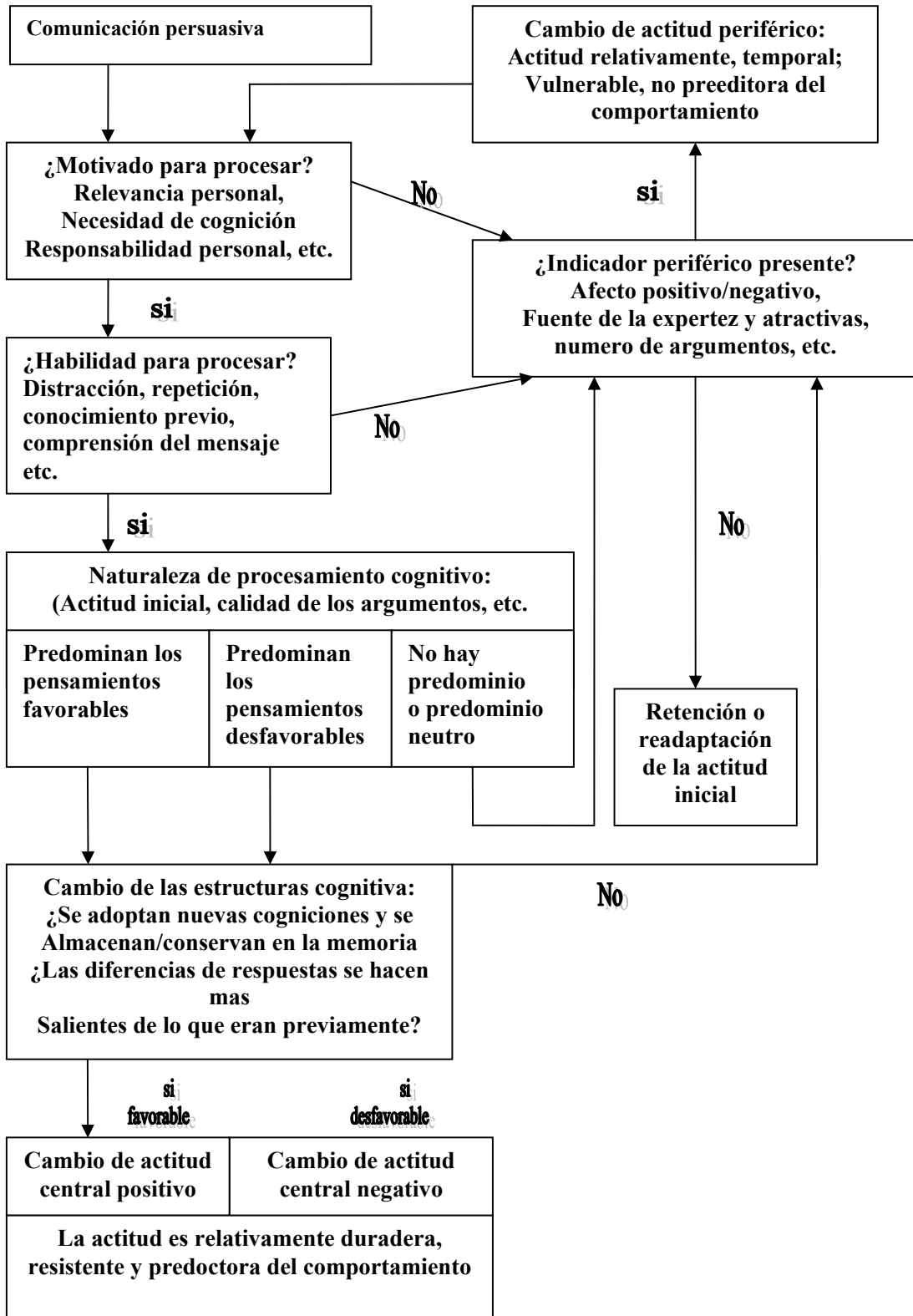
Modelo Petty y Cacioppo sobre la Probabilidad de la Elaboración



En este esquema nos muestra síntesis de las dos rutas del Modelo de Probabilidad de Elaboración, a través de los cuales hace énfasis en los dos elementos principales la motivación y la capacidad de elaboración que hacen las personas cambien su actitud a través de la información.

A continuación en la siguiente pagina se muestra el esquemas mas elaborado propuesto por Petty y Cacioppo, (1986) en el cual se presentan las dos rutas de la elaboración y la complejidad de los variable y condiciones que intervienen en los mensajes persuasivos en el cambio de actitudes introducido para explicar los resultados complicados obtenidos en acumulación de la literatura, y proporcionar un marco integrante el cual va más allá de investigación los resultados podrían estar entendido tan bien como las nuevas predicciones generadas.

MODELO DE PROBABILIDAD DE ELABORACION (Petty y Cacioppo 1986)



2.11.-POSTULADOS DE MODELO PROBABILIDAD Y ELABORACION

Postulado 1: El Postulado de la Corrección: Motivan a la gente para llevar a cabo actitudes correctas.

Por el supuesto, de (Festinger (1954) observó, que las actitudes no se pueden corregir en cualquier sentido absoluto. la corrección de su actitud es un gravamen subjetivo y puede ser basado en una amplia variedad de "evidencia." Festinger acentuó el grado en el cual gente a mirado las opiniones de otras como medios de juzgar la corrección de sus propias actitudes. Este proceso social de la comparación es una manera relativamente simple y fácil de juzgar la corrección. Pues veremos pronto, los asimientos del (ELM) abren un número de otras maneras de las cuales una persona pueda alcanzar una sensación corrección subjetiva de confianza. (Chaiken, Liberman, Y Eagly, 1989). El (ELM) asume eso en un nivel consciente, por lo menos, la gente desea llevar a cabo actitudes (evaluar juicios) que están correctos. Los expertos son más persuasivos que los que no expertos. Los mismos argumentos llevan mas peso y parecen tener toda la razón cuando los dicen personas que parecen saber de que están hablando que cuando lo dicen personas inexpertas. Es por este motivo que los anuncios de la televisión a menudo muestran expertos, con bata de laboratorio.

Postulado 2: El Postulado de la Serie continúa de la Elaboración Aunque la gente desea llevar a cabo actitudes correctas, la cantidad y la naturaleza de elaboración edición-relevante en a la cual ella puede estar dispuesta o a enganchar evaluar un mensaje varía con factores individuales y circunstanciales.

El postulado 2 reconoce que aunque la gente desea estar correcta, éste no significa que la cantidad de esfuerzo dedicada al pensamiento será constante a través de toda la gente y situaciones. Primero, considerar que como otros estados psicológicos, el motivo a ser correcta varía con factores individuales y circunstanciales. Por ejemplo, alguna gente tiene probablemente un mayor deseo de estar correcta que otras. En la adición, situaciones puede variar en el grado a el cual ella obtiene una motivación para estar correcta. Para ejemplo, si la mayoría de la gente tiene un mayor deseo de estar correcta cuando la edición es importante para ella, El postulado 2 reconoce explícitamente que una consideración de la "corrección" no es el único factor en el trabajo adentro determinación del grado del pensamiento. Por ejemplo, las consecuencias hedonistas del pensamiento también sean importantes.

Por lo que estas dos importantes condiciones son importantes: Cuando la motivación y la capacidad son altas, la voluntad de la gente se engancha probablemente al esfuerzo cognoscitivo considerable para evaluar el mensaje, cuando estas dos condiciones cumplen hay

mayor probabilidad de la elaboración ya que con base en su análisis extraiga inferencias acerca de los meritos de los argumentos y consecuencia derivé en una evaluación general de la recomendaciones de la actitud hacia el objeto, esta consideración se consideran en las dos rutas cualitativamente en la ruta central cuando la motivación y la capacidad para examinar los argumentos relevante al objeto actitudinal es relativamente alta, al contrario con una baja motivación y la capacidad para evaluar el mensajera gente que busca actitudes correctas hacia el objeto la información no relevante la cual sea guiada a ser procesada por un análisis superficial o heurístico. Cuando la motivación y la capacidad son bajas y las actitudes estarán determinadas por claves positivas y negativas existentes en el contexto persuasivo, claves estarán directamente asociadas a la posición del mensaje o a una realizar una inferencia simple para validarlo (Petty y Cacioppo, 1986).

Postulado 3: El Postulado Múltiple de los papeles las variables pueden afectar la cantidad y la dirección del cambio de la actitud cerca: a) porción como discusiones persuasivas, b) la porción como señales periféricas c) afectar grado o dirección de la elaboración de la edición y de la discusión.

El postulado 3 es quizás mal entendido, más que otro postulados del ELM. Primero, hace una distinción entre los procesos que rodea qué las variables que tienen un impacto en la persuasión. En segundo lugar, sugiere que cualquier variable pueda tener impacto en cambio de la actitud por más de un mecanismo. La discusión de cada uno de estas nociones alternadamente se central contra procesos periféricos del cambio de la actitud, una de las cosas importantes que postulan, se piensa hacer una distinción en medio de la discusión del procesos, y del los procesos de la señal. Es decir, los artículos de la información disponible en la situación de la persuasión (si proviene la fuente o el mensaje o el contexto o su propio sentido o consistencia), se podían sujetar al escrutinio y examinar la importancia adentro determinando el mérito de la posición apoyó. Según lo observado en discutir el postulado 2, este escrutinio de la información como aludes a las discusiones a lo largo de una serie continua y así podía ser máxima, moderada, o mínima. Además de esta variación cuantitativa en el tratamiento de la información como discusiones, sin embargo, el postulado 3 observa que una cierta información se puede tratar como señal periférica.

Las variables pueden afectar la cantidad y la dirección del cambio de actitud

Servir como argumentos persuasivos

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; es la cualidad del mensaje

lo que provoca la persuasión (Petty y Cacioppo, 1986). De acuerdo con los argumentos del mensaje los mensajes se clasifican en fuertes contiene argumentos cuyo carácter y contenido le permite a las personas pensar de manera favorable hacia el objeto que sería el foco central de la actitud y los mensajes débiles 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 efectivas o de sentido común que pueden actuar como claves y con ello afectar en la actitud resultante.

Claves periféricas: la ausencia de un procedimiento de los argumentos del mensaje, las personas se enganchan de señales periféricas que son propias del contexto de persuasión. Algunas claves afectan porque tocan estados afectivos que estuvieran asociados al objeto de la actitud; estimuladores reforzadores y castigadores se ha demostrado efectivos en este sentido. En este sentido las claves periféricas usadas son las del prestigio de la fuente o el atractivo de la fuente puede incrementar la credibilidad de la fuente sólo por su presencia, En general, las fuentes más atractivas poseen un mayor poder persuasivo, debido posiblemente en que logran mayor atención, también porque su atractivo puede influir en la fase de aceptación, pues el receptor pasa por un proceso de identificación, en el que puede querer desear actuar, pensar o verse como la fuente (Petty y Cacioppo, 1986).

Efecto en la persuasión: esta variable puede afectar la persuasión es determinar la dirección del procedimiento del mensaje. Las variables pueden afectar el procedimiento del argumento de dos formas procedimiento relativamente objetivo; 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 dirigida por los datos.

Procedimiento relativamente sesgado: la variable de tratamiento, motiva o permite al sujeto general una clase de pensamiento en respuesta al mensaje o bien, inhibir un tipo particular de pensamiento. La elaboración puede estar guiada por esquema actitudinal relevante que guíe el procesamiento y así mantener o fortalecer el propio esquema.

Postulado 4: El Postulado de Proceso objetivo de variables que afectan la motivación y/o la capacidad de procesar un mensaje relativamente en la manera objetiva puede hacer tanto realzando o reduciendo escrutinio del argumento.

El postulado 4 ha sido relativamente sobre controversial. Observa simplemente que influencia de algunas variables el grado del escrutinio de la información de una manera relativamente objetiva por lo diverso de los factores de la activación de la motivación (abarcando las

intenciones y las metas de una persona) y factores de la capacidad (que abarcan a una persona capacidades y oportunidades).

La noción en el postulado, las variables pueden influenciar la persuasión realizando o reduciendo la tratamiento de la información era una hipótesis dominante en ayudar a explicar cómo podría la misma variable de ambos aumentar y disminuir la persuasión. Por ejemplo, porque la distracción redujo la tratamiento de la información, inhibió cualesquiera pensamientos habría estado pensando una persona normalmente en ausencia de la distracción. Así, si una persona habría estado generando muchos pensamientos desfavorables porque el mensaje era altamente contrario a la actitud o discusiones y variedades contenidas, estos pensamientos desfavorables pueden ser reducidos y la persuasión de tal modo aumentó. Por otra parte, si la persona tendría generando muchos pensamientos favorables porque el mensaje tomó una posición altamente deseable o las discusiones que obligan contenidas, estos pensamientos favorables serían reducidas con la distracción y la persuasión sería reducida también.

Las variables que interviene que se a planteado por Petty y Cacioppo son las distracción, la repetición, involucramiento o relevancia personal y la necesidad de cognición.

Postulado 5: El Postulado de proceso en polarización negativa de las variables que afectan el proceso de mensaje de una manera relativamente en polarización negativa pueden producir un de motivación (desfavorable) positivo (favorable) o negativo y/o influir de la capacidad en los pensamientos edición-relevantes.

Mientras que el postulado 4 observó que algunas variables tienen un impacto en el pensamiento (elaboración), cerca influenciando el pensamiento de una manera relativamente objetiva, el postulado 5 reconoce que el pensamiento puede también ser en polarización negativa. Es decir, las variables apenas discutidas por ejemplo la distracción o la necesidad de la cognición, tienden a influenciar la actividad del tratamiento de la información de una manera relativamente objetiva, la distracción tiende a interrumpir cualesquiera pensamientos de una persona. La distracción por sí mismo no apunta específicamente un tipo de pensamiento (favorable o desfavorable) para impedir. Semejantemente, los individuos con la alta necesidad de la cognición son motivados para pensar en general que la gente con punto bajo en la necesidad de la cognición (Cacioppo 1983). Son no motivados para pensar ciertas clases de pensamientos sobre otros. Algunas variables, sin embargo, son selectivas en sus efectos sobre el pensamiento. Factores de motivación y de la capacidad en la influencia. Apenas como de motivación y capacidad los factores contribuyen a la información relativamente objetiva

procesando, el postular 5 observa que los factores de motivación y de la capacidad contribuyen al proceso en polarización negativa. Con respecto a la motivación, el (ELM) sostiene que la motivación es relativamente objetiva cuando ninguna a se prefiere el juicio a priori y una persona implícita o la meta explícita debe "buscar la verdad dondequiera que él pudo conducir "(pequeño y Cacioppo, 1986). En contraste, una influencia motivada puede ocurrir siempre que aumentar implícito o preferir explícitamente un juicio sobre otro. Petty y Cacioppo (1996) observó que la distinción de proceso de objetivo predispuesto tenía mucho en campo común con un cognoscitivo anterior distinción entre el fondo para arriba contra la tapa abajo que procesa. Mientras que el proceso objetivo tiende para ser datos conducidos (es decir, dibujando cualesquiera conclusiones implican los datos), el proceso en polarización negativa se dirige adentro por ejemplo manera en cuanto a favor un esquema existente de la actitud o una meta actual.

Petty (1994) limitó un número de explicaciones posibles para estos efectos reducidos del impacto. Para ejemplo, características de un mensaje que sirven como señales periféricas cuando la probabilidad de la elaboración es baja (atracción de la fuente, longitud de mensaje) pudo inicialmente ser eficaz bajo alta elaboración las condiciones también (conduciendo a una actitud tentativo favorable), la expertez de la fuente puede ser una clave periférica que permite la evaluación d la posición apoyada sin que haya necesidad de la argumentación relevante al teme en cuestión. La fuente es un determinante mas importante de la actitud de los sujetos con baja relevancia personal y contrariamente cuando se tiene alta relevancia personal la expertez de la fuente no tiene tanto impactos sobre la s actitudes el mayor peso esta en la calidad de los argumentos.

Postulado 6: El Postulado De la Compensación Como se disminuye la motivación y/o la capacidad de procesar discusiones, las señales periféricas determinantes relativamente más importantes convertidos de la persuasión. Inversamente, como se aumenta el escrutinio de la discusión, las señales periféricas se convierte en relativamente menos determinantes importantes de la persuasión.

El postulado 6 dice que como uno se mueve a lo largo de la serie continua de la elaboración, el impacto periférico de los procesos de la señal varía el impacto en las actitudes. Es decir, en los niveles bajos del escrutinio de la información, periféricos contara los procesos tales como identificación con la fuente, procesos de uno mismo como una opinión, uso de la heurística, el condicionamiento clásico, y así sucesivamente, tiene un mayor impacto en actitudes que en los altos niveles del escrutinio. Esencialmente, este postula una compensación entre el impacto de

procesos centrales y periféricos en juicios a lo largo de la serie continua de la probabilidad de la elaboración. Es decir, como el impacto de la ruta central los procesos en juicios aumentan, el impacto de los procesos periféricos de la ruta en disminuciones de los juicios.

Postulado 7: El Postulado de la fuerza de la actitud: Cambios de la actitud que resultan sobre todo de discusiones argumentos relevantes de proceso (ruta central) demostrará la mayor persistencia temporal, mayor predicción de el comportamiento, y la mayor resistencia a la persuasión contraria del cambio de actitud que resultado sobre todas las señales periféricas.

El postulado 7 sugiere la actitud se basa en el pensamiento de argumentos relevante considerable (final la elaboración) conduce a actitudes más fuertes que basando su actitud en el pensamiento poco edición-relevante (punto bajo la elaboración) por ejemplo ocurre cuando las actitudes cambian por la ruta periférica. Como Petty y Cacioppo (1986) explicado, este postulado se basa en la noción los procesos centrales de esa ruta del alto esfuerzo requerir generalmente el mayor esfuerzo cognoscitivo que procesos de la ruta periféricos, y en el caso de la edición-relevante el esfuerzo cognoscitivo se relaciona con los varios indicadores de la fuerza de la actitud (persistencia). Así, cuidadosamente el proceso de discusiones del mensaje conduciría a actitudes más fuertes que cuidadosamente procesando apenas una discusión (efecto cuantitativo), y cuidadosamente el proceso de apenas una discusión conducirían a actitudes más fuertes que menos esfuerzo completo basando su actitud en un heurístico saliente recuperado de la memoria, o una inferencia (uno mismo como opinión) generó en línea (efecto cualitativo). Porque la última predicción asume que eso el proceso de una discusión requiere mayor esfuerzo cognoscitivo objeto-relevante que usando uno heurístico o inferencia, esta comparación implica un cualitativo y a diferencia cuantitativa en la elaboración.

El individuo que se dedica a esta actividad de esfuerzo cognitivo ha sido tipificado como comprometido en un proceso sistemático reflexivo, minucioso, se ha demostrado que las actitudes cambiadas por la ruta central contienen un cierto numero de características que las distinguen , en especial se ha descubierto que son relativamente accesibles, persistentes a lo largo del tiempo, predecibles en su comportamiento y resistentes al cambio a menos que se vean desafiadas por información coherente adversa.

Cuando la motivación o la habilidad de una persona para procesar la información de un aspecto relevante es escasa, el acto de persuasión puede ocurre a través de una ruta periférica en la que unas pautas simples del contenido de persuasión influirán en las actitudes.

Los modelos de proceso duales del cambio de la actitud, cuando motivación o la capacidad de escudriñar la información actitud-relevante carece, un o más procesos periférico son probables determinar resultados de la persuasión. dentro de el marco del ELM, los

procesos periféricos incluye el uso de las reglas simples decisión (generado en línea o almacenado como heurística), procesos de condicionamiento, procesos exposición mera y otros procesos que no implican el escrutinio del méritos centrales del objeto de la actitud (Petty y Cacioppo 1986). Investigación reciente ha investigado una variedad de procesos periféricos, y ha demostrado a eso muchos de esos procesos es más probable funcionar cuando la motivación o la capacidad a escudriñar la información actitud-relevante son relativamente bajo.

Necesidad para la cognición

La necesidad de cognición fue definida en 1955 Cohel, Stotland y Wolfe planteaban como la necesidad estructura relevante situacional en forma significativo y manera de entregada, Cacioppo y Petty en 1982 desarrollan la escala de necesidad de cognición, en Cacioppo, 1984, 1986 desarrolla el instrumento para evaluar el constructo con la finalidad de distinguir a los individuos que procesan una actividad analítica alta (gusto por el esfuerzo cognitivo) y los individuos que procesan una actividad analítica baja (poco involucramiento analítico, personas con un poco esfuerzo cognitivo).

Cacioppo y Petty (1982) definen la necesidad de la cognición como tendencia a atraer interiormente y gozar el pensar. Cuando la motivación de los individuos es alta en la necesidad de la cognición para elaborar un cambio de actitud en un mensaje cuidadosamente se escudriñar y se tomaran muchos esfuerzo cognitivos, mientras que sus contrapartes la necesidad de la cognición baja no están generalmente dispuestas para dedicar muchos de recursos cognoscitivos al procesar un mensaje y es más probable utilizar el proceso heurístico.

En una revisión de (Petty, Wegener y Fabrigar 1997). la investigación reforzó la visión de como de la gente en la necesidad de la cognición capta mayor un mensaje que procesa desde un punto bajo en la necesidad de la cognición (Cacioppo,1996)(Haugtvedt, 1992 en Petty y Cols, 1997) encontrado que la alta necesidad de cognición de los individuos fue influenciada más por discusiones substantivas en el mensaje, e influenciadas menos por el señales periféricas a los individuos bajos en la necesidad de la cognición. Por lo cual la necesidad de cognición tiene un sentido en la discusión como variable mediadora entre una relación alta de los argumentos y la opinión de los individuos con el gusto por disfrutar el pensamiento y su análisis (alta necesidad de cognición).

Necesidad de Afecto

La necesidad de afecto es una escala de medida motivacional donde los individuos se acercan o evitan a las emociones que inducen a situaciones (Maio, Esses 2001) dado que la confianza común sobre el afecto contara con una alta consistencia. Evaluación Afectiva ha comprobado que se asocia con una alta necesidad de afecto. Los individuos con mas alto nivel llegan a implicar emociones sobre lo cognitivo.

Bienestar subjetivo.

El Bienestar subjetivo, el cual de acuerdo con Diener (2002) distingue dos componentes de este término: El componente afectivo que es de índole individual (actuado o percibido, referente a la preponderancia relativa de la experiencia emocional placentera sobre la no placentera o desagradable) y que es denominado balance afectivo (el balance entre el placer y el displacer); y el componente cognitivo referente a la satisfacción individual con la vida (la evaluación de la propia vida en concordancia con determinados estándares subjetivos, es decir un juicio global acerca de la propia vida). En conclusión los dos principales componentes del Bienestar Subjetivo son la Satisfacción con la vida y el Balance de los Afectos.

MÉTODO

Capítulo III

Nadie cree una hipótesis salvo su creador, pero todos creen en un experimento, excepto el experimentador
W. I. B. Beveridge

3.1.-Planteamiento del problema

Por medio de los anteriores capítulos se ha visto que las dietas son la principal causa por la cual las adolescentes comienzan con un trastorno de la alimentación como la anorexia o la bulimia, la edad más favorable para que se desarrolló es entre los 15 a 18 años de edad, hay indicios que muestran que en escuelas públicas ha crecido este problema es decir tienen una actitud favorable a realizar dietas para tener un cuerpo esbelto, por lo consiguiente esta relación contraria que exista en como basan lo que sienten y como piensan en estos problemas es decir la actitud de base cognitiva y la de base afectiva, será lo que incida en el cambio de actitud.

3.2.-Pregunta de investigación

¿Qué elementos, intervienen en la estructura de la actitud entre la base afectiva y la base cognitiva intervienen en el cambio de actitud con respecto a las dietas para tener un cuerpo esbelto en las adolescentes de nivel preparatoria?

Preguntas específicas

¿La diferencia entre las bases de la actitud afecto, cognición, es lo que lleva a las adolescentes a un conflicto sobre el cambio de actitud de las dietas para tener un cuerpo esbelto?

¿Cuál sería la actitud de las adolescentes hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto en circunstancias de motivaciones para elaborar un cambio de actitud?

¿Como afecta la necesidad de cognición a la estructura de base de la actitud (afecto, cognición) hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto?

¿Como afecta la necesidad de afectiva a la estructura de base de la actitud (afecto, cognición) hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto?

¿Como afecta el bienestar subjetivo a la estructura de base de la actitud (afecto, cognición) hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto?

3.3.-Hipótesis

Hipótesis de investigación general las actitudes de base afectivas predominaría sobre la actitudes de base cognitivas en la determinación actitud final en las dietas que llevan a un cuerpo esbelto y los trastornos de alimentación en mujeres adolescentes. Lo afectivo y cognoscitivo de las bases de actitudes llega a ser importantes para delinear la manera de la cual estos dos tipos de información actitudinal actúan en el cambio de actitud.

Hipótesis específicas

- Las mujeres adolescentes tienen una actitud favorable hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto en los trastornos alimentarios (anorexia).
- Las actitudes hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto son de ambivalencia (actitud base afectiva versus actitudes base cognitivas).
- La motivación de la informaron afectiva es mas alta para elaborar un cambio (asociación de emociones hacia el objeto) de las adolescentes con respecto a su actitud en los trastornos alimentario.
- La información afectiva lleva a cambio de actitud central y no necesariamente por la ruta periférica.
- El cambio de actitud esta mediado por las variables independientes en su interacción o por cada una de ellas: relevancia personal, expertez de la fuente y el tipo de mensaje.
- La necesidad de cognición tiene un efecto moderador sobre el cambio de actitud hacia las dieta para tener un cuerpo esbelto en las adolescentes.
- La necesidad afectiva tiene un efecto moderador sobre el cambio de actitud hacia las dieta para tener un cuerpo esbelto en las adolescentes.
- La orientación cultural tiene un efecto moderador sobre el cambio de actitud hacia las dieta para tener un cuerpo esbelto en las adolescentes.

- El bienestar subjetivo tiene un efecto moderador sobre el cambio de actitud hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto en las adolescentes.

3.4.-Objetivos

Reconocer si la estructura de la base de la actitud (afecto, cognición) como su medición tiene efecto relevante para la formación de la actitud de las adolescentes hacia las dietas así como en su cambio.

Objetivos

- Obtener una medición válida y confiable de la estructura de la actitud. (Base afectiva de la actitud y base cognitiva de la actitud).
- Conocer las principales fuentes de actitud que elaboran un adolescente para un cambio de actitud
- Conocer cómo se da la información afectiva en los adolescentes de preparatoria lo lleva a actitudes de riesgo realizando dietas para adelgazar.

3.5.- Definición Conceptual

3.5.1.- Variables Dependientes

Actitudes de base Afectivas

Son la valencia sumada de emociones y de sensaciones específicas que se asocian al objeto de actitud. (Giner Sorolla, 2004).

Actitudes de base Cognitivas

Evaluaciones sumarias de objetos a lo largo de una dimensión que se extiende de positivo a la negativa (Petty 1994). Además que no tiene implicaciones emocionales (Giner Sorolla, 2004).

Creencia hacia las dietas. Es el conocimiento falso o verdadero que se tiene de un objeto del mundo social.

Personas que construyen sus actitudes versus cognitivo

Es la diferencia en grado en que las actitudes afectan generalmente en la base cognitiva, Algunos individuos pueden tener actitudes basadas en lo cognitivos (es decir, con la favorabilidad de sus creencias).

Personas que construyen sus actitudes versus afecto

Es la diferencia en grado en que las actitudes afectan generalmente en la base afectiva, Algunos individuos pueden tener actitudes basadas en los afectos (es decir, con la favorabilidad de sus sentimientos).

3.5.2.-Variables Independientes

Tipo de Información

Información afectiva

Los recursos que apelan es a la afectividad, sentimientos, valores y emociones del receptor, buscando influir a través de las vivencias afectivas y experiencia emocionales, que validarán el mensaje además por su contenido, el cambio de actitud será por la evocación que este provoca.

Información cognitiva

Los recursos pretende aumentar la efectividad del mensaje por medio de la argumentación lógica o de la presentación de evidencias, buscando la persuasión a partir de la deducción que hará el receptor a partir de elementos que se le entregan o de principios generales que él ya acepta, el cambio de actitud por evidencias empíricas que apelan a la lógica.

Relevancia personal

Es el nivel de importancia intrínseca que otorga un sujeto al objeto. (Petty, 1986), es decir es grado de implicación que el receptor tenga sobre el contenido del mensaje.

Expertez de la fuente

Es el nivel de renombre, que el receptor tenga sobre la fuente que emite el mensaje, es decir refiere si receptor considera que la fuente tiene experiencia, si está informada o calificada en lo que dice, lo asume como personaje conocido o de prestigio que sabe sobre el tema.

3.5.3.-Covariables

La necesidad de afecto

Es una escala de medida motivacional de los individuos de acercarse o evitar a las emociones que inducen a situaciones (Maio, Esses 2001) dado que la confianza común sobre el afecto contara con una alta consistencia de asociación Afectiva ha comprobado que se relaciona con una alta necesidad de afecto. Los individuos con mas alto nivel llegan a implicar emociones sobre lo cognitivo.

La necesidad de cognición

Es una escala de disposición motivacional donde los individuos tienen actividad analítica y estructurada frente a una situación (Petty y Cacioppo, 1992) es decir una tendencia a buscar y disfrutar el esfuerzo cognitivo.

Bienestar subjetivo

Diener (2002) distingue dos componentes de este término: El componente afectivo que es de índole individual (actuado o percibido, referente a la preponderancia relativa de la experiencia emocional placentera sobre la no placentera o desagradable) y que es denominado balance afectivo (el balance entre el placer y el displacer); y el componente cognitivo referente a la satisfacción individual con la vida (la evaluación de la propia vida en concordancia con determinados estándares subjetivos, es decir un juicio global acerca de la propia vida).

3.6.-Definiciones Operacionales

Actitudes de base Afectivas

Son asociaciones basadas desfavorables o favorables a las emociones y sensaciones que hacen las adolescentes implican hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto.

Actitudes de base Cognitivas

Son evoluciones desfavorables o favorables que son basadas en evaluaciones hacia las dietas que hacen las adolescentes para tener un cuerpo esbelto.

Relevancia personal

Es grado de implicación de las adolescentes tenga sobre el contenido del mensaje, es decir la importancia que tiene para las mujeres adolescentes que se involucren en el tema de las dietas que influyen en los trastornos alimentario.

Expertez de la fuente

Es la importancia que tiene para los adolescentes el personaje que le comunica el mensaje en dos sentidos alta credibilidad y baja credibilidad de la fuente. Que depende reconocimiento que tiene sobre el tema y su prestigio.

La necesidad de afecto

Es una escala que distingue la implicación que tiene las personas a rechazar situaciones emocionales o a la búsqueda de situaciones que impliquen situaciones emocionales.

La necesidad de cognición

Es una escala que distingue la implicación que tiene las personas por el gusto por analizar, pensar y reflexionar situaciones sobre las que tiene en menor nivel de resolución de problemas.

Bienestar subjetivo

Los dos componentes del Bienestar Subjetivo son la Satisfacción con la vida y el Balance de los Afectos. El primero es juicio o evaluación acerca de la propia vida, en el que se contrasta las aspiraciones o expectativas con la situación real o los logros obtenidos, el segundo es también se compara el estado anímico presente con el deseado

3.7.-Participantes:

La muestra consistió en 226 mujeres adolescentes de bachillerato del Colegio de Ciencias y Humanidades plantel oriente, con una edad promedio de 17 años de edad, los sujetos fueron contactados en nueve grupos que cursan el quinto semestre de bachillerato de la materia de filosofía, los sujetos fueron seleccionados de acuerdo a las características que el estudio requería; población cautiva, la edad, y el grado de estudio.

La edad vario entre los 16 años a 20 años de edad, 2 de 19 años y una de 20 años y la mayor parte de la muestra entraba en el rango que va de los 16 años a los 18 años, el 15.5% reporto tener 16 años, el 76.5% reporto tener 17 años, y el 6.6% reporto tener 18 años de edad.

3.8.-Historia Encubierta

La historia encubierta es una clase de engaño que se hace con frecuencia en la investigación experimental para controlar la reactividad del sujeto. En donde no se revela del todo el propósito de la investigación, siempre tomando en cuenta la norma ética para el investigador.

Se contacto a las autoridades del Colegio de Ciencias y Humanidades plantel oriente, para su autorización a la aplicación del la investigación, enseguida se contacto a diez grupo de filosofía del quinto semestre de bachillerato, se explico antes a los profesores el objetivo de la investigación y de la historia encubierta; consistiendo en decirles que pertenecíamos a una Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa de la carrera de Ingeniería en

Alimentos en colaboración con una ONG de salud y productos naturales que promovía investigaciones en alimentos naturales. Este argumento fue comentado a los diez grupos por igual, incluyendo en los tres cuestionario el logo de ONG y de la Universidad así como el nombre de cada una, ver en anexo 1.

Resultado Historia Encubierta

Al final de la tercera aplicación se les agradeció su participación y se les explico la historia encubierta, se le dijo que no existía la ONG y que éramos de la Universidad Autónoma Metropolitana pero no de Ingeniería en alimento, que pertenecíamos a la carrera de Psicología Social, y que realizamos una investigación sobre creencias y actitudes hacia las dietas para adelgazar, la historia funciono fue creída por los encuestados ya que su expresión y sus comentarios acerca del engaño fue expresada, tanto verbalmente como no verbal.

3.9.-Diseño Experimental del Estudio

En el presente estudio en el cual se tomaron en cuenta tres variables que fueron manipuladas en el diseño experimental factorial:

- Relevancia Personal
- Expertez de la Fuente
- Tipo de Mensaje

Además de tres covariables que pueden incidir o no en el proceso:

- Necesidad de cognición
- Necesidad afectiva

Las siguientes una covariables aunque no afectan a la variable dependiente nos permiten relacionar con estudios donde muestran que el bienestar y la cultura pueden incidir en su comparación de los sujetos.

- Bienestar Subjetivo

El diseño experimental factoría 2(Relevancia Personal) X 2(Expertez de la Fuente) X 2(Tipo de Mensaje) con tres covariables Necesidad de Cognición, Necesidad afectiva, Bienestar Subjetivo.

Variable Dependiente: Actitud de Base Cognitiva

	Tipo de Mensaje							
	Mensaje Afectivo				Mensaje Cognitivo			
	Fuente Baja		Fuente alta		Fuente Baja		Fuente alta	
	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal
Grupo Experimental	1	2	3	4	5	6	7	8
Cambio Esperado	-	+	-	+	-	+	-	+

Variable Dependiente: Actitud de Base Afectiva

	Tipo de Mensaje							
	Mensaje Afectivo				Mensaje Cognitivo			
	Fuente Baja		Fuente alta		Fuente Baja		Fuente alta	
	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal	Baja Relevancia Personal	Alta Relevancia Personal
Grupo Experimental	1	2	3	4	5	6	7	8
Cambio Esperado	+	+	+	+	-	-	-	-

3.10.-Instrumento

Se aplicaron tres cuestionarios en tres etapas:

El pre-test, el pos-test (inmediato) y pos-test (diferido) en donde estaban incluidos una serie de instrumentos además de datos generales Numero de cuenta o nombre que identifique, edad, peso, altura, numero de hermanos, posición que ocupa en cuanto a hermanos, así como si ha hecho dietas, hace actualmente dietas, religión familiar e ingreso familiar económico, cada uno de estos tubo un lapso de siete días después de cada aplicación.

Se construyo y valido el instrumento de creencias hacia hacer dietas para tener un cuerpo esbelto, que costo de 25 reactivo quedando al final 19 reactivos que se agruparon en dos factores: factor 1 Agrado por las dietas, factor 2 métodos alternativos a las dietas, y otros

que cargaban en la matriz no rotada en su segunda aplicación en el pos-test se cambio aleatoriamente los reactivos, se revirtió la escala de preguntas y se cambio el diseño del formato de la escala.

El instrumento estaba formado por reactivo tipo Likert que iba de 1 totalmente de acuerdo a 7 totalmente en desacuerdo.

Se construyo y valido una escala diferencial semántica que media la evaluación y otra que media el como se sentirían haciendo una dieta para tener un cuerpo esbelto de 7 Adjetivo cognitivos para la base cognitiva de la actitud con un rango de 1 a 7 y otra de 8 adjetivos afectivos para la base afectiva de la actitud con un rango de 1 a 7. Basadas en Crites 1994, Huskinson y cols 2003. Además de otro objeto actitudinal (acudir a el nutriólogo) medido como el objeto anterior.

Se construyo y valido un instrumento de 21 reactivo de factores psicosociales asociados a las dietas de 5 opciones de respuesta 1 totalmente en acuerdo a 5 totalmente en desacuerdo, y otro que media ansia corporal y social de 5 opciones de respuesta de 1 muy frecuente a 5 nunca indicando que tan frecuentemente te pasan las siguientes situaciones.

Se utilizo la escala de necesidad de cognición, (Cacioppo y Petty, 1982) retomando la escala tipo Likert de 24 reactivos con 5 opciones de respuesta de No me pasa/ No se aplica a mi a Siempre me sucede/Se aplica a mi totalmente (Contreras-Ibáñez, Correa y Saldivar, 2002) que permitiría medir la necesidad de cognición (la posibilidad de estar pesando en el mensaje, la relevancia y la fuente) en el experimento.

Se utilizo la escala de necesidad Afectiva Maio y Esses (2001) se utilizo una traducción de manera literaria y después por medio de juez se adapto al español, se piloteo para ver que se entendieran los reactivos. La escala tipo Likert de 31 reactivos con 7 opciones de respuesta de 1 totalmente en desacuerdo a 7 totalmente de acuerdo. La escala que evaluaba la posibilidad motivacional de estar sintiendo o evitando las emociones al leer el mensaje afectivo.

Se aplicó un cuestionario que contenía 2 secciones: Siguiendo la metodología probada internacionalmente por Diener (2002) la primera parte media el componente cognitivo Satisfacción vital, la cual incluía cinco reactivos cada uno con siete opciones de respuesta (de 1 totalmente en desacuerdo a 7 totalmente de acuerdo); adicionalmente y como parte de otra investigación en ésta misma sección se midieron juicios de satisfacción vital referente a dominios de vida

específicos como lo son: el familiar, escolar o trabajo, de relaciones amistosas y relación de pareja .La segunda parte midió el componente afectivo Balance Afectivo, en el cual utilizó una escala tipo diferencial semántico de siete puntos compuesto por 10 emociones bipolares, estas emociones fueron retomadas de las escala de Anguas (2000), con instrucciones de evaluar el estado de ánimo reciente específicamente en las últimas dos semanas.

Cada uno tenía Instrucciones y un ejemplo que para facilitar su resolución.

<p>Pre-test</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preguntas sobre dietas ○ Instrumento sobre creencias sobre las dietas para tener un cuerpo esbelto. ○ Instrumento de factores asociados a las dietas. ○ Instrumento de base de actitud hacia las dietas (afectivo-cognitivo) ○ Instrumento de necesidad de cognición. ○ Instrumento de necesidad afectiva
<p>Post-test Inmediato</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mensaje persuasivo en contra de la dietas en ocho diferentes versiones: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Baja relevancia, Baja expertez y mensaje Afectivo ➤ Alta relevancia, Baja expertez y mensaje Afectivo ➤ Baja relevancia, Alta expertez y mensaje Afectivo ➤ Alta relevancia, Alta expertez y mensaje Afectivo ➤ Baja relevancia, Baja expertez y mensaje Cognitivo ➤ Alta relevancia, Baja expertez y mensaje Cognitivo ➤ Baja relevancia, Alta expertez y mensaje Cognitivo ➤ Alta relevancia, Alta expertez y mensaje Cognitivo ○ Instrumento de base de actitud hacia las dietas (afectivo-cognitivo) ○ Instrumento de creencias hacia las dietas
<p>Post-test Diferido</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Instrumento de bienestar subjetivo ○ Instrumento de base de actitud hacia las dietas (afectivo-cognitivo). ○ Datos Generales

Nota cada uno se realizo con 6 días plazo de el anterior partiendo del pre-test.

3.11.-Procedimiento

Se realizo una visita al plantel para observar la población y determinar las características de los sujetos en el estudio, Se procedió a solicitar el permiso a la coordinador de servicios estudiantiles y al coordinador de ciencias sociales, autorizando el permiso para la aplicación, se accedió a las listas y horarios de los grupos retomando 9 grupos al azar naturales en que se impartía la clase de filosofía, y se solicito a cada profesor su autorización para la aplicación de los tres cuestionarios durante su clase.

Los cuestionarios en su encabezado llevaban la leyenda y el logotipo de la Universidad Autónoma Metropolitana Ingeniería en Alimentos, y otro de una ONG de Salud y productos natural,(véase en anexos).

Cuando se llegó al salón a todos se les dijo “Buenos días Somos una ONG que promueve el campo de salud y el desarrollo sobre algunos productos alimentarios, el objetivo de esta organización es de promover productos de las universidades con nuevos desarrollos en el campo de la nutrición. Esta investigación tiene por objetivo saber ciertas opiniones que se tiene hacia los productos naturales y los productos comerciales y su relación con su uso. Te pedimos responder de manera sincera el siguiente cuestionario. No es un examen, así que no hay respuestas correctas o incorrectas, sólo nos importa tu opinión personal. Al finalizar se le dio las gracias y se reviso que hayan puesto su número de cuenta o nombre.

En la siguiente vez pasaron seis días y se regreso comunicándoles que teníamos una información que era necesario que lo leyeran y contestaran lo siguiente se les repartió un cuestionario en la primera hoja tenia un mensaje, todos los mensajes eran similares pero con diferencia en las ocho distintas versiones, así que no se dio cuenta uno de otro, los sujetos respondieron en silencio, mediante una vigilancia constante de los dos encuestadores y de los profesores que permanecieron en el salón, para evitar distracciones que se copiaran o que leyeran la información de su compañero situación que se logro con aceptación.

Por ultimo se regreso seis días después se les dijo que era el ultimo y la importancia que tenia que lo contestaran que era necesario que pusieran el numero de cuenta o el nombre que habían puesto en los anteriores, al termino de este se dieron las gracias y se procedió a informar de no éramos de una ONG ni de ingeniería en alimentos que éramos de psicología social e informar la importancia de lo que se pretendió por lo que la historia encubierta que tuvo un buen funcionamiento.

3.12.-Material

El primer cuestionario estaba formado por 4 hojas tamaño carta engrapadas y con folio. El segundo y tercer cuadernillo estaba formados por dos hojas tamaño carta engrapadas y foliadas

3.13.-Análisis

Se capturo en excel para evitar errores de captura, Se realizaron análisis de frecuencias por escala para evitar que hubiese errores de captura, y para revisar la tendencia sociodemográficas, se realizaron análisis de factores exploratorio vía componentes principales, con rotación varimax para cada escala la confiabilidad se obtuvo con formula alfa de Cronbach. Se realizaron pruebas t para analizar diferencias entre dos grupos y análisis de varianza ANOVAS de una vía con contraste pos-hoc (Sheffe).

Para las Muertes experimentales se corrió descriptivas y listados para la revisión de cada condición de las variables independientes manipuladas: alta y baja relevancia, alta y baja expertez así como mensaje afectivo y cognitivo, se realizaron histogramas para el punto de corte de cada variable y se computaron las variables para declarar las muertes experimentales así como la activación de los que cumplieron con la condición.

Se realizaron análisis de Varianza factorial para cada una de las variables dependientes, (actitud de base afectiva y actitud de base cognitiva) se conocer el comportamiento de las variables independientes así también para determinar si existe intervención de cada una de las covariable.

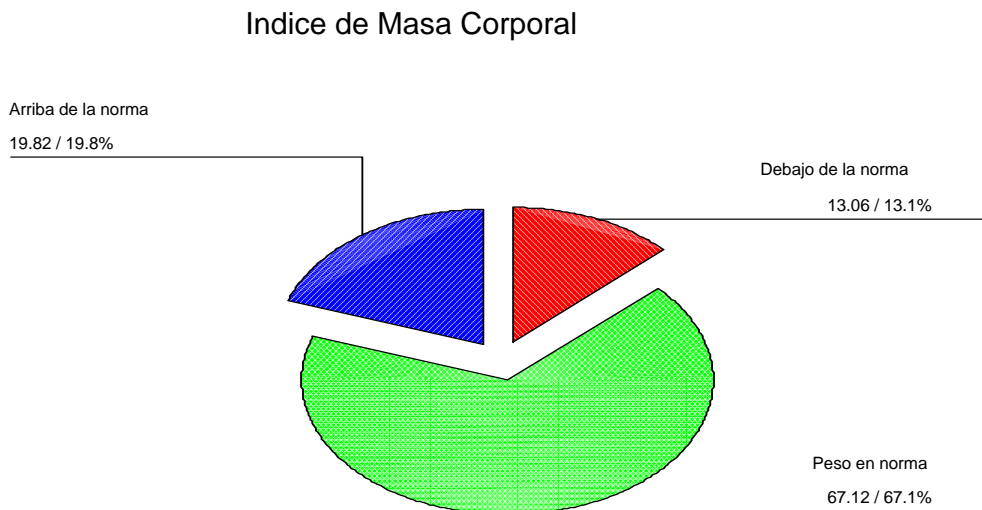
Resultados

Capitulo IV

El razonamiento estadístico será algún día tan necesario para el cuidado eficiente como la habilidad para leer y escribir
H. G. Wells

4.1.-Datos sobre las dietas en adolescentes de bachillerato.

En las repuestas se observo que del 100% (226 de las adolescentes de bachillerato) el 44% (99 de las ellas) había realizado una dieta, y que el 18% (42 de las jóvenes) decía realizarlas actualmente, por lo cual al expresar las dietas mas comunes son: la de la luna, fruta, ayunos, entre otras y reportaron otro tipo de dietas como desayunar y cenar cereales no comer tortilla o pan y entre otras alimentos que no comían. Al calcular el índice de masa corporal que su formula es $\frac{\text{altura}^2}{\text{el peso}}$ y su rango es menor a 18 problemas de falta peso 18 a 25 peso normal y mayor a 25 problemas de sobrepeso. Los resultado no dicen que el 13.1% 29 personas están por debajo del peso normal, el 74.8 esta en la norma y el 12.2 esta por arriba de la norma.



Por lo que las dietas no son del todo expresadas por la medida del índice de masa corporal por lo que se necesita mayor predicción en la búsqueda del diagnostico de la conducta hacia este tipo de dietas restrictiva.

4.1 Validación de las Escalas

Se realizó el análisis factorial para la escala de Creencia hacia las dietas en donde se obtuvieron 6 factores debido a su unidimensionalidad, cargaban en la matriz de componentes principales, debido a esto se corrió un segundo factor que convergió en 3 interacciones y se obtuvieron 2 factores, su varianza explicada total fue 49.67% y un segundo factor para los ítems que no cargaban en la de matriz componentes principales al correr convergió en 5 interacciones, se obtuvieron 3 factores explicando el 54.56% de la varianza total, en la tabla uno se muestra los factores que se presentaron en la matriz no rotada. Su varianza explicada y su confiabilidad.

Tabla 1: Escala de creencias hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto

Factor 1: Agrado por las dietas Confiabilidad 1^{er} factor=.81 Varianza explicada=26.42	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
Considero adecuado seguir una dieta para tener un cuerpo esbelto	3.97(1.93)	.827
Para mi es agradable el hacer dieta para tener un cuerpo esbelto.	3.45(1.79)	.771
Para mi es una un éxito el hacer una dieta que me haga tener un cuerpo esbelto.	3.51(1.90)	.691
El hacer una dieta para tener un cuerpo esbelto es solo perdida de tiempo.	4.48(1.74)	.686
Me provoca gusto el que haya dietas para tener un cuerpo esbelto que me den resultados rápido y que no impliquen esfuerzo.	3.19(1.95)	.604
Considero que el cuidar la cantidad calorías al ingerir alimentos es lo adecuado para hacer una dieta para tener un cuerpo esbelto.	4.44(1.18)	.459
Factor 2: Métodos alternativos a las dietas Confiabilidad 2^o factor=.82 Varianza explicada=23.25	Media Desviación Standard	Carga factorial
Creo que son mas fáciles otro métodos dietéticos para tener un cuerpo esbelto que el acudir con el medico	2.11(2.59)	.729
La única forma de tener un cuerpo esbelto es tomando pastillas o diuréticos para acelerar los resultados de una dieta.	1.63(1.31)	.706
Son adecuados para mí los productos dietéticos que venden en la televisión para tener un cuerpo esbelto como las modelos, que lo anuncian.	1.95(1.45)	.677
Creo que me convienen las dietas que están en las revistas de modas o espectáculos para tener un cuerpo esbelto.	2.18(1.52)	.628
Es bueno tener un cuerpo esbelto, aunque tenga que sufrir dejando de comer.	2.07(1.71)	.567
Considero buenas las dietas recomendadas por mis amigas para tener un cuerpo esbelto.	2.31(1.49)	.560
Creo que las dietas son horribles, pero necesarias para tener un cuerpo esbelto.	3.29(1.82)	.505
Para mi una dieta adecuada es cuando ingiero poca comida y mucha agua.	2.58(1.76)	.413

Nota: Análisis con los que cargan (>.4) en 1er factor no rotado.

En la tabla dos se muestra los factores que se no presentaron en la matriz no rotada. Su varianza explicada y su confiabilidad

Tabla 2: Escala de creencias hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto

Factor 3: Disposición desfavorable a las dietas. factor=.60 Confiabilidad 3^{er} Varianza explicada=20.40	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
Considero inadecuadas todas las dietas para tener un cuerpo esbelto	4.17(1.76)	.778
Considero que las dietas no me sirven solo son para las personas que tienen mucho peso.	3.35(1.82)	.746
Considero que el hacer dietas no es adecuado ya que hay otras formas más rápidas para tener un cuerpo esbelto.	4.17(1.89)	.682
Las dietas para bajar de peso pueden llevarme a tener problemas	5.28((2)	.449
Factor 4: Riesgo hacia las dietas. factor=.44 Confiabilidad 4^o Varianza explicada=17.46		
La única forma de que tenga un cuerpo esbelto que me guste es produciéndome el vomito para acelerar los resultados de una dieta.	1.32(1.05)	.809
La única forma de tener un cuerpo esbelto es comprando productos light para complementar una dieta.	1.93(1.35)	.682
Estoy en desacuerdo con las dietas que me llevan demasiado tiempo para tener un cuerpo esbelto.	3.56(1.83)	.488
Factor 5: Aflicción hacia las dietas. factor=.59 Confiabilidad 5^o Varianza explicada=16.69		
Me tensa hacer una dieta que me haga sentir un cuerpo esbelto.	3.59(1.79)	.816
Me aflige el hacer dietas para bajar de peso, para tener un cuerpo esbelto.	3.45(1.91)	.754

Nota: Análisis con los que no cargan en 1er factor no rotado.

La escala no rotada se corrió para obtener otros factores e ítem en los cuales las creencias que se asocian hacia las dietas con respecto a la base de la actitud.

La primera columna de la tabla 1 y 2 muestra el contenido del reactivo de la escala aplicada; la siguiente indica el promedio y desviación estándar de cada reactivo, donde 1= Totalmente en desacuerdo y 7 = Totalmente de Acuerdo; la tercer columna señala la correlación de cada reactivo con su factor.

Escala de bases cognitiva de la actitud

En cuanto al análisis factorial para la base cognitiva de la actitud hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto, convergió en un componente de extracción y se obtuvo un factor que daba cuenta de del 68.22% de la varianza total, con una confiabilidad .92, por lo cual da coherencia conceptual de la base cognitiva de la actitud. En cuanto al análisis factorial para la base afectiva de la actitud hacia la dietas para tener un cuerpo esbelto, convergió en un componente de extracción y se obtuvo un factor que daba cuenta de del 67.79% de la varianza total, con una confiabilidad .93, por lo cual da coherencia conceptual de la base cognitiva de la actitud. En cuanto la escala contaba con una opción de respuesta de 1 a 7 donde 1 era un adjetivos que evaluaba desfavorable las dietas para tener un cuerpo esbelto a 7 adjetivos que evalúan favorable las dietas para tener un cuerpo esbelto. Ambas escalas fueron validadas y confiabilizadas.

Tabla 3: Factores de las escalas de bases cognitiva y afectiva de la actitud hacia las dietas para adelgazar

	%Varianza explicada	67.79%	68.22%
Confiabilidad		.93	.92
Media del factor		4.19	3.92
Desviación estándar		1.18	1.26
Actitud de base Afectiva			
Jubilosa - Afligida	4.24(1.28)	.868	
Disgusta - A gusta	4.43(1.49)	.851	
Plácida - molesta	4.32(1.38)	.843	
Enojado - Relajada	4.34(1.35)	.834	
Triste - Alegre	4.36(1.40)	.833	
Animada - Abatida	4.43(1.37)	.830	
Tensa - Calmada	3.88(1.50)	.804	
Querida - Odiosa	4.34(1.25)	.717	
Actitud de base Cognitiva			
Bueno - malo	3.63(1.42)		.885
Positivo - Negativo	3.52(1.56)		.874
Útil - Inútil	3.35(1.62)		.866
Perfecto - Imperfecto	4.03(1.34)		.826
Beneficioso - Perjudicial	3.71(1.64)		.825
Agradable - Desagradable	4.03(1.55)		.782
Inseguro - Seguro	4.28(1.56)		.710

Enseguida se realizó un análisis de correlación producto momento de Pearson entre las dos diferentes bases de la actitud (afectiva y cognitiva), encontrándose que la relación entre las mismas era negativa y relativamente alta, tal como se esperaba: $r=-.585$, y estadísticamente significativa ($p<.01$).

Para comparar si las actitudes dependía del objeto social se tomo otra escala que media la actitud de base afectiva y cognitiva, acudir a un nutriólogo, el análisis factorial para la base cognitiva de la actitud, convergió en dos componente de extracción y se obtuvo un factor que daba cuenta de del 58.32% de la varianza total, con una confiabilidad .66, En cuanto la escala contaba con una opción de respuesta de 1 adjetivos que evalúan desfavorable acudir al nutriólogo con 7 adjetivos que evalúan favorable las dietas para tener un cuerpo esbelto, En cuanto al análisis factorial para la base afectiva de la actitud hacia acudir al nutriólogo, convergió en un componente de extracción y se obtuvo un factor que daba cuenta de del 62.98% de la varianza total, con una confiabilidad .84. En cuanto la escala contaba con una opción de respuesta de 1 adjetivos que evalúan desfavorable las dietas para tener un cuerpo esbelto a 7 adjetivos que evalúan favorable las dietas para tener un cuerpo esbelto

Tabla 4: Factores de las escalas de bases cognitiva y afectiva de la actitud hacia acudir al nutriólogo

	%Varianza explicada	68.20%	65.29%
	Confiabilidad	.93	.78
	Media del factor	5.1	6.2
	Desviación estándar	1.11	.81
Actitud de base Afectiva			
Plácida - molesta	5.02(1.30)	.875	
Enojado - Relajada	5.69(2.99)	.864	
Triste - Alegre	5.28(1.23)	.834	
Animada - Abatida	5.20(1.34)	.780	
Tensa - Calmada	5.06(1.49)	.701	
Querida - Odiosa	4.98(1.18)	.313	
Actitud de base cognitiva			
Bueno - malo	6.88(2.02)		.849
Positivo - Negativo	6.43(.93)		.856
Útil - Inútil	6.52(.87)		.544
Perfecto - Imperfecto	5.54(1.27)		.745
Beneficioso - Perjudicial	6.27(1.17)		.622
Agradable - Desagradable	5.73(1.72)		.404
Inseguro - Seguro	6.26(1.26)		.394

Las escalas después de que fueron validadas y confiabilizadas se corrieron análisis de correlación (producto momento de Pearson) para identificar la relación de las dietas para adelgazar. Al realizar el mismo análisis con las actitudes de base cognitiva y afectiva en relación con acudir a consultar al nutriólogo, se encontró que la relación entre ambas era positiva ($r=.450$) y también significativa en términos estadísticos ($p<.01$).

Escala de factores psicosociales asociados a las dietas

Se corrió un análisis factorial de la escala factores asociados a las dietas, en los cuales se obtuvieron 4 factores con 18 reactivos que explica el 60.60% de la varianza explicada y alfa de .87 con 7 interacciones rotación varimax, los componentes fueron interpretados como Factor 1 modelos sociales, factor 2 norma subjetiva, factor 3 prestigio socia, factor 4 Disgusto Corporal y factor locus externo hacia el cuerpo se midió en una segunda por no cargar en la no rotada.

Tabla: 5 Factorial de la escala factores psicosociales asociados a las dietas

Factor 1: Modelos Sociales	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
Confiabilidad 1^{er} factor=.83 Varianza explicada=22.10		
Te gustaría tener el cuerpo como esbelto como el Britney Spears, Talía u otra cantante.	3.30(1.41)	.779
Te sientes mal por no tener el cuerpo como el de una modelo de televisión	3.60(2.15)	.734
Me preocupo por mi figura cada vez que me dicen que me veo mal	2.84(1.33)	.684
Me provoca miedo el llegar a ser una persona con sobrepeso o gordita	2.42(1.19)	.648
Te llama la atención los artículos sobre dietas en la televisión o en revistas de espectáculos	3.60(1.25)	.634
Te llaman la atención los anuncios de televisión sobre productos para adelgazar que tienen explicación científica	3.48(1.28)	.623
Factor 2: Norma Subjetiva.		
Confiabilidad 2^o factor=.76 Varianza explicada=13.96		
Mis amigas verían bien que yo haga algo para tener cuerpo esbelto	3.47(1.12)	.842
Mi novio o mi amigo verían bien que yo haga algo para tener un cuerpo esbelto	3.22(1.19)	.789
Mi familia vería bien que yo haga algo para tener un cuerpo esbelto.	2.87(1.22)	.735

Factor3: Prestigio social	Confiabilidad 3^{er} factor=.75 Varianza explicada=13.45	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
Las mujeres esbeltas tienen mayores oportunidades para los trabajos		3.01(1.32)	.847
Las mujeres esbeltas pueden tener mas éxito en la vida		3.63(1.27)	.806
Las mujeres esbeltas tienen mayor probabilidad de conseguir un buen partido.		3.17(1.24)	.667
Factor 4: Disgusto corporal	Confiabilidad 4^o factor=.71 Varianza explicada=12.46		
Me siento molesta cuando hablan de las gorditas		3.08(1.18)	.802
Te molesta que te digan que estás llenita o gordita o cosas parecidas aunque sea un comentario en broma.		3.02(1.38)	.640
Me pongo nervioso cuando hablan de mi cuerpo.		3.21(1.21)	.623
Te interesan los artículos, programas de radio o televisión relacionados con el control de la obesidad.		2.92(1.17)	.455

De la escala de factores asociados hacia las dietas en los adolescentes se agrego un factor junto con ella el factor en el cual se media el locus de control externo hacia las dietas el cual contó con tres reactivos el cual explico el 51 % de la varianza y con una confiabilidad de .51 con una interacción de rotación varimax.

Tabla 5: Factorial de locus de control externo hacia el cuerpo

Factor 5: locus de control externo.	Confiabilidad 4^o factor=.50 Varianza explicada=51	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
El tener un cuerpo esbelto solo es cuestión de suerte.		4.15(0.95)	.766
El que uno tenga un cuerpo esbelto solo es cuestión de dios		4.51(0.84)	.752
El que no pueda tener un cuerpo esbelto es por cuestión de la herencia		2.96(1.12)	.616

La primera columna de la tabla 5 muestra el contenido del reactivo de la escala aplicada; la siguiente indica el promedio y desviación estándar de cada reactivo, donde 1= Totalmente de Acuerdo y 5 = Totalmente en desacuerdo; la tercer columna señala la correlación de cada reactivo con su factor. Lo que se desprende del análisis factorial es que la escala nos permite medir en una sola dimensión la escala de factores asociados a las dietas y una escala de locus con tres reactivos.

Escala ansia social y corporal

Por otro lado se midió la Escala de ansia social y corporal se obtuvieron 2 factores ansia social con 4 reactivos y ansia corporal con 7 reactivos con una confiabilidad de la escala de .84 y una varianza explicada de 52 correspondiente a 3 interacciones de rotación varimax.

Tabla: 6 Ansiedad Social

Factor 1: Malestar por la obesidad.	Media	Carga
Confiabilidad 1^{er} factor=.84	Desviación	factorial
Varianza explicada=33.06	Standard	
	(SD)	
Cuando comes mucho lo compensas dejando de comer en la siguiente vez.	4.19(1.16)	.814
Siento que a veces me preocupo mucho por el peso de mi cuerpo	3.29(1.38)	.792
Siento que subo de peso seguido	3.51(1.37)	.782
Te saltas comidas por que piensas que puedes subir de peso	4.20(1.12)	.754
Te preocupa cuidar el porcentaje de alimentos cuando comes	3.86(1.19)	.630
Soy una persona ansiosa	3.42(1.24)	.565
A veces siento que no tengo una alimentación adecuada	2.67(1.17)	.502
Factor 2: Malestar por la obesidad.	Media	Carga
Confiabilidad 2^o factor=.68	Desviación	factorial
Varianza explicada=19.73	Standard	
	(SD)	
Siento temor de que los demás se aprovechen de mis debilidades	3.52(1.21)	.781
Es difícil para mi trabajar rodeado de personas que me observan	3.53(1.11)	.753
Me preocupa que los demás no me aprueben socialmente	3.82(1.14)	.691
Me inquieta que la gente pueda encontrarme en un error	3.27(1.12)	.514

Escala de Necesidad de Cognición

Del análisis factorial de la escala necesidad de cognición de los 25 reactivos se obtuvieron 5 factores con 23 reactivos que explica el 58.58% de la varianza explicada y alfa de .8734 con 6 interacciones rotación varimax, los componentes fueron interpretados como Factor 1 valoración por el no razonamiento, factor 2 economía mental, factor 3 gusto por el esfuerzo mental, factor 4 simpleza intelectual y factor 5 practico ante el razonamiento, La primera columna de la tabla 1 muestra el contenido del reactivo de la escala aplicada; la siguiente indica el promedio y desviación estándar de cada reactivo, donde 1= nunca me pasa/no se aplica a mi y 5 = siempre me sucede/se aplica a mi totalmente; la tercer columna señala la correlación de cada reactivo con su factor (carga factorial). Lo que se desprende de necesidad de cognición la escala nos permite medir en una dimensión, lo que nos permitiría hablar de una buena validez de constructo.

Tabla: 7 Escala de Necesidad de Cognición

Factor 1: Valoración por el no razonamiento Confiabledad 1 ^{er} factor=.8696 Varianza explicada=19.49	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
La mayoría de las veces, pensar de más sólo trae dificultades	1.98(1.11)	.744
El ignorante vive más tranquilo y contento	1.63(1.08)	.733
La ignorancia es una bendición	1.45(1.05)	.731
Básicamente pienso porque no me queda otra opción	1.79(1.12)	.689
No me gusta tener la responsabilidad de manejar una situación que requiere mucha reflexión	2.13(1.12)	.665
No me gusta estar pensando qué estoy haciendo de mi vida	2.08(1.26)	.658
No me gusta pensar en tomar decisiones porque luego entro en duda	2.35(1.17)	.620
Trato de anticipar y evitar situaciones donde exista la posibilidad de pensar profundamente sobre las cosas	2.33(1.20)	.606
Factor 2: Economía mental Confiabledad 1 ^o factor=.7683 Varianza explicada=11.40		
Me gustan las cosas que requieren pensar poco (una vez que ya las he aprendido)	2.54(1.04)	.749
Sólo me esfuerzo en pensar lo necesario	2.28(1.09)	.649
Prefiero razonar sólo los proyectos pequeños y cotidianos a los de largo plazo	2.29(1.00)	.614
Prefiero hacer algo que requiere poco razonamiento, que algo que desafíe mis habilidades mentales	2.31(0.99)	.612
Pensar no es mi idea de hacer algo divertido	2.09(1.07)	.514
Factor 3: Gusto por el esfuerzo mental Confiabledad 1 ^{er} factor=.7350 Varianza explicada=9.63		
Confío en mis habilidades mentales	2.21(1.12)	.810
Si reflexiono con tenacidad puedo lograr mis metas	2.21(1.25)	.794
Realmente disfruto aquellas tareas que implican dar nuevas soluciones a problemas conocidos	2.59(0.90)	.741
Factor 4: Simpleza intelectual Confiabledad 1 ^o factor=.6900 Varianza explicada=9.55		
Prefiero una tarea fácil e importante que una compleja e importante	2.55(0.95)	.770
Prefiero los problemas simples a los complejos	2.59(0.98)	.708
Si dos tareas son igual de importantes prefiero una intelectualmente simple a una complicada	2.59(0.90)	.704
Factor 5: Practico ante el razonamiento Confiabledad 1 ^{er} factor=.6369 Varianza explicada=8.49		
Pienso lo necesario y no más	2.12(1.09)	.752
Para mi esta bien conocer las respuestas a un problema, más que comprender las razones de esas respuestas	2.20(1.14)	.690
Es suficiente para mi algo que funcione, no me importa cómo o por qué funciona	2.26(1.02)	.652

Tabla: 8 de correlaciones de los factores de Necesidad Cognición

	Valoración por el no razonamiento	Economía mental	Gusto por el esfuerzo mental	Simpleza intelectual	Practico al esfuerzo razonamiento
Valoración por el no razonamiento	1.00				
Economía mental	.604**	1.00			
Gusto por el esfuerzo mental	.313**	.248**	1.00		
Simpleza intelectual	.322**	.409**	.106	1.00	
Practico al esfuerzo razonamiento	.367**	.447**	.122	.348**	1.00

A partir de la unidimensionalidad del constructo de necesidad de cognición y de la correlación buena y positiva entre los factores se exploró con un análisis de segundo orden, para constatar si la estructura de la escala costaba de un solo componente. Ya que se emplea como covariable importante dentro de experimento del modelo de probabilidad de elaboración.

Tabla: 9 Factorial de segundo orden de la escala Necesidad Afectiva

	Carga factorial
Economía mental	.833
Valoración por el no razonamiento	.793
Practico al razonamiento	.679
Simpleza intelectual	.636
Gusto por el esfuerzo mental	.439

Escala de Necesidad Afectiva

Del análisis factorial de la escala necesidad afectiva de los 31 reactivos se obtuvieron 7 factores con 27 reactivos que explica el 57.73% de la varianza explicada y alfa de .7937 con 14 interacciones de rotación varimax, los componentes fueron interpretados como Factor 1 evitación emocional, factor 2 acercamiento emocional, factor 3 utilidad de la emociones 4 rechazo a expresar emociones, factor 5 expresión emocional, factor 6 involucramiento emocional y Experiencias a la evitación emocional.

Tabla: 10 Escala de Necesidad Afectiva

Factor 1: Evitación emocional	Confiabilidad 1^{er} factor=.79 Varianza explicada=12.03	Media (S.D.)	Carga Factorial
Sentir emociones es riesgoso por que te mete en situaciones que serian mejor evitar.		3.57(1.50)	.667
Me provoca miedo el hecho de que fuese demasiado emocional.		3.65(1.69)	.629
Desearía poder sentir menos emociones.		3.06(1.76)	.628
Detesto tener una emoción que me haga perder el control sobre lo que pienso y hago.		4.56(1.87)	.627
Si reflexiono sobre mi pasado, veo que tiendo a tener miedo de mis emociones.		4.00(1.87)	.579
No se cómo manejar mis emociones, así que trato de evitarlas.		3.19(1.67)	.565
Algunas veces tengo miedo de cómo actuaría si fuese demasiado emocional.		4.11(1.64)	.496
Preferiría no experimentar altibajos emocionales.		4.64(1.72)	.470
Factor 2: acercamiento emocional	Confiabilidad 2^o factor=.75 Varianza explicada=9.46		
Es importante para mí conocer los sentimientos de los otros.		5.27(1.36)	.779
Siento que de vez en cuando necesitara desahogarme en llanto.		5.42(1.60)	.734
Pienso que es importante explorar mis sentimientos.		5.60(1.42)	.655
Deberíamos aceptar nuestra parte emocional como seres humanos.		5.63(1.54)	.430
Factor 3: utilidad de las emocional	Confiabilidad 3^{er} factor=.64 Varianza explicada=7.66		
Las emociones intensas son generalmente útiles.		4.32(1.47)	.768
Experimentar emociones permite la supervivencia humana.		5.03(1.47)	.669
Las emociones fuertes son generalmente benéficas.		4.38(1.38)	.652
Factor 4: Rechazo expresar emociones	Confiabilidad 1^{er} factor=.59 Varianza explicada=7.49		
Que uno se deje llevar por sus emociones es un error.		3.53(1.72)	.661
Tengo problemas al decirle a la gente cercana a mí que la amo o que la quiero.		3.58(2.15)	.657
Me da pena mostrar mis emociones		3.26(1.98)	.648
Factor 5: Expresión emocional	Confiabilidad 5^o factor=.68 Varianza explicada=7.46		
Encuentro en el arte una vía por la cual expresar mis emociones.		4.85(1.69)	.743
Es importante para mí estar en contacto con mis sentimientos.		5.42(1.57)	.590
Soy una persona muy emotiva		4.79(1.63)	.515
Factor 6: involucramiento emocional	Confiabilidad 6^o factor=.52 Varianza explicada=6.79		
Me gusta decorar mi recamara con imágenes emocionalmente significativas para mí.		4.99(1.89)	.813
Las emociones ayudan a la gente a seguir adelante con su vida.		5.49(1.57)	.471
Me involucro en situaciones que me llevan a experimentar emociones fuertes.		4.45(1.61)	.353
Factor 7: Experiencias a la evitación emocional	Confiabilidad 7^o factor=.53 Varianza explicada=6.56		
Evitar situaciones muy fuertes emocionalmente es algo que me permite estar tranquilo por la noche.		3.43(1.66)	.761
Me gustaría ser una persona totalmente lógica y con pocas experiencias emotivas.		3.45(1.81)	.722
Pensando en mí pasado mis conflictos con los demás han sido sobre todo por causas emocionales.		3.85(1.79)	.345

La primera columna de la tabla 1 muestra el contenido del reactivo de la escala aplicada; la siguiente indica el promedio y desviación estándar de cada reactivo, donde 1= Totalmente

en desacuerdo y 7 = Totalmente de Acuerdo; la tercer columna señala la correlación de cada reactivo con su factor (carga factorial). Lo que se desprende de necesidad de afecto es que la escala nos permite medir en dos dimensiones, lo que nos permitiría hablar de una buena validez de constructo.

Tabla: 11 de correlaciones de los factores de Necesidad Afectiva

	Evitación emocional	acercamiento emocional	utilidad emocional	Rechazo expresar emociones	Expresión emocional	involucramiento emocional	Experiencias a la evitación emocional
Evitación emocional	1.00						
acercamiento emocional	.070	1.00					
utilidad emocional	.058	.453**	1.00				
Rechazo expresar emociones	.507**	-.120	-.074	1.00			
Expresión emocional	-.025	.489**	.424**	-.194	1.00		
involucramiento emocional	-.003	.409**	.334**	-.046	.453**	1.00	
Experiencias a la evitación emocional	.527**	-.071	-.002	.344**	-.032	.056	1.00

N general 226 **p<0.01 (prueba de 1 cola)

A partir de la bidimensionalidad del constructo de necesidad afectiva y de la correlación buena entre los factores, tanto positiva para los factores de acercamiento y de evitación, por otro lado negativa y pequeña entre ambas se exploró con un análisis de segundo orden, para constatar si la estructura de la escala costaba dos componente. Ya que se emplea como covariable en dos estructuras dentro de experimento del modelo de probabilidad de elaboración

Tabla: 12 Factorial de segundo orden de la escala Necesidad Afectiva

	Factores	
	1	2
Expresión emocional	.789	
Acercamiento emocional	.785	
Utilidad acercamiento emocional	.725	
Involucramiento emocional	.714	
Evitación emocional		.861
Experiencias a la evitación emocional		.776
Rechazo expresar emociones		.759

Para confirmar ajuste, marcando apropiado calcular solamente la necesidad total de afecta, por lo cual se usa el método de solución de máxima probabilidad, según lo esperado los resultados indicaran dos factores del modelo, $\lambda^2(1)=1782.212, p<001$ como se presenta en la confirmación de factor de segundo orden.

Tabla: 13 Escala de Necesidad Afectiva

Factor 1: Acercamiento emocional.	Confiabilidad 1^{er} factor=.83 Varianza explicada=15.11	Carga Factorial
Es importante para mí estar en contacto con mis sentimientos.		.683
Pienso que es importante explorar mis sentimientos.		.658
Deberíamos aceptar nuestra parte emocional como seres humanos.		.600
Siento que de vez en cuando necesitara desahogarme en llanto.		.579
Soy una persona muy emotiva.		.576
Es importante para mí conocer los sentimientos de los otros.		.560
Experimentar emociones permite la supervivencia humana.		.535
Las emociones ayudan a la gente a seguir adelante con su vida.		.525
Las emociones fuertes son generalmente benéficas.		.497
Encuentro en el arte una vía por la cual expresar mis emociones.		.447
Me gusta decorar mi recamara con imágenes emocionalmente significativas para mí.		.429
Las emociones intensas son generalmente útiles.		.420
Me involucro en situaciones que me llevan a experimentar emociones fuertes.		.300
Factor 1: Evitación Emocional.	Confiabilidad 1^{er} factor=.82 Varianza explicada=14.67	
No se cómo manejar mis emociones, así que trato de evitarlas.		.689
Me provoca miedo el hecho de que fuese demasiado emocional.		.639
Si reflexiono sobre mi pasado, veo que tiendo a tener miedo de mis emociones.		.639
Desearía poder sentir menos emociones.		.632
Algunas veces tengo miedo de cómo actuaría si fuese demasiado emocional.		.579
Sentir emociones es riesgosos por que te mete en situaciones que serian mejor evitar.		.574
Me gustaría ser una persona totalmente lógica y con pocas experiencias emotivas.		.541
Me da pena mostrar mis emociones		.506
Tengo problemas al decirle a la gente cercana a mí que la amo o que la quiero.		.464
Pensando en mí pasado mis conflictos con los demás han sido sobre todo por causas emocionales.		.434
Que uno se deje llevar por sus emociones es un error.		.416
Detesto tener una emoción que me haga perder el control sobre lo que pienso y hago.		.405
Evitar situaciones muy fuertes emocionalmente es algo que me permite estar tranquilo por la noche.		.385
Preferiría no experimentar altibajos emocionales.		.346

La primera columna de la tabla 1 muestra el contenido del reactivo de la escala aplicada; la siguiente columna señala la correlación de cada reactivo con su factor (carga factorial). Lo que se desprende del análisis factorial escala necesidad de cognición es que la escala nos permite medir en dos dimensión la necesidad de afecto.

La escala de Bienestar Subjetivo

Para comprobar que efectivamente se midiera la satisfacción de vida en general y en cada ámbito de la misma (familiar, escolar amistoso y de pareja de las personas) para la (validez de constructo), se corrió un análisis factorial por cada uno, en el cual se reportan que efectivamente se mide un solo un componente de correspondiente a cada uno de los mencionados, con lo que se obtuvo su valor propio, su varianza explicada, la confiabilidad, para cada uno de los factores del bienestar subjetivo explicado en la siguiente tabla.

Tabla: 14 Estructura factorial de la escala de Bienestar Subjetivo
Componente subjetivo de Satisfacción con la vida General y en 4 ámbitos de la vida

Bienestar General	varianza explicada 61.84 Confiabilidad =.81	Media Desviación Standard (SD)	Carga factorial
Estoy Satisfecho/a con mi vida.		5.56(1.31)	.873
La situación actual de mi vida es excelente.		4.54(1.60)	.866
La mayoría de los aspectos de mi vida están cerca de mi ideal.		5.00(1.63)	.840
Hasta ahora he conseguido las cosas importantes que he querido en la vida.		5.24(1.52)	.797
Si pudiera vivir mi vida de nuevo, no cambiaría nada.		4.99(1.89)	.489
Bienestar Familiar	varianza explicada 74.91 Confiabilidad =.91		
Hasta ahora he tenido la vida familiar que he querido.		5.23(1.49)	.920
Estoy satisfecho/a con mi vida en familia.		5.70(1.44)	.884
La situación actual de mi vida familiar es excelente.		5.09(1.46)	.882
Si pudiera iniciar de nuevo, llevaría una vida familiar igual a la que tengo.		5.29(1.51)	.838
La mayoría de los aspectos de mi vida familiar están cerca de mi ideal.		5.09(1.37)	.799
Bienestar Escolar	varianza explicada 66.73 Confiabilidad =.87		
Hasta ahora he logrado lo que he querido dentro de la carrera que estudio.		4.89(1.55)	.883
La mayoría de los aspectos de la carrera que estudio se acercan a mi ideal.		5.19(1.43)	.871
Mi situación actual dentro de la carrera que estudio es excelente.		4.85(1.42)	.800
Estoy satisfecho/a con la carrera que estudio.		5.89(1.14)	.784
Si pudiera iniciar de nuevo, escogería la misma carrera.		5.39(1.57)	.736
Bienestar Amistoso	varianza explicada 77.77 Confiabilidad =.92		
Las circunstancias actuales de mis relaciones amistosas son excelentes.		5.47(1.45)	.912
Si pudiera iniciar de nuevo, tendría relaciones amistosas idénticas a las que tengo.		5.67(1.62)	.908
La mayoría de mis relaciones amistosas están cerca de mi ideal.		5.43(1.75)	.908
Estoy satisfecho con mis relaciones amistosas.		5.90(1.18)	.865
Hasta ahora he tenido las relaciones amistosas que he querido.		5.82(1.18)	.812
Bienestar Pareja	varianza explicada 82.52 Confiabilidad =.94		
La situación actual de mi relación de pareja está cerca de mi ideal.		5.43(1.45)	.932
Estoy satisfecho con mi relación de pareja.		5.73(1.50)	.918
Hasta ahora yo he tenido la relación de pareja que he querido.		5.36(1.71)	.918
La mayoría de los aspectos de mi vida en pareja están cerca de mi ideal.		5.20(1.78)	.888
Si pudiera iniciar de nuevo, llevaría una relación de pareja semejante a la que tengo.		5.52(1.87)	.884

La primera columna de la tabla 1 muestra el contenido del reactivo de la escala aplicada; la siguiente indica el promedio y desviación estándar de cada reactivo, donde 1= Totalmente en desacuerdo y 7 = Totalmente de Acuerdo; la tercer columna señala la correlación de cada reactivo con su factor (carga factorial). Lo que se desprende del análisis factorial para este ámbito es que la escala nos permite medir en una sola dimensión el bienestar Subjetivo general familiar, escolar, amistoso y de pareja de las personas lo que nos permitiría hablar de una buena validez de constructo.

Componente Afectivo

Con respecto al componente afectivo del Bienestar Subjetivo la escala iba de 1 haber sentido emociones muy positivas hasta 7 haber sentido emociones muy negativas en las últimas dos semanas, en síntesis el balance afectivo de las personas se mantiene dentro de una tendencia positiva en lo que respecta a las últimas dos semanas.

Tabla: 15 Estructura factorial de la escala de Bienestar Subjetivo

	Media Desviación Standard (SD)	Factor 1	Factor 2
dichoso/desdichado	3.43(1.47)	.899	
triunfador/fracasado	3.57(1.39)	.857	
optimista/pesimista	3.30(1.54)	.849	
Satisfecho/insatisfecho	3.29(1.36)	.798	
alegre/triste	3.06(1.62)	.729	
tranquilo/intranquilo	3.86(1.68)	.598	
desanimado/animado	3.43(1.53)		.879
cariñoso/brusco	3.29(1.33)		.814
inseguro/seguro	3.35(1.60)		.784
enojado/sereno	3.72(1.69)		.597

Para el Balance afectivo los análisis de validez de constructo se reporta dos componente, con un valor propio de 3.31, que da cuenta de 67.93% de la varianza, en lo que respecta a la confiabilidad el ítem con el número diez .88. En el primer factor la confiabilidad es .88 y el segundo de .73 el primero da explicación 40.17% de varianza explicada y el segundo de 27.75 de varianza explicada.

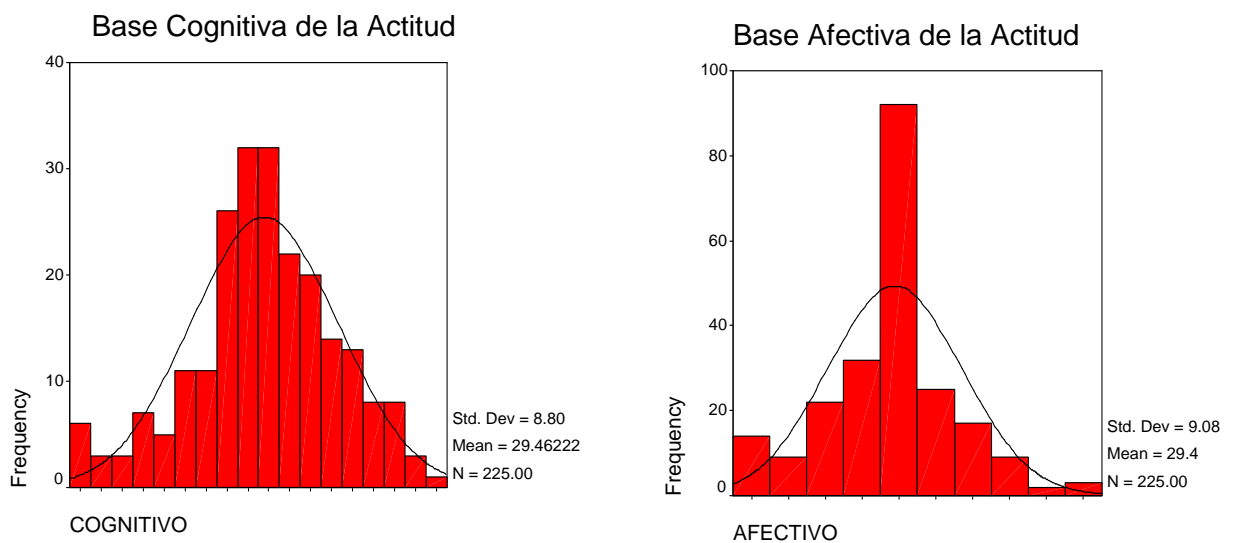
4.3.-Cheque de la manipulación

Se realizaron chequeos a las variables independientes (relevancia personal, expertez de la fuente y tipo de mensaje) por medio de una serie de reactivos tipo diferencial semántico de

siete puntos que iban de 1 valores bajos de la variables a 7 valores altos de las variables. En el caso de tipo de mensaje se midió el grado de afecto o cognición del mismo modo.

4.4.- Efecto experimental

Con respecto a la actitud de base en su medición inicial contaron con una distribución normal además de de que tuvieron buena confiabilidad y tuvieron una validez discriminante por los participantes lo cual nos dio como resultado una manipulación experimental de lo afectivo y cognoscitivo de las bases de actitudes.



Con respecto pre-test la muestra consistió en (n=226) para la revisión de cada condición de la variable independiente manipuladas: alta y baja relevancia, alta y baja expertez así como mensaje afectivo y cognitivo se realizaron chequeos para sacar los que no estuvieron y los que no cumplieron con la condición (muerte experimental) la muestra del la pos-test para cada una de las base de la actitud consistió en (n=216).

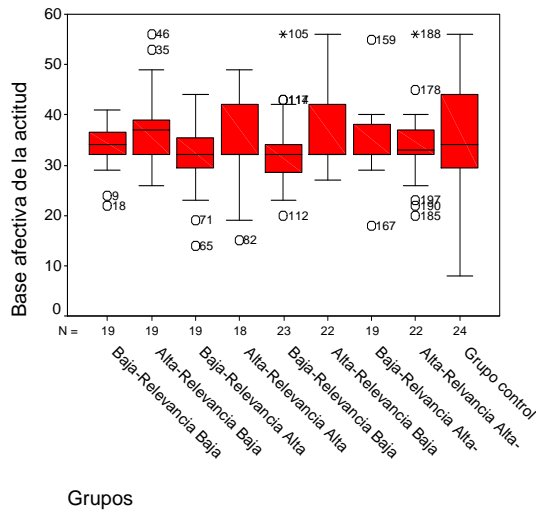
4.5.-Diferencia entre los grupos

Para comparar si había una diferencia entre los grupos con respecto a la base Afectiva de la actitud se verifico a través de una prueba Anova de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffe) el cual nos reporto que no existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,210}=758p<.640$). Con respecto a la base Cognitiva de la actitud antes de haber aplicado el

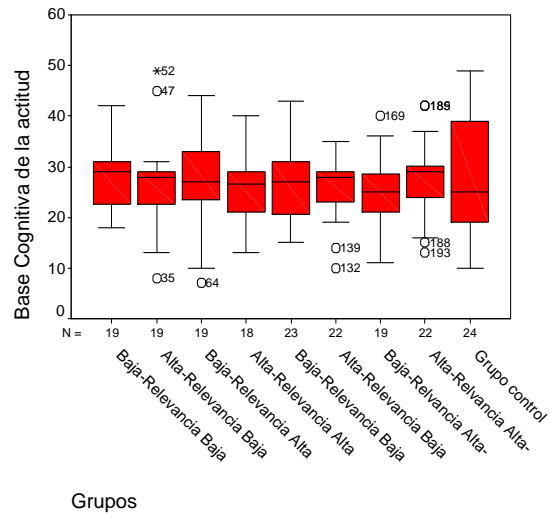
tratamiento la prueba Anova de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffe) el cual nos reporto que no existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,210}=566P<.805$).

Como se puede ver en la figura de la caja de barras las medias de los grupos no tiene una diferencia significativa aunque se puede observar se distribuyo las respuestas de los grupos y su dispersión.

Actitud de base Afectivo

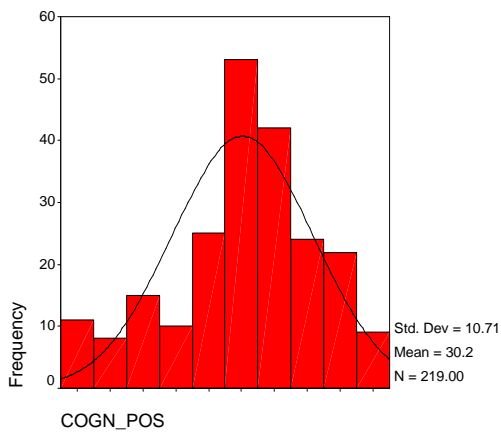


Actitud de Base Cognitiva

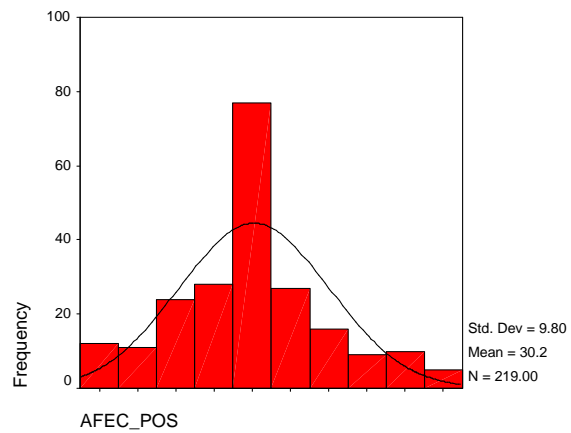


Como podemos observar en la figura en la medida de la segunda aplicación (post inmediato) cambio la curva de la distribución normal y su media lo cual nos afirma que tuvo resultado el tratamiento que se le dio a los grupos tanto de la base afectiva como de la base cognitiva,

Post de la Base Cognitiva de la Actitud



Post de la Base Afectiva de la Actitud



Para el pos test encontramos que si existía diferencia con respecto a los grupos la prueba Anova de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffe) el cual nos reporto que existían diferencias significativas entre los grupos. Para la base afectiva ($F_{8,209}=3.06, p<.0.03$). Y para la base cognitiva existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,209}=3.73, p<.0.01$). por lo tanto podemos decir que si hubo un cambio entre la actitud inicial y la actitud posterior en los grupos.

Diferencia entre los grupos con la actitud de base cognitiva

Se verifico si existían una diferencia significativa entre la actitud inicial y las posteriores al tratamiento, con respecto a cada una de las bases cognitiva con las que queremos comparar el efecto que tienen esta en el cambio de la actitud hacia las dietas para adelgazar.

Tabla 16 Media Generales y pruebas T de los valores apareados de la base cognitiva

Disposición favorable hacia las dietas para adelgazar	Media	Desviación estándar	aplicación	Prueba t	GI	Sig.
Pre-test	29.46	8.80	Pre test – post inmediato	2.85	217	.005
Post- test	30.16	10.71	Pre test – post diferido	3.17	217	.002
Post-test diferido	27.50	7.44	post inmediatos post diferido	4.45	216	.001

Como podemos observar en la medias bajar, pero en el post diferido en algunos grupos aunque en la general sube y la media baja en el post diferido, como podemos observar en la tabla anterior, las pruebas t de los valores apareados, realizados para cada par de datos demuestra que existe diferencias significativas entre las tres combinaciones.

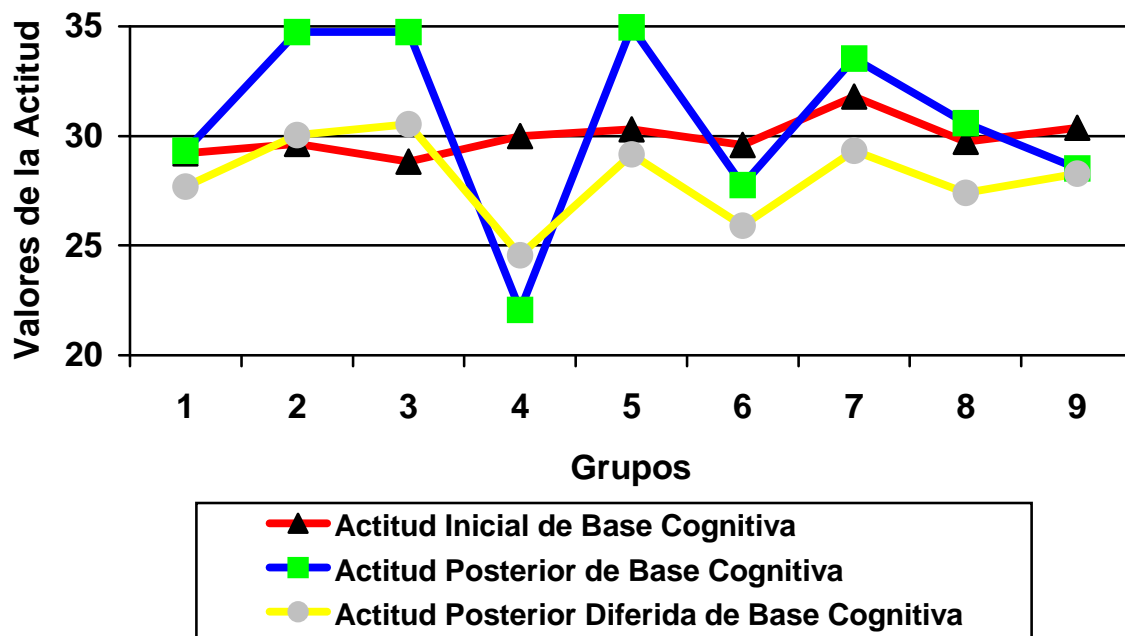
Como ya mencionamos en la medida inicial de la base cognitiva no se encontró diferencia significativa entre los grupos. Para el pos test inmediato encontramos que si existía diferencia con respecto a los grupos la prueba Anova de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffe) el cual nos reporto que existían diferencias significativas entre los grupos. Para la base cognitiva existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,209}=3.73, p<.0.01$). Por lo tanto podemos decir que si hubo un cambio entre la actitud inicial y con respecto a post diferido de base cognitiva existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,206}=2.67, p<.0.08$).

En la siguiente grafica podemos observar como es la diferencia entre las medidas de la base cognitiva con respecto al cambio de la actitud inicial el tratamiento y las dos aplicaciones posteriores cada aplicación después de la primera aplicación costo de 7 días.

Condición experimental por grupos

Relevancia	Expertez de la fuente	Tipo de mensaje	Grupos experimental	N
Baja	Baja	Afectivo	1	24
Alta	Baja	Afectivo	2	25
Baja	alta	Afectivo	3	23
Alta	Alta	Afectivo	4	24
Baja	Baja	Cognitivo	5	27
alta	Baja	Cognitivo	6	23
Baja	Alta	Cognitivo	7	24
alta	Alta	Cognitivo	8	25
Grupo control			9	26

figura2: Valores de la Actitud con Respecto a Base Cognitiva



Como podemos observar en la grafica las medias en la medición inicial no tuvieron diferencias significativas todas llevan casi en línea un promedio de un valor entres 28 y 30, cuando se aplico el tratamiento y se volvió a aplicar el segunda medición podemos observar

que el grupo 4 es el que mejor cambio negativo se obtuvo hacia una actitud de base cognitiva desfavorable a las dietas. Como se puede observar complementariamente en la tabla 17 teniendo un mensaje cognitivo una alta expertez y una alta relevancia se obtiene un cambio de actitud inmediato.

También podemos observar que el grupo 6 mensaje cognitivo baja expertez y alta relevancia se obtuvo un cambio de actitud de base cognitiva desfavorable a las dietas menor al de grupo 4 pero al regresar al la siguiente semana en la medición de post diferido el mensaje de la parte de la base cognitiva tuvo resultados en los grupos 8, 7, 1, y 5 en los que ya había tenido una disminución inmediata en el grupo 4 y 6 es importante tomar en cuenta la discusión de el porque se dio un resultado posterior en estos grupos por lo que lo abordaremos en la discusión según los concepto de McGuire.

En la siguiente tabla podemos observar el resumen de los resultados como era esperado teóricamente se esperaba los cambios negativos de actitud hacia las dietas en los grupos de alta relevancia (2, 4, 6 8) solo el grupo 2 y 8 no cumplió con esta premisa.

Tabla: 17 Resumen de resultado del experimento con respecto a la base Cognitiva

		Mensaje Afectivo				Mensaje Cognitivo			
		Baja Expertez		Alta Expertez		Baja Expertez		Alta Expertez	
		Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia
	Grupo experimental	1	2	3	4	5	6	7	8
	N	19	19	19	18	23	22	19	22
Medias N	Pre-test	28.17	27.96	27.67	29.58	29.63	28.91	31.79	30.56
	Post Inm.	29.04	32.52	32.70	21.33	33.85	27.43	33.88	31.88
	Post dif.	27.62	29.26	29.26	23.45	29.22	25.47	30.12	28.08
Diferencia de las medias	Pre-Pos Inm.	-.11	-5.11	-5.89	7.94	-4.65	1.82	-.1.74	-.86
	Pre-Pos Dif.	1.53	.42	-1.68	5.44	1.13	3.68	2.47	2.32
	Pos-Pos Dif.	1.63	4.68	4.21	-2.50	5.78	1.86	4.21	3.18
Cualidad esperada		-	+	-	+	-	+	-	+
Cualidad cambio 1		-	-	-	+	-	+	-	-
Cualidad cambio 2		+	-	-	+	+	+	+	+

En cuanto a los resultados de las diferencia de medias celda del grupo 4 fue la mayor cambio significativo como se esperaba teóricamente por lo que se refiere a una alta relevancia alta expertez y mensaje afectivo el grupo 6 tiene un cambio hacia desfavorable también hacia realizar dietas. Aunque se esperaba que el grupo 8 tuviera mayor cambio con los grupos de alta relevancia donde se cumplió en dos pero en los en dos 2, 8 tuvo un cambio negativo.

Diferencia entre los grupos con la actitud de base afectiva

Se verifico si existían una diferencia significativa entre la actitud inicial y las posteriores al tratamiento, con respecto a cada una de las bases afectiva con las que queremos comparar el efecto que tienen esta en el cambio de la actitud hacia las dietas para adelgazar.

Tabla 18 Media Generales y pruebas T de los valores apareados de la base afectiva

	Media	Desviación estándar	aplicación	Prueba t	Gl	Sig.
Pre-test	29.42	9.08	Pre test – post inmediato	-1.26	217	.208
Post- test	30.23	9.80	Pre test – post diferido	-3.02	217	.003
Post-test diferido	31.96	10.59	post inmediatos post diferido	-2.43	216	.016

Como podemos observar en las medias generales no se observa diferencia significativa entre las medias inicial y el pos inmediato, aunque con respecto las medias de la medición posterior diferido se encontró diferencia significativo podemos decir que el cambio se dio entre el cambio inmediato y diferido,

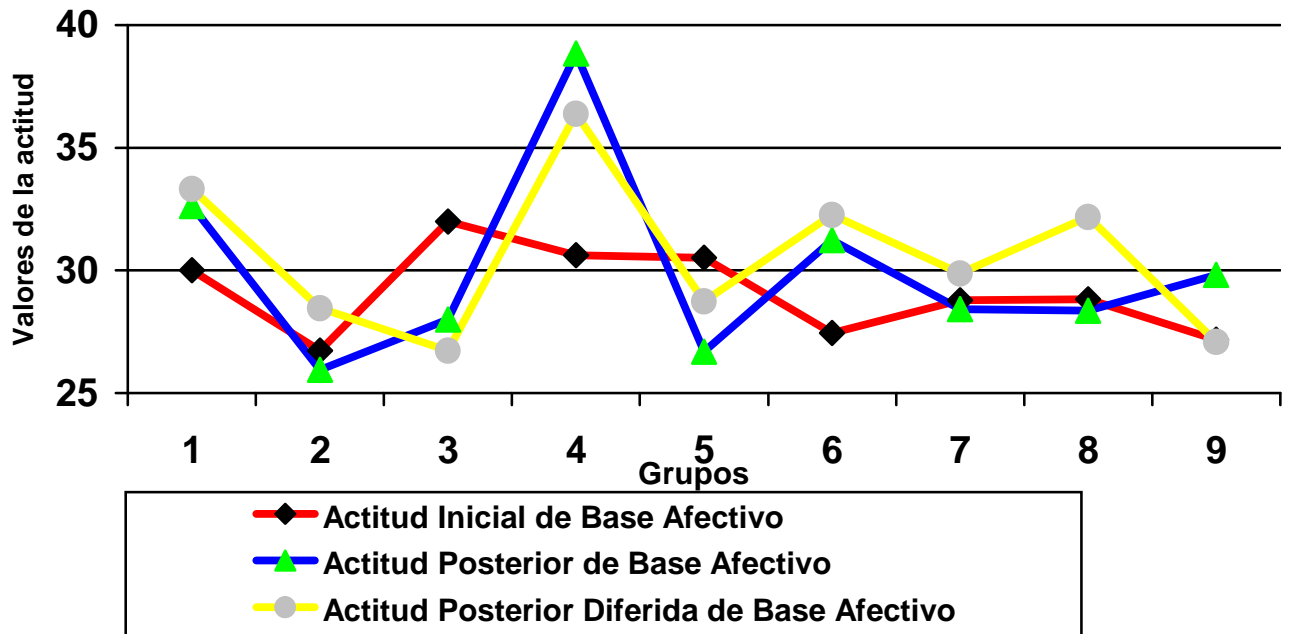
Para comparar si había una diferencia entre los grupos con respecto a la base Afectiva de la actitud inicial el cual nos reporto que no existían diferencias significativas entre los grupos ya antes mencionado.

Para el pos test inmediato encontramos que si existía diferencia con respecto a los grupos la prueba Anova de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffe) el cual nos reporto que existían diferencias significativas entre los grupos. Para la base afectiva existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,209}=3.06, p<.0.03$).por lo tanto podemos decir que si hubo un cambio entre la actitud inicial y con respecto a post diferido de base cognitiva existían diferencias significativas entre los grupos. ($F_{8,206}=2.64, p<.0.09$).

En la siguiente grafica podemos observar como es la diferencia entre las medidas de la base afectiva con respecto al cambio de la actitud inicial el tratamiento y las dos aplicaciones

posteriores cada aplicación después de la primera aplicación tuvo una duración entre un periodo de 7 días.

figura 3: Valores de la Actitud con Respecto a la Base Afectiva



Como podemos observar en esta grafica hace referencia a que el afecto de la actitud tiene un parte fundamental en el como esta pueda afectar el cambio de actitudes en las adolescentes con ciertos objetos de actitudes en este caso con las dietas para tener un cuerpo esbelto ya que como podemos observar la ambivalencia de la actitud se presenta en como se ve el grupo 4 que en contraste a la base cognitiva en contra de las dietas para bajar de peso, la actitud de base afectivo cambia favorablemente a favor de realizar dietas para bajar de peso, esto da aspectos para una amplia discusión que se abordara mas adelante en como las actitudes duales pueden verse afectadas por un contraste en como se da la información de base afectiva y cognitiva es decir la ambivalencia de la actitud.

Como podemos observar en la grafica los cambios en contra de las dietas solo se dan con respecto al grupo 3 e inicial en el 5, 8 y 7 aunque en el pos diferido cambia un poco a favor de la realización de dietas.

Tabla 19: Resumen de resultado del experimento con respecto a la base afectiva

		Mensaje Afectivo				Mensaje Cognitivo			
		Baja Expertez		Alta Expertez		Baja Expertez		Alta Expertez	
		Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia	Baja Relevancia	Alta Relevancia
Grupo experimental	1	2	3	4	5	6	7	8	
	N	24	25	23	24	27	23	24	25
Medias	Pre-test	29.43	29.24	32	31.17	30.89	28.04	28.46	28.36
	Post Inm.	32.50	27.92	28.65	38.17	27.85	31.22	28.38	28.28
	Post dif.	33	29.40	27.91	37.45	29.77	33	28.95	31.04
Diferencia de las medias	Pre-Pos Inm.	-2.63	..79	4	-8.22	3.83	-3.77	.37	.45
	Pre-Pos Dif.	-3.32	-1.74	5.26	-5.78	1.78	-4.82	-1.11	-3.36
	Pos-Pos Dif.	-.68	-2.53	1.20	2.44	-2.04	-1.05	-1.47	-3.82
Cualidad esperada		+	+	+	+	-	-	-	-
Cualidad cambio 1		-	+	+	-	+	-	+	+
Cualidad cambio 2		-	-	+	-	+	-	-	-

En cuanto a los resultados de las diferencia de medias celda del grupo 3 fue la mayor cambio significativo como se esperaba teóricamente por lo que se refiere a una alta relevancia alta expertez y mensaje afectivo el grupo 6 tiene un cambio hacia desfavorable también hacia realizar dietas. Aunque se esperaba que el grupo 4 tuviera mayor cambio con los grupos de mensaje afectivo donde se cumplió en dos pero en los en dos 1,4 tuvo un cambio negativo.

Con respecto a las covariables entre los grupos

Necesidad de cognición de los grupos experimentales

En cuanto a la escala de necesidad de cognición, no se encontró diferencia significativa con respecto a los grupos experimentales ($F_{8,210} = .844, NS$).

Necesidad Afectiva de los grupos experimentales

En cuanto a la escala de necesidad Afectiva, no se encontró diferencia significativa con respecto a los grupos experimentales tanto de acercamiento a emociones ($F_{8,211} = 1.254, NS$) como evitación a emociones ($F_{8,211} = .785, NS$).

Bienestar Subjetivo de los grupos experimentales

En cuanto a la escala de Bienestar subjetivo, no se encontró diferencia significativa con respecto a los grupos experimentales tanto de bienestar general ($F_{8,207} = .366, NS$) como del componente afectivo ($F_{8,206} = 1.714, NS$).

Con respecto a las covariables entre los grupos a correr una prueba Anova de una vía (ONEWAY) con contrastes pos-hoc (Scheffe) el cual nos reporto que existían diferencias significativas entre los grupos. Con respecto a las covariable de necesidad de cognición, necesidad afectiva en sus dos aspectos (evitar emociones y acercamiento emocional) y también con respecto a la bienestar subjetivo (componente general de satisfacción con la vida y al componente afectivo) con lo que podemos decir que no hubo diferencias significativa y partimos de que todos los grupos no existen gran diferencia con lo que respecta a las covariables.

Variables Independientes de base cognitiva

Por una parte tenemos como se dieron los cambios por cada grupo y sus combinaciones entre las variables de los grupos, pero las cuestiones del modelo de cómo afectan las variables independientes y sus interacciones de las diversas condiciones pueden afectar los resultados.

En la siguiente tabla podemos observar las variables independiente a través de un análisis de varianza factorial considerando que las variables relevancia personal, expertez de la fuente y tipo de mensaje.

Tabla. 20: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la variable dependiente post actitud de base cognitiva

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Variables Independientes			
Relevancia personal	1	8.135	.005
Expertez del mensaje	1	.807	.370
Tipo de mensaje	1	3.523	0.62
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	5.431	.021
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.242	.623
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	.378	.540
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	7.893	.006

$R^2 = .142$

Como se puede observar de las variables independientes, como teóricamente la relevancia personal es una condición para que se pudiera cumplir la ruta central, nos muestra un valor significativo ($F=8.135, p<0.005$) lo cual indica que las adolescentes toman en cuenta la

relevancia personal lo cual nos indica la motivación para procesar el mensaje considerando la ruta central del modelo de probabilidad de elaboración.

Aunque las interacciones donde las tres variables interactúan en tercer grado y una de segundo grado (relevancia con expertez) manifiestan cambios significativos en la actitud de las adolescentes.

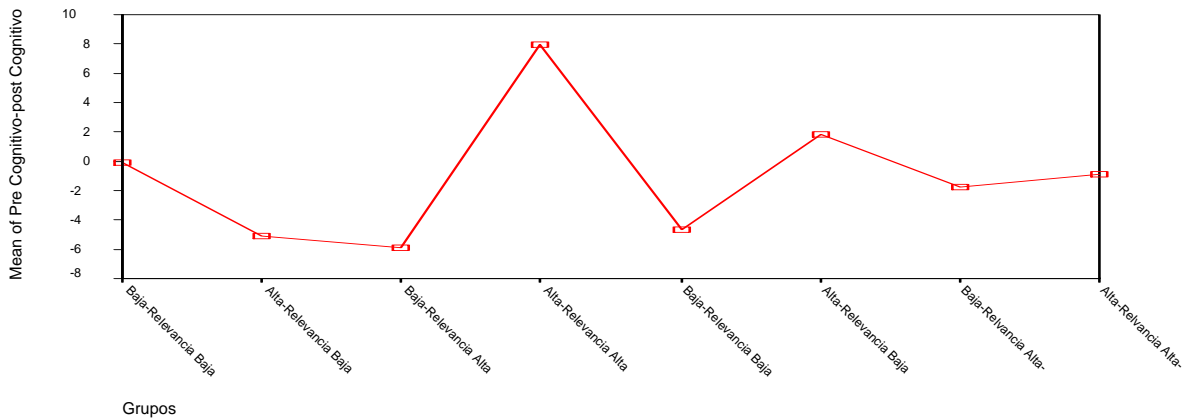
Interacción significativo para el cambio de actitud de base cognitiva

La interacción de las tres variable Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje obtuvo el mayor efecto en el cambio de actitud hacia las dietas ($F=7.893$, $p<0.006$) por lo que el grupo de alta relevancia alta expertez y mensaje afectivo que es el grupo 4 fue muy diferente en el efecto del cambio inmediato de actitud. En la interacción de las combinaciones de las variables en el interacción de segundo orden solo la relevancia con la expertez de la fuente fue significativo ($F=5.43$, $p<.021$) y la combinación de las combinaciones de las variables en el interacción de tercer orden Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje ($F=7.89$, $p<.006$) por lo cual se reporto que la variable de relevancia personal se mostró como una variable con una alta nivel de persuasión.

Tabla 21: Variables independientes con actitud de base Cognitiva

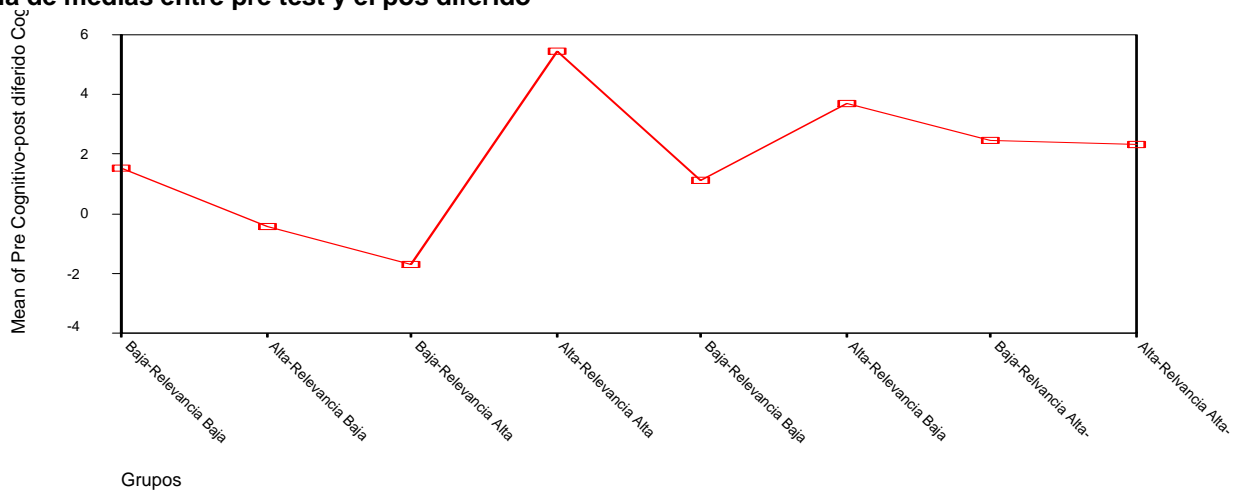
		Variables independientes con actitud de base Cognitiva					
		Alta relevancia	Baja relevancia	Alta expertez	Baja expertez	Mensaje afectivo	Mensaje cognitivo
Medias N	Pre-test N	29.71 80	30.06 81	30.06 77	29.73 84	29.49 71	30.20 90
	Post-test N	28.86 80	30.89 81	30.38 77	31.67 84	29.28 71	32.28 90
Cambio pre-post		.85	-.83	-.32	-1.94	.19	-.8

Diferencia de medias entre pre test y el pos test



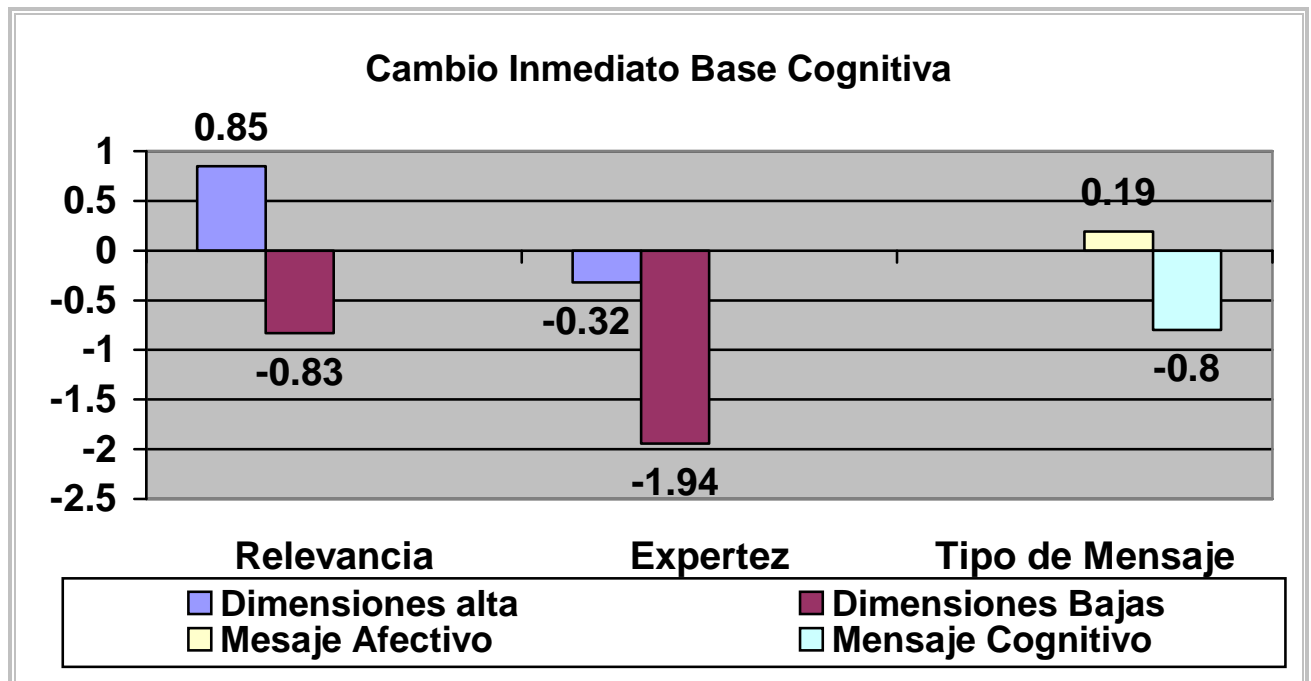
En la grafica podemos observar que el grupo cuatro es el que mayor cambio de actitud desfavorable hacia las dietas para adelgazar mostró, por lo que el efecto de interesa a las personas sobre el tema, la fuente que tenga una alta credibilidad y una combinación de argumentos que propongan las consecuencias del problema pero con aspectos afectivos logran mejores resultados para que las adolescentes cambien su manera de abordar adelgazar así como caer en un trastorno de alimentación.

Diferencia de medias entre pre test y el pos diferido



Como podemos observar en el pos diferido el grupo 4 sigue siendo el grupo que mayor cambio obtuvo aunque el efecto de otros grupos sube en el cambio de la actitud desfavorable hacia las dietas con respecto al post inmediato.

A continuación podemos ver los efectos de las variables independientes siendo el mensaje afectivo el mayor cambio de la actitud logro por si solo de forma positiva.

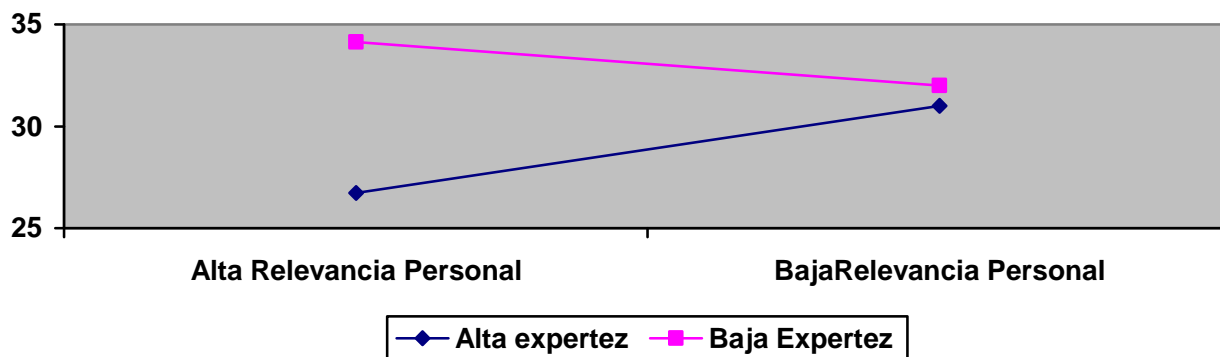


En la grafica nos muestra como la dimensión alta de relevancia personal fue la que logro mayor cambio en la base cognitiva de la actitud, que cualquier otra de las variables independientes, la variable de tipo de mensaje afectivo también logro el cambio aunque de menor grado. Con respecto a las dimensiones bajas el cambio fue contrario a favor de una dieta para bajar de peso.

Tabla 22: Valores de las interacciones en la condición de cambio de actitud de la base cognitivo

	Alta Expertez	Baja Expertez	Mensaje afectivo	Mensaje Cognitivo
Alta Relevancia	26.72 39	31.00 41	26.58 33	30.55 47
Baja relevancia	34.13 38	32.30 43	32.03 38	34.16 43
Mensaje afectivo	28.57 37	30.50 34		
Mensaje Cognitivo	32.28 40	32.05 50		

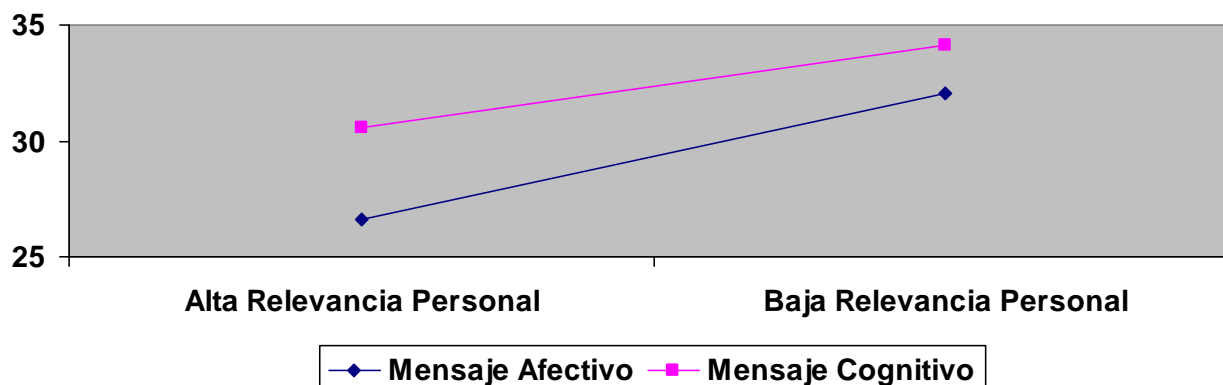
Relevancia Personal contra Expertez de la Fuente



En la grafica podemos observar que al aumentar la alta relevancia tiene mayor importancia en la quien emite el mensaje alta expertez de la fuente, En otras palabras cuando la personas se involucran en el tema toman la importancia mayor de quien proviene de una fuente altamente especializada sobre el tema de los trastornos de la alimentación, las personas cambian mas su actitud desfavorablemente hacia dietas para bajar de peso. por el contrario de al el relevancia es baja no tiene diferencia entre los el efecto que la alta expertez y la baja expertez por lo que las personas consideran prácticamente igual de importante a quien emite el mensaje basándose mas en los argumentos del mensaje.

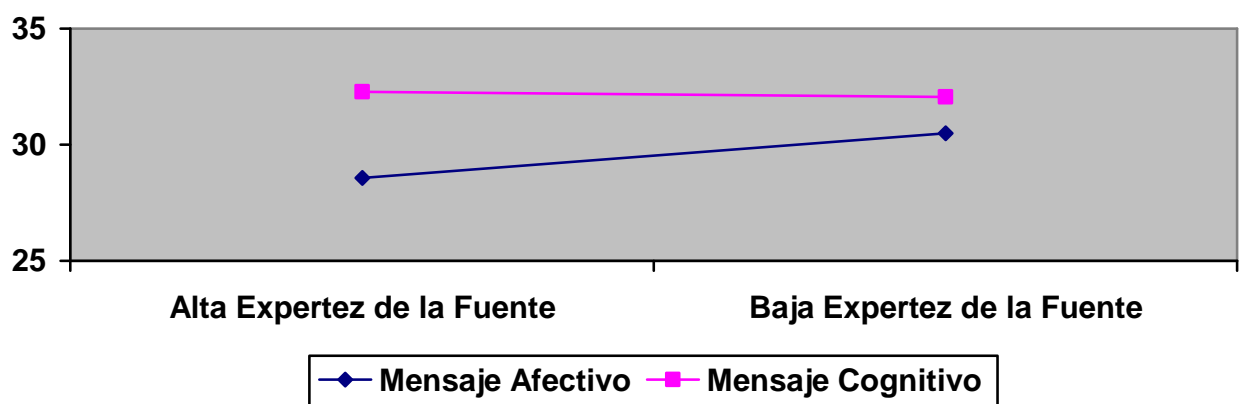
Al ser la única combinación de la interacción de las variables fue significativa en la relevancia contra la expertez tomaremos en cuenta las siguiente interacciones que no resultaron significativas.

Relevancia Personal contra Tipo de Mensaje



Por lo que podemos apreciar en la grafica podemos ver que las personas una alta relevancia personal y con un mensaje afectivo juzgan mas desfavorablemente las actitud dietas para adelgazar que las que se les presento un mensaje cognitivo y una alta relevancia. Por lo que la baja relevancia tuvo mayor grado de actitud favorable hacia las dietas para adelgazar también con un mayor efecto de cambio negativo hacia las dietas. Por otro lado la alta relevancia tuvo mayor efecto sobre las personas en ambos con respecto a los que recibieron baja relevancia personal.

Expertez de la Fuente contra Tipo de Mensaje



Por lo que se refiere al los mensajes contra la expertez de la fuente podemos observar que las personas con un mensaje afectivo tomaron mayor importancia a quien emite el mensaje a través de una alta expertez de la fuente, por lo que respecta al mensaje cognitivo las personas no toman en cuenta la expertez si no la mas el tipo de mensaje cognitivo.

Variables Independientes de base afectiva

Por una parte tenemos como se dieron los cambios por cada grupo y sus combinaciones entre las variables de los grupos, pero las cuestiones del modelo de cómo afectan las variables independientes y sus interacciones de las diversas condiciones pueden afectar los resultados. En la siguiente tabla podemos observar las variables independiente a través de un análisis de varianza factorial considerando que las variables relevancia personal, expertez de la fuente y tipo de mensaje.

Tabla. 23: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la variable dependiente post actitud de base afectiva

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
VARIABLES INDEPENDIENTES			
Relevancia personal	1	2.018	.157
Expertez del mensaje	1	.1544	.216
Tipo de mensaje	1	5.825	.017
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	5.454	.020
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.278	.599
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	1.508	.221
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	11.655	.001

$R^2 = .14$

Como se puede observar de las variables independientes, como teóricamente por parte del lado afectivo el tipo de mensaje es una condición para que se pudiera cumplir el cambio en la actitud afectiva, nos muestra un valor significativo ($F=1.037$, $p<0.018$) lo cual indica que las adolescentes toman en cuenta el tipo de mensaje, lo cual nos indica la capacidad para procesar el mensaje considerando.

Interacción significativo para el cambio de actitud de base cognitiva

La interacción de las tres variable Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje obtuvo es la que mayor efecto en el cambio de actitud hacia las dietas ($F=11.65$, $p<0.001$) por lo que el grupo de baja relevancia baja expertez y mensaje cognitivo que es el grupo 5 fue muy diferente en el efecto del cambio inmediato de actitud de base afectiva. Por lo cual es una la combinación de esta serie de variables nos da una sugerencia de lo afectivo tiene una cierta sugerencia de la ruta periférica en este caso en que se basa la actitud.

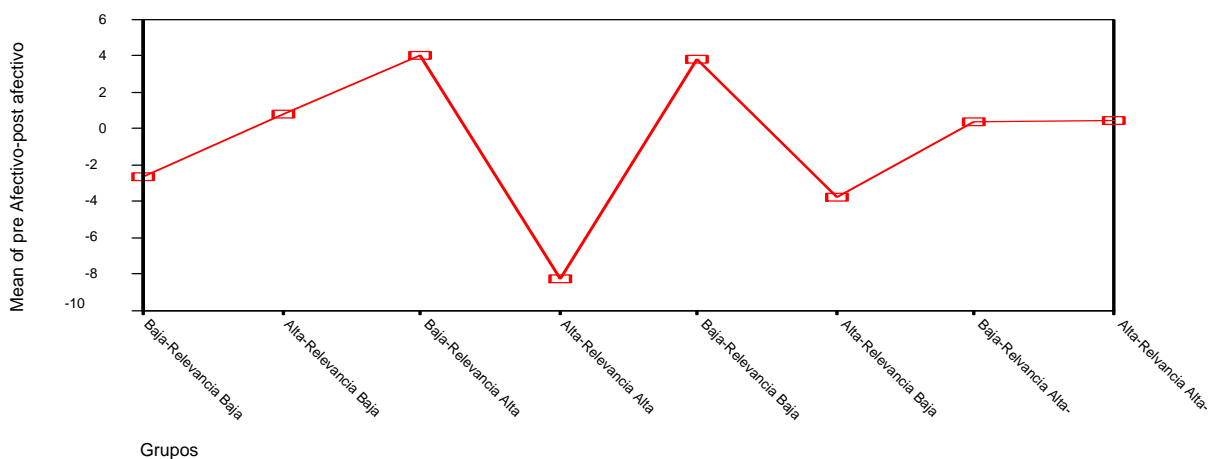
En la interacción de las combinaciones de las variables en el interacción de segundo orden solo la relevancia con la expertez de la fuente fue significativo ($F=5.454$, $p<.020$) y la combinación de las combinaciones de las variables en el interacción de tercer orden Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje ($F=13.36$, $p<.001$) por lo cual se reporto que la variable de tipo de mensaje y relevancia personal se mostró como una variable con una buen nivel de persuasión.

Tabla 24: Variables independientes actitud de base Afectiva

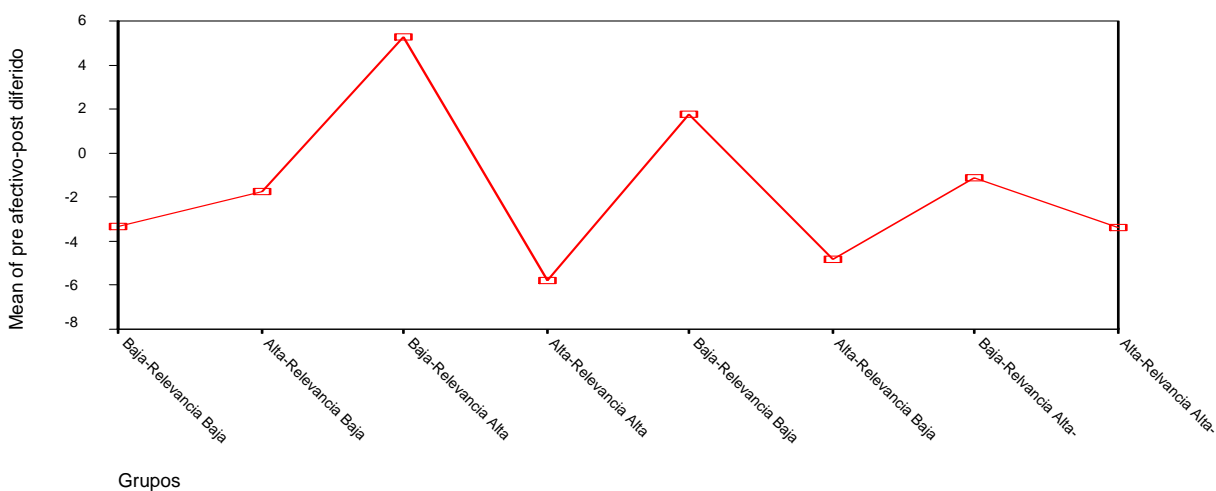
Variables independientes actitud de base Afectiva							
		Alta relevancia	Baja relevancia	Alta expertez	Baja expertez	Mensaje afectivo	Mensaje cognitivo
	Pre-test N	28.31 80	30.36 81	29.97 77	28.76 84	30.03 71	28.80 90
	Post-test N	30.89 80	33.16 81	30.69 77	29.12 84	31.83 71	28.32 90
	Cambio pre-post	-2.58	-2.8	-0.72	-0.36	1.80	-0.48

En la grafica podemos observar que el grupo cinco es el mayor cambio de actitud desfavorable hacia las dietas para adelgazar mostró, una combinación, baja relevancia, baja expertez y argumentos cognitivo logran mejores resultados para que las adolescentes cambien su manera de abordar adelgazar así caer en un trastorno de alimentación del lado afectivo.

Diferencia de medias entre pre test y el pos inmediato

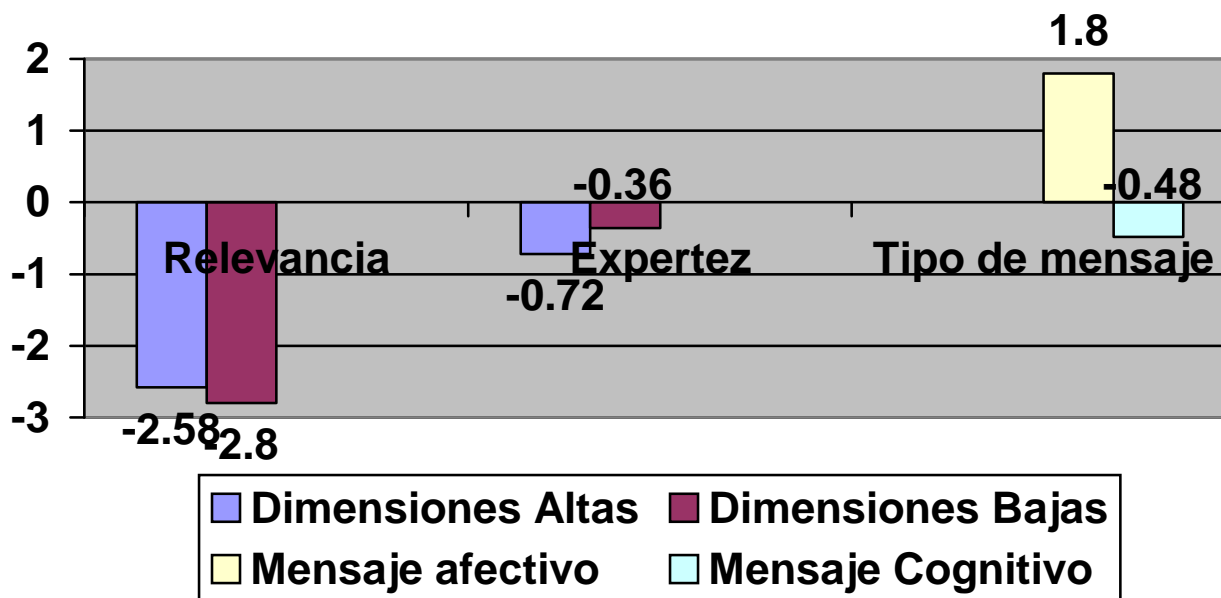


Diferencia de medias entre pre test y el pos diferido



A continuación podemos ver los efectos de las variables independientes siendo el mensaje afectivo el mayor cambio de la actitud logro por si solo de forma positiva.

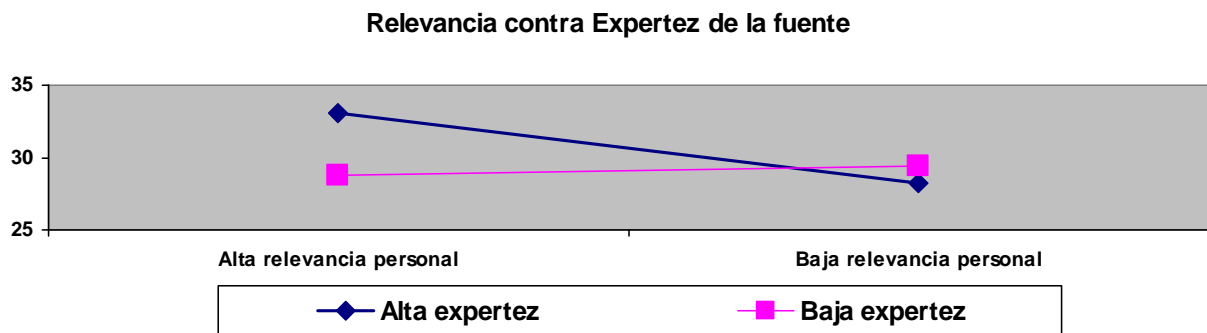
Cambio Inmediato de Base Afectiva



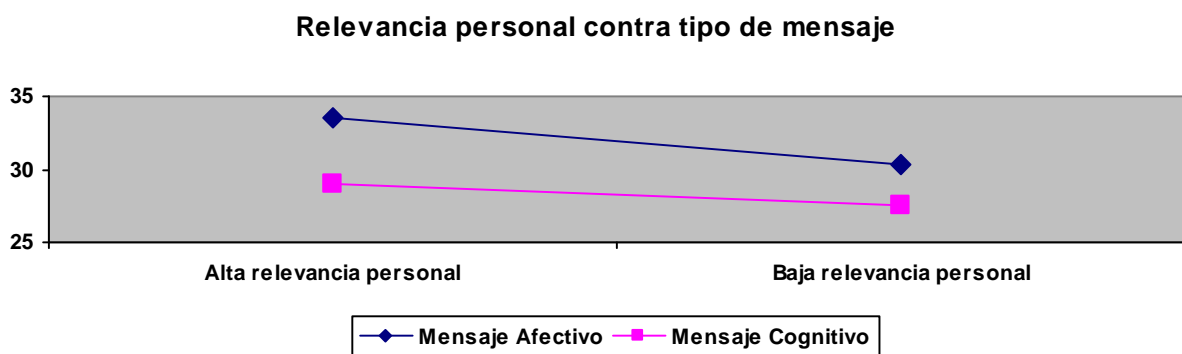
En la grafica nos muestra como la dimensión de tipo de mensaje fue la que logro mayor cambio en la parte de la base afectiva de la actitud que cualquier otra de las variables independientes. Con respecto a las dimensiones bajas y altas así como el mensaje cognitivo el cambio fue contrario a favor de una dieta para bajar de peso.

Tabla25: Valores de las interacciones en la condición de cambio de actitud de la base afectivo

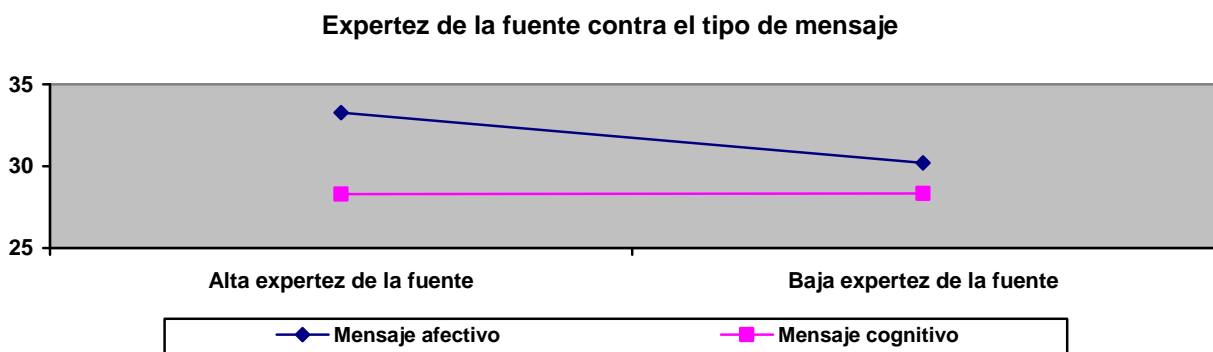
	Alta Expertez	Baja Expertez	Mensaje afectivo	Mensaje Cognitivo
Alta Relevancia	33.10 39	28.78 41	33.58 33	29.00 47
Baja relevancia	28.21 38	29.44 43	30.32 38	27.58 43
Mensaje afectivo	33.27 37	30.20 34		
Mensaje Cognitivo	28.30 40	28.34 50		



Al contrario de la base cognitiva, la base afectiva toma un contraste ya que en vez de la una baja expertez y una baja relevancia tiene un mayor efecto sobre el cambio de actitud hacia las dietas que a las que se les dio una alta relevancia y una alta expertez, por lo que respecta a la baja expertez de la fuente en la interacción con la relevancia no se tiene un mayor diferencia con respecto a como las personas se involucran en tema.



Con respecto a la relevancia con respecto a mensaje como ya se ha visto el mensaje cognitivo tuvo un mayor efecto que el mensaje afectivo, aunque el mensaje afectivo tuvo mayor efecto con una baja relevancia.



Por lo que se refiere a un mensaje cognitivo el mensaje afectivo tiene mayor efecto en el cambio cuando se tiene una baja expertez de la fuente que cuando se tiene una alta expertez y cuando el mensaje es cognitivo las personas tiene el mismo efecto cuando la expertez es baja o alta.

Efectos de la covariable Necesidad de cognición

Necesidad de cognición y base Cognitiva

Al tomar la necesidad como covariable como motivación de la ruta central en el modelo, se observa que no es significativa la influencia de esta covariable con respecto a la base cognitiva en el cambio de actitud por que esta covariable no tiene efecto sobre la variable dependiente, por lo que se debe solamente a las variables independientes y sus interacciones.

Por lo consiguiente se procedió a analizar la covariable ya no de manera continua sino en sus dos dimensiones alta y baja necesidad de cognición, en los efectos que se pudieran tener con la variable dependiente.

Se dividió la muestra para crear una variable en cual se resultara las dos dimensiones alta necesidad de cognición y baja necesidad de cognición y analizar la variable como una variable independiente. Los resultados expresados en la tabla 26 cuyo efecto no fue significativo.

Tabla. 26: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable necesidad de cognición y la variable dependiente post de actitud de base cognitiva

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Necesidad de cognición	1	.073	.787
Variables Independientes			
Relevancia personal	1	8.054	.005
Expertez del mensaje	1	.823	.366
Tipo de mensaje	1	3.466	.065
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	5.358	.022
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.217	.642
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	.388	.534
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	7.584	.007

R²=.143

Necesidad de cognición y base Afectiva

Por otra parte en la base afectiva, se observa que es significativa la influencia de esta covariable con respecto a la base afectiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene un efecto sobre la variable dependiente, por lo que esta covariable participa en el cambio de actitud por lo que tener una motivación por el gusto por el pensamiento afecta de manera la disponibilidad de las adolescentes a tener una actitud favorable o desfavorable a las dietas para adelgazar, como se demuestra ($F=4.18$), y se observa que el tipo d mensaje es la única variable que afecta por si sola el cambio de actitud necesidad de cognición afecta, la relación relevancia y entre expertez y la combinación de las tres en una interacción de tercer orden.

Tabla. 27: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable necesidad de cognición y la variable dependiente post de actitud de base Afectiva

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Necesidad de cognición	1	4.180	.042
Variables Independientes			
Relevancia personal	1	1.951	.165
Expertez del mensaje	1	1.807	.181
Tipo de mensaje	1	5.629	.019
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	5.387	.022
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.130	.719
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	1.741	.189
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	10.257	.002

$R^2=.17$

Al introducir la covariable necesidad de cognición la única variable independiente que resulto significativa fue el tipo de mensaje en el cambio de actitud cuya media en el mensaje afectivo 31.83 con una desviación estándar 10.17 $N=71$ y para la media del mensaje cognitivo 28.32 y una desviación estándar 8.32 $N=90$, por lo que los que condición de necesidad de cognición y un mensaje cognitivo tenia mayor influencia que cuando tenia un mensaje cognitivo.

Covariable Necesidad (acercamiento) Afectiva en base Cognitiva y afectiva

Al introducir covariable la escala necesidad de afecto podemos observar que no es significativo y que solo se debe a las variables independientes. Como se puede ver en la tabla

siguiente. Por lo que esta covariable no tiene un efecto significativo tanto en la base cognitiva como en la base afectiva del cambio de actitud

Tabla. 28: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable necesidad de afectiva (acercamiento a las emociones) y post de actitud de base Cognitivo

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Necesidad de Afecto (acercamiento a las emociones)	1	.374	.541
Variables Independientes			
Relevancia personal	1	8.320	.004
Expertez del mensaje	1	.990	.321
Tipo de mensaje	1	3.580	.060
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	5.424	.021
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.274	.602
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	.442	.507
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	7.855	.006

R²= .14

Por lo consiguiente se procedió a analizar la covariable ya no de manera continua sino en sus dos dimensiones alta y baja necesidad afectiva de acercamiento, en los efectos que se pudieran tener con la variable dependiente.

Se dividió la muestra para crear una variable en cual se resultara las dos dimensiones alta necesidad de afectiva y baja necesidad afectiva y analizar la variable como una variable independiente.

Los resultados expresados en la interacción de cuarto grado de las variables en la base cognitiva con (F=4.15, p<0.045) por lo que el grupo de bajo acercamiento emocional, alta relevancia, alta expertez y mensaje afectivo que es el grupo 4 fue muy diferente en el efecto del cambio inmediato de actitud de base afectiva con una media de 17.

Los resultados expresados en la interacción de cuarto grado de las variables en la base afectiva con (F=7.67, p<0.007) por lo que el grupo de bajo acercamiento emocional, baja relevancia, alta expertez y mensaje afectivo que es el grupo 3 fue muy diferente en el efecto del cambio inmediato de actitud de base afectiva con una media de 11.

Tabla. 29 : Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable necesidad de afectiva (acercamiento a las emociones) y la variable dependiente post de actitud de base Cognitivo

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Necesidad de Afecto (acercamiento a las emociones)	1	1.033	.331
VARIABLES INDEPENDIENTES			
Relevancia personal	1	1.795	.182
Expertez del mensaje	1	1.065	.304
Tipo de mensaje	1	5.661	.019
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	5.531	.020
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.223	.638
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	1.286	.259
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	11.668	.001

R²= .155

Covariable Necesidad (evitación) Afectiva en base Cognitiva y afectiva

Al introducir covariable la escala necesidad de afecto en el siguiente factor de evitación podemos observar que no es significativo y que solo se debe a las variables independientes.

Como se puede ver en la tabla siguiente.

Tabla. 30: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable necesidad de afectiva (evitación a las emociones) y la variable dependiente post de actitud de base Cognitivo

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Necesidad de Afecto (evitación a las emociones)	1	.675	.413
VARIABLES INDEPENDIENTES			
Relevancia personal	1	8.186	.005
Expertez del mensaje	1	.856	.356
Tipo de mensaje	1	3.541	.062
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	4.911	.028
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.169	.681
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	.358	.551
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	7.459	.007

R²= .146

Por otra parte en la base afectiva, se observa que es significativa del efecto de esta covariable con respecto a la base afectiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene un influencia sobre la variable dependiente, por lo que esta covariable participa en el cambio de actitud por lo que tener una motivación experiencia de evitar emociones esta motivación emocional a la disponibilidad de las adolescentes a tener una actitud favorable o desfavorable a las dietas para adelgazar, como se demuestra ($F=3.920$), y se observa que el tipo de mensaje es la única variable que afecta por si sola el cambio de actitud necesidad afectiva de evitación, la interacción de las dos variables resulto significativa relevancia y entre expertez y la combinación de las tres en una interacción de tercer orden.

Como se puede ver en la tabla siguiente. Por lo que esta covariable tiene un efecto significativo en la base afectiva del cambio de actitud. Por lo que la experiencia entre la relación de la evitar emociones, es decir no dejarse llevar por las experiencias sentimientos y afectos y tratar de ser mas lógicos a analizar los argumentos.

Tabla. 31: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable necesidad de afectiva (evitación a las emociones) y la variable dependiente post de actitud de base afectivo

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Necesidad de Afecto (evitación a las emociones)	1	3.920	.050
VARIABLES INDEPENDIENTES			
Relevancia personal	1	2.142	.145
Expertez del mensaje	1	1.747	.188
Tipo de mensaje	1	6.015	.015
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	4.543	.035
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.117	.733
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	.1.443	.232
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	10.730	.001

$R^2=.17$

Bienestar Subjetivo (bienestar general) Afectiva en base Cognitiva

Al tomar la bienestar general como covariable que hace referencia a una aproximación cognitiva de juicio de bienestar con la vida creemos que esta covariable tendrá efecto en la base cognitiva de la actitud, se observa que es significativa la influencia de esta covariable con respecto a la base cognitiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene efecto sobre la variable dependiente.

Por lo que se refiere a las personas que tienen relación con su bienestar el hecho el componente cognitivo referente a la satisfacción individual con la vida (la evaluación de la propia vida en concordancia con determinados estándares subjetivos, es decir un juicio global acerca de la propia vida).

Se observa que es significativa del efecto de esta covariable con respecto a la base cognitiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene un influencia sobre la variable dependiente, por lo que esta covariable participa en el cambio de actitud por la disponibilidad de las adolescentes a tener una actitud favorable o desfavorable a las dietas para adelgazar, como se demuestra ($F=5.073$), y se observa que la relevancia y el tipo de mensaje son variable que afecta por si sola el cambio de actitud bienestar subjetivo (Bienestar general), la interacción de las tres variables resulto significativa relevancia, entre expertez y el tipo de mensaje en la combinación de las tres en una interacción de tercer orden.

Tabla. 32: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable Bienestar subjetivo (bienestar general) y la variable dependiente post de actitud de base cognitiva

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Bienestar general	1	5.073	.025
Variables Independientes			
Relevancia personal	1	6.799	.010
Expertez del mensaje	1	.557	.456
Tipo de mensaje	1	8.253	.005
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	2.648	.105
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.990	.321
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	1.373	.243
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	7.883	.006

R²= .156

Bienestar Subjetivo (Componente afectivo) Afectiva en base Cognitiva

Por otra parte el componente afectivo como covariable que hace referencia a una aproximación afectiva de juicio con el balance afectivo que es de índole individual (actuado o percibido, referente a la preponderancia relativa de la experiencia emocional placentera sobre la no placentera o desagradable) y que es denominado balance afectivo (el balance entre el placer y el displacer) creemos que esta covariable tendrá efecto en la base afectiva de la actitud, se observa que es significativa la influencia de esta covariable con respecto a la base afectiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene efecto sobre las variables dependientes.

Se observa que es significativa del efecto de esta covariable con respecto a la base afectiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene un influencia sobre la variable dependiente, por lo que esta covariable participa en el cambio de actitud por la disponibilidad de las adolescentes a tener una actitud placenteras o desplacenteras a adelgazar como se demuestra ($F=4.609$), y se observa que la relevancia y el tipo de mensaje son variable que afecta por si sola el cambio de actitud bienestar subjetivo (Bienestar general), la interacción de dos variable en una interacción de segundo orden relevancia personal y entre expertez y la combinación de las tres en una interacción de tercer orden como se puede ver en la tabla siguiente.

Tabla. 33: Análisis de varianza factorial de las variables Independientes y su interacción con la covariable Bienestar subjetivo (Componente afectivo) y la variable dependiente post de actitud de base Afectiva

	Cambio de en post test Inmediato		
	gl	F	Sig.
Covariable			
Componente afectivo	1	4.609	.033
Variables Independientes			
Relevancia personal	1	4.060	.046
Expertez del mensaje	1	1.025	.313
Tipo de mensaje	1	4.912	.028
Interacción de segundo orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente	1	3.266	.073
Relevancia personal con Tipo de mensaje	1	.374	.542
Expertez del mensaje con Tipo de Mensaje	1	1.503	.222
Interacción de Tercer orden			
Relevancia personal con Expertez de la fuente con tipo del mensaje	1	14.602	.001

R²= .186

Discusión

Capítulo V

Ciencia es todo aquello sobre lo cual cabe siempre discusión.
La ciencia es solo un ideal. La de hoy corrige lo de ayer,
Y lo de mañana lo de hoy
José Ortega y Gasset (1883-1955).

Con respecto a la actitud de bases de la actitud

En este estudio exploramos el grado en el que los individuos estructuran diferenciadamente sus actitudes hacia ciertos objetos en la actual investigaciones en la literatura muchos autores especifican que la evaluación en una dimensión no es suficientes para explicar la complejidad de la actitudes, por lo que los resultados nos dan sugerencia de que las actitudes no solo se basan en una evaluación que sugiere que va de lo positivo a lo negativo o agrado desagrado, partiendo de un entendido de que los antecedentes abordadas en el marco teórico en la que sugieren que las actitudes pueden ser duales que se expresan en el concepto de que las actitudes pueden estar consideras en la activación de dos o mas dimensiones al momento del juicio en la evaluación hacia el objeto (Zajonc 1980, Cacioppo, Gardner y Berntson, 1997; Thompson y Zanna, 1995).

Así considerando a la base de la actitud como una forma en la cual se almacena la información y esta es recuperada al momento de emitir la evaluación hacia el objeto, Partiendo de lo propuesto por Zanna y Rempel (1988) en relación con la existencia simultánea de información afectiva y cognoscitiva en la formación de una misma actitud, los dos objetos hacia los cuales las adolescentes debían expresar sus actitudes. En los cuales los datos obtenidos confirman esta hipótesis, al mostrar cómo en el caso de las dietas para adelgazar, la base afectiva predomina sobre la base cognitiva de la actitud y la relación entre ambas es inversa.

Otro punto importante de la actitud es que se puede recuperar la información de base afectiva y cognitiva distinguir la diferencia de sus implicaciones en la evaluación. Esto sugiere que los individuos somos capaces de diferenciar entre los dos tipos de información sobre la cual se crean las actitudes, así como de confiar en forma distinta en una u otra, y a partir de eso

derivar sus actitudes. Estos componentes de la actitud se miden típicamente con las escalas de artículos evaluativos relevantes (Crites, Fabrigar, y Petty, 1994) o teniendo el valor de la evaluaciones de la gente implicaciones de sus asociaciones emocionales y de la creencia libremente generadas al objeto (Bell, Esses, y Maio, 1996; Abadejos Y Zanna, 1998). (Sorolla, 2004) por lo que al demostrar las mediciones que se utilizaron en los dos objetos se puede distinguir entre los dos tipos de base, se lograron buenas confiabilidades y una buena discriminación entre las adolescentes de bachillerato, por lo considerado entre el bienestar subjetivo usado como una covariable, lo que podemos afirmar que refuerza la medición que se tiene acerca de los afectos de las personas.

Específicamente, suponemos que el afecto predominó sobre la cognición en la expresión de actitudes y del comportamiento cuando el objeto fueron las dietas para adelgazar, pues la estructura afectivo-cognoscitiva subyacente de la actitud era ambivalente (es decir, que el afecto y la cognición tenían una valencia opuesta), pero esto no sucedió cuando el objeto fue la asistencia a consultar al nutriólogo, ya que en ese caso la estructura actitudinal era univalente (es decir, el afecto y la cognición tenían la misma valencia). Si se observan las medias de los factores, es posible observar que aquellas correspondientes a la base afectiva de la actitud hacia las dietas es más alta que las de la base cognitiva, lo que en primera instancia indicaría un mayor peso de la primera sobre la actitud, en cambio la actitud hacia consultar al nutriólogo parece estar más sustentada en el componente cognitivo.

Con esto podemos afirmar que la hipótesis específica las mujeres adolescentes tienen una actitud favorable hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto en los trastornos alimentarios (anorexia) no podemos afirmar que tienen una actitud favorable en el juicio total pero si podemos afirmar que el mayor peso recae en lo afectivo que es muy favorable en contra de la actitud cognitiva que es menos favorable pero al revisar la parte de la conducta podemos observar que la mitad de estas adolescentes ha realizado un dieta si control medico por lo que es importante tocar este problema desde la parte de la información de campañas de salud con respecto a los trastornos de alimentación.

Por lo que con respecto a los estudio de las actitudes y las investigaciones en que se contemplan la actitudes tanto del lado de la información afectiva y de la información cognitiva, se tiene que hace un enfoque en los estudios de Crites en los años 94 y 98 donde discute este punto mas a fondo.

Con lo que se refiere a la hipótesis general respecto a la actitud

Las actitudes de base afectivas predominaría sobre la actitudes de base cognitivas en la determinación del comportamiento en las dietas que llevan a tener un cuerpo esbelto y los trastornos de alimentación en mujeres adolescentes.

La primera parte de la investigación se confirma la hipótesis de que la información en la memoria de las personas cuando se realiza la evaluación hacia ciertos objetos sociales, predomina una de estas en el caso de ciertas cuestiones que involucran cuestiones emocionales como la apariencia física, algunos problemas de salud como el tabaco, el alcohol etc. Y en este caso como puede ser la imagen que uno tiene de su cuerpo.

Una segunda cuestión que se ha observado en los últimos años es que se ha desligado o se ha tomado poco en cuenta el estudio del afecto en la evaluación total de la actitud y se ha privilegiado lo cognitivo como la evaluación total de las actitudes como se da en los modelos teórico de actitudes modelo de conducta planeada modelo de creencias etc. La primacía del postulado de Zajonc es importante para tomar en cuenta de que puede haber actitudes basadas en una o en otra información. Ya que postula la información de tipo afectiva o cognitiva ejerce sobre la actitud es diferente para la formación de la misma. En su teoría a priori sobre el afecto, sostiene que las respuestas afectivas pueden a menudo preceder cronológicamente a las respuestas cognoscitivas en la formación de la actitud.

Por otra parte. Asimismo, la obtención de una correlación negativa entre las bases de la actitud, permite pensar que efectivamente las jóvenes tienen una actitud ambivalente hacia las dietas, lo que estaría indicando que existe un conflicto entre sus afectos positivos y sus evaluaciones negativas hacia las dietas para bajar de peso, en el sentido que ya señalaban (Eagly y Chaiken 1993, y también Maio, 2000 y McGregor 1999). Por lo que la información que estas tienen ante las dietas para estar esbelta no es totalmente clara y puede llevarlas a no conocer los métodos más adecuados para llevar una alimentación balanceada, los recursos que pueden tener y con quien acudir en este caso el nutriólogo, por lo que las campañas políticas de salud en este rubro debe estar encaminadas no solo a informar de cifras y consecuencias sino ampliar la campaña a factores que toquen aspectos emocionales y personales de las

adolescentes antes de darles la información básica y estructurada del problema de los trastornos de alimentación.

Por lo cual queda la importancia de a continuación determinar la siguiente fase de la hipótesis si lo afectivo y cognoscitivo de las bases de actitudes llega a ser importantes para delinear la manera de la cual estos dos tipos de información actitudinal actúan en el cambio de actitud.

Discusión acerca de las variables independientes

La relevancia personal

Como se observo en los resultados la variable de relevancia personal fue la variable que mayor persuasión consiguió en el cambio de actitudes, contando sus interacciones con las otras dos variables expertez de la fuente y con el tipo de mensaje, por lo que, como el modelo de probabilidad de elaboración considera a esta variable como ruta central ya es importante para motivar al procesamiento de la información, se logro motivar a las adolescentes en la manipulación para reflexionara en el problema que causa este tipo de situación.

Sin embargo solo es importante considerar el problema que se tiene en esta variable ya que solo toco el lado de la información cognitiva (actitud de base Cognitiva) y no así en el lado de la información afectiva (actitud de base afectiva) por lo que representa una estructura mas compleja en cuanto a los elementos que intervienen en la en la persuasión en algunos objetos sociales. Los objetos específicos de la actitud pueden intrínsecamente diferenciar el grado en el cual invocan o producen las reacciones afectivas o cognoscitivas. (Esses 1993 citado en Lavine, H, y cols 1998.

Considerando que en lo base afectivo y la relevancia personal no tiene un efecto significativo de manera individual nos puede llevar a considerar que tal vez el proceso de la motivación de las personas es mucho mas complejo de lo esperado por lo que no solo se basa en que las personas se motiven cognitivamente con la relación con la variable de necesidad de cognición sino considera la motivación basada en la emoción y afectos talvez con su relación con la variable necesidad afectiva, por lo que importante considerar en la discusión.

Expertez de la fuente

La expertez de la fuente considerada una variable de señal periférica en el modelo, con base a la manipulación lograda los resultados indican no se muestra significativa tanto de la base afectiva y cognitiva aunque siempre interactúa con las otras variables, por lo cual cuando las personas están motivadas para procesar la información no necesitan las claves periféricas o cuando el mensaje contiene cierto tipo de información (afecto – cognición) las claves periféricas no intervienen en la persuasión por el lado afectivo.

Considerando que esta variable esperábamos que fuera la que obtuviera mayor cambio en la persuasión por considerar que las adolescentes consideraran la imagen de quien emite el mensaje por tener un prestigio y así tener un menor esfuerzo mental, más que por su contenido no es así, por lo que es importante considerar la importancia que tiene el afecto y la cognición en la elaboración de la información y del proceso que llevan las rutas del modelo de probabilidad de elaboración.

Tipo de información

La discusión puede reforzar propuesta de que la información afectiva es más predominante que la cognitiva, la consideración de Zajonc (1980, 1984) considerando que el tipo de información aunque en la base afectiva es significativo por sí sola y en lo cognitivo se acerca considerablemente, una discusión interesante se expresa en el grupo cuatro donde el mayor cambio se dio con un mensaje afectivo cambia la actitud desfavorable a las dietas en la base cognitiva pero no es así en la base afectiva al contrario la actitud se eleva favorablemente en la base afectiva por lo que es importante considerar el presupuesto de la hipótesis de que la ambivalencia afecta cambio de actitud la gente con actitudes ambivalentes hacia las dietas hace más probable procesar sistemáticamente la información sobre el cambio y basarse en la que mayor peso tenga sobre la actitud.

Las Interacciones de las variables

a interacción tercer orden entre las tres variables por lo que podemos apuntar en los resultados de la gráfica que cuando las personas tuvieron una alta relevancia, mayor expertez de la fuente y mensaje afectivo el cambio de actitud fue mayor hacia una actitud desfavorable a las

dietas en este caso en la base cognitiva, la ruta que llevaron las personas en este grupo fue la ruta central en la cual el escrutinio de la información estaba bien establecida sobre el tema ya que estaban involucradas sobre el tema (motivación para procesar la información) y considerando una fuente experta sobre el tema.

Por lo que es importante considerar en esta sociedad las adolescentes consideran la importancia que tiene el significado de la esbeltez y los temas relacionados con el bajar de peso como en el presente estudio cuando en la escala de factores asociados a las dietas el modelamiento social fue el que mayor peso tuvo sobre las bases de las actitudes y en estudio de las creencias los métodos relacionado con las dietas y el gusto por estas llevan a realizar una dieta por lo que es importante en esta consideración llevar a las adolescentes a acércalas temas con alto interés para observar las consecuencias que esta pudieran tener realizando una dieta no controlado, en combinación con una fuente experta que le de confianza en explicación de los argumento analizados desde una parte científica pero con cuestiones afectivas que hagan a estas reflexionar de las consecuencias posibles.

Por otra parte podemos decir que la relevancia personal en su dimensión alta en las interacción con expertez logro mayor cambio de la actitud desfavorable sobre las dietas para adelgazar, en cuanto a mensaje afectivo logro igualmente en la combinación de la las dimensiones altas un mayor cambio desfavorable hacia las dietas, por lo que no solamente se basa que los mensajes contengan información sobre el problema social sino que involucren a la gente a través de argumentos afectivos que sean expresados por fuentes expertas al tema y que sea de interés para involucrar a los adolescentes como es este caso.

En el caso contrario parece haber una relación contraria en la base afectiva ya que la intelección de tercer grado las tres variable fueron significativa en esta caso el grupo cinco las personas que recibieron una baja relevancia, baja expertez y mensaje cognitivo fueron las que mayor cambio de actitud desfavorable a las dietas y también es importante mencionar que el mayor cambio favorable fue el grupo 4 por otro lado en la interacción de segundo grado las personas que recibieron en esta caso baja relevancia y alta expertez que es el presupuesto de la ruta periférica tuvieron mayor cambio desfavorable en la actitud hacia las dietas para bajar de peso, en cambio con la respecta al mensaje cognitivo no tuvo diferencia entre la dimensiones en la interacción de alta y baja en relevancia y expertez de la fuente, contrariamente el mensaje afectivo tuvo mayor efecto en las dimensiones baja de relevancia y expertez de la fuente.

En cuanto al grupo 4 es el cual se nota mas la parte final de la hipótesis de la ambivalencia de la actitud, la medición inicial de la actitud nos mostró una relación contraria entre la base afectiva y cognitiva de la misma, por lo que después de tratamiento la información para el cambio de actitudes podemos observar que la el cambio en la actitud se ve afectado en cuanto a la base cognitiva la actitud se presenta desfavorable hacia realizar dietas para bajar de peso sin control medico y por la otra parte la base afectiva su cambio se ve afectado de manera positiva a favor de la hacer dietas, en este caso se desprenden preguntas:

El modelo de elaboración como modelo dual en el cual la información lleva dos rutas la central y la periférica ¿las personas procesan la información al mismo tiempo en las dos rutas? ¿Cuál en este caso es la que predomina, si la ambivalencia en el cambio de actitud toma un efecto contrario en la bases de la actitud? ¿Las actitudes implícitas son las afectivas y las cognitivas las explícitas? por lo cual el proceso de cambio en la base cognitiva es el resultado total en la evaluación en la nueva formación de la actitud, o la actitud de base afectiva predomina en base al peso de sus medias por lo que el afecto es muy importante en la delineación de la contracción total en la formación del cambio de la actitud final.

Por lo que importantes retomar algunos conceptos de la de la estructura de la actitud como actitudes explícitas e implícitas, ambivalencia, accesibilidad y de las bases que respondan en cierta medida las preguntas que este estudio siguiere.

Sobre el Modelo de Probabilidad de Elaboración

El Modelo de Probabilidad de Elaboración como un modelo dual donde se involucran dos rutas la central y la periférica por lo que podemos mencionar que los efectos de las variable independiente no tienen el mismo efecto en cuanto a la base afectiva y cognitiva, el efecto de la variables para la base cognitiva considera involucrar la ruta central por otro lado en la base afectiva parece involucrar la ruta periférica, por lo consiguiente parece resultar una complejidad en cuanto como se recupera la información en ambas bases.

Ruta central, lleva una actividad cognitiva de esfuerzo mediante la cual la persona se refiere a su anterior experiencia y conocimiento a fin de escrutar cuidadosamente toda la información relevante par determinar los meritos centrales de la posición por la que aboga (Petty, 1997). Ruta central, se da cuando el receptor intenta realizar una evaluación crítica del

mensaje, para lo cual analiza detenidamente los argumentos presentados, evalúa sus posibles consecuencias y los pone en relación con sus conocimientos previos sobre el tema. Es, por lo tanto, una elaboración sistemática de pensamientos en serie sobre un mensaje (Petty y Cacioppo, 1986). El mensaje receptor de la ruta central genera activamente pensamientos favorables o desfavorables como respuesta a la comunicación persuasiva, la cual es consistente con el acercamiento de respuesta cognitiva a la persuasión.

Como podemos referir en estudio la ruta central parece funcionar correctamente ante la base cognitiva de la actitud pero no así sobre la base afectiva. Por la cual es importante considerar en estudios posteriores tomar en cuenta la diferencia sustancial que puede haber en la información en cual se basa la actitud (afecto-cognición).

Con respecto a la ruta periférica, ocurre cuando el receptor carece de motivación o capacidad de realizar una evaluación detenida del mensaje. El procesamiento periférico describe el cambio de actitud que ocurre sin necesidad de mucho esfuerzo cognitivo en torno al contenido del mensaje y su emisor, canal, etc. En este caso las actitudes se ven más afectadas por elementos externos al propio mensaje, como el atractivo de la fuente o las recompensas por asumir cierta actitud. Este camino utiliza un procesamiento heurístico. (Petty y Cacioppo, 1986). En los cuales es interesante ya que en este caso la actitud de base afectiva se basa más en este caso ya que por cual el tipo de mensaje fue significativo y las interacciones basadas en una baja relevancia y alta expertez fueron significativas.

Es interesante la discusión referente al proceso dual que puede llevar como Modelo de Probabilidad de Elaboración ya que la discusión referente así las personas se guían por una de las dos rutas del modelo, o en este caso se podía decir que las personas pueden basarse sobre las dos rutas del modelo y una al final es la que lleva al cambio e la actitud.

Parece haber un funcionamiento del modelo hacia las adolescentes de bachillerato considerando su edad y las características del objeto estudiado, la complejidad en este caso en tomar la bases de la actitud y llevarla a explicarlas en el modelo parece haber muchas cuestiones que afectan que las personas se vean afectas a cambiar actitudes cuando estas implican una ambivalencia por lo que seria prioridad de la investigación en este campo buscar nueva condiciones en el cual se recuperaran la medidas que lleven a distinguir de manera mas especifica la diferencia entre afecto y cognición, en el campo de lo psicología social e implicando los estudios de neurociencia, llevarlo a objetos tales como en este caso fumar, comer, uso de sustancias adictivas, entre otros objetos que indique la relación afecto-cognición.

En cuanto a la covariables de necesidad de cognición

En cuanto a la necesidad de cognición al ser significativo en la base afectiva la interacción de las tres variables independientes afecta el cambio de actitud en la medida posterior el cambio de actitud esta es mediado por la necesidad de cognición. Por lo que la diferencia entre la covariable ayuda a cambio de la actitud hacia las dietas para tener un cuerpo esbelto en las personas del lado afectivo, en cuanto al no ser significativo en la base cognitivo esto quiere decir que solos debe a la interacción de la variables independientes y a que la relevancia fue una variable altamente persuasiva en el cambio de actitud de la base cognitiva.

En cuanto a la covariables de necesidad Afectiva

En el estudio la covariable de necesidad de afectiva se encontró que el cambio de actitud en la interacción de tercer grado las variables independientes esta mediado por la evitación de emociones, ya que esto podría ser por que la adolescentes están en contacto con experiencias que lleven por la edad a un constante manejo de las emociones, así una manera de llevar a cabo experiencias afectivas hace una diferencia en cuanto a que las personas vea los resultados en la realización de dietas ya que es un objeto que involucra no solamente evaluaciones cognitivas sino evaluación tiene juicio afectivos en la evaluación final. Esta variable como la necesidad de cognición parecen mediar la base afectiva por lo que las personas en este caso preferían tomar las cuestiones de una manera más lógica, este nivel moderado de motivación de las personas, explicaría que la mujeres adolescentes su motivación por parte de la base afectiva es mucho mas complejo de lo esperado ya que las bases son afectados por la ambivalencia.

Por otra parte el acercamiento no logro un efecto sobre las variables independientes por lo que solo de manera continua el grupo cuatro en la base cognitivo el bajo acercamiento emocional, alta relevancia, alta expertez y mensaje afectivo tuvo un efecto diferente y mayor en los grupos así en su disminución baja las personas acercarse a las emociones, y de la parte afectiva el grupo de bajo acercamiento emocional, baja relevancia, alta expertez y mensaje afectivo que es el grupo 3 fue muy diferente en el efecto del cambio inmediato de actitud de base afectiva.

Bienestar Subjetivo

El bienestar subjetivo en su descubrimiento importante ya que a manera de que se pueden recuperar las mediadas tanto de la base cognitiva y de la base afectiva como de el efecto mediado por el bienestar general y el componente afectivo correspondientemente, como se pudo ver los resultados de análisis de varianza factorial el afecto resultado mediado por el base afectiva por componente afectivo y la base cognitiva por el bienestar general.

Por lo que los afectivo y lo cognitivo se las adolescentes lo expresan en mediada de que la satisfacción de bienestar con la vida que es una evaluación basada en la cognición por lo que Al tomar la bienestar general como covariable que hace referencia a una aproximación cognitiva de juicio de bienestar con la vida se confirma que se obtuvo un efecto en la base cognitiva de la actitud, se observa que es significativa la influencia de esta covariable con respecto a la base cognitiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene efecto sobre la variable dependiente. Por lo que se refiere a las personas que tienen relación con su bienestar el hecho el componente cognitivo referente a la satisfacción individual con la vida (la evaluación de la propia vida en concordancia con determinados estándares subjetivos, es decir un juicio global acerca de la propia vida).

El componente afectivo como covariable que hace referencia a una aproximación afectiva de juicio con el balance afectivo que es de índole individual (actuado o percibido, referente a la preponderancia relativa de la experiencia emocional placentera sobre la no placentera o desagradable) y que es denominado balance afectivo (el balance entre el placer y el displacer) esta se obtuvo el efecto en la base afectiva de la actitud, se observa la influencia de esta covariable con respecto a la base afectiva en el cambio de actitud por que esta covariable tiene efecto sobre las variables dependientes.

Referencias

Referencias

Aguirre A. (1996). Psicología de la adolescencia México Alfaomega Grupo Editorial

Álvarez, G., Mancilla, J., López, X., Vázquez, R., Ocampo, M., López, A. V. (1998) Variables psicológicas asociadas a la obesidad: algunos avances de investigación Psicología Iberoamericana, (6) 2, 22-28

Ajzen, I. (2001) Nature and operation of attitudes, *Annual Reviews*, 52, 27–58

Baile, J. (2004) ¿qué es la imagen corporal?. [En línea]. Disponible http://www.uned.es/catedela/revista/n002/baile_ayensa.htm

Bairon, Byrne (2001) psicología social, Las actitudes: una evaluación del mundo social, España Prentice Hall, Inc

Breckler, S. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 6, 1191-1205.

Chaiken, S., Stangor C., (1987) Attitudes and attitude change, *Annual Reviews*, 38, 575-630

Chaiken, S., y Yates, S. M. (1985). Affective-cognitive consistency and thought-induced attitude polarization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 1470–1481.

Cialdini, B. Petty, E. y Cacioppo, T (1981) Attitudes and attitude change, *Annual Reviews*, 23, 357-404

Cacioppo, T. Petty, E. (1982) The need for Cognition, *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, (1) ,116-131

Cacioppo JT, Berntson GG. (1994) Relationship between attitudes and evaluative space: a critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates. *Psychol. Bull.* 1.(15),401–23

Cacioppo, J. T., Gardner, W. L., & Berntson, G. G. (1997). : Beyond bipolar conceptualizations and measures: The case of attitudes and evaluative space. Personality and Social Psychology Review, 1, 3-25

CICESE,(2005) TODoS@CICESE es una publicación electrónica del Departamento de Comunicación para el Centro de Investigación Científica y de Educación Superior de Ensenada (CICESE) [En línea]. Disponible [www. TODoS@CICESE.com](http://www.TODoS@CICESE.com)

Cormick, H. (1996), Juventud, consumo culturales y universidad, en Culturas nomades juventud, cultura masiva y educación, Argentina, *Biblios* 83-105

Crites, S. L., Fabrigar, L. R. y Petty, R. E. (1994). Measuring the affective and cognitive properties of attitudes: Conceptual and methodological issues. Personality and Social Psychology Bulletin, 20, 619–634.

Contreras, J.,(1996) Alimentación y cultura Necesidades, gustos y costumbres, Barcelona, publicación de la universidad de Barcelona

Eagly, A. H., y Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich

Cooper, Robert T. Croyle(1984) Attitudes and attitude change, Annual Reviews, 35, 395- 420

Edwards, K. (1990). The interplay of affect and cognition in attitude formation and change. Journal of Personality and Social Psychology, 59, 202–216.

Edwards, K., y Von Hippel, W. (1995). Hearts and minds. The priority of affective and cognitive factors in person perception. Personality and Social Psychology Bulletin, 21, 996–1011.

Fazio, R. H., Chen, J. M., McDonel, E. C., Y Sherman, S. J. (1982). Attitude accessibility, attitude-behavior consistency, and the strength of the object-evaluation association. Journal of Experimental Social Psychology, 18, 339–357.

Fazio, R. H., Williams, C. J. (1986). Attitude accessibility as a moderator of the attitude-perception and attitude-behavior relation: An investigation of the 1984 presidential election. Journal of Personality and Social Psychology, 51, 505–514.

Fendrik, S.I. (1997). Santa Anorexia: Viaje al país del “Nuncacomer”. Buenos Aires: Corregidor.

Flores, Caballero, (1999) Factor de riesgo para la anorexia nervosa Revista de la Facultad de Medicina UNAM 42(6) 241-243

Freedman, A., Kaplan, H.I., y Sadock, B. (1984). Compendio de Psiquiatría (2a. reimp.). México: Salvat.

Fragoso, E., (2004, 14 de Mayo). Ven más mujeres 'reality shows'. Reforma, p. 1A.

Garine, I., (1996), aspectos socioculturales de la nutrición, en Alimentación y cultura Necesidades, gustos y costumbres, Barcelona, publicación de la universidad de Barcelona 129-170

Gómez, G., Ávila, E., (1998)Conducta Alimentaría y obesidad Psicología Iberoamericana,(6) 2,10-21

Hamblin, D., (1996),actitud de los adolescentes hacia la comida, en Alimentación y cultura Necesidades, gustos y costumbres, Barcelona, publicación de la universidad de Barcelona 219-238

Huecas, P.,(2004) La SSA reporta al Congreso como peligrosos a 41 “productos milagro”: Goicoechea, Linasan plus, Nikzon, Slim Fast y Body Signer, entre otros [En línea]. Disponible <http://www.cronica.com.mx/nota.php?idc=97938>

Huskinson, L. H. y Haddock, G. (2003). Individual differences in attitude structure: Variance in the chronic reliance on affective and cognitive information. Journal of Experimental Social Psychology, 40, 82-90

Lavine, H. Thomsen J.T. Zanna, M.P.(1998) On the Primacy of Affect in the Determination of Attitudes and Behavior: The Moderating Role of Affective-Cognitive Ambivalence, *Journal of experimental social psychology* 34, 398–421

Liberman, A., y Chaiken, S. (1991). Value conflict and thought-induced attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 203–216.

León, G., Gómez, G., Pineda G., Platas S,(2002)Alteración de la Imagen corporal en una Muestra de Adolescentes mexicanos, *La Psicología Social en México*

Leño, R., (2004, 15 de Mayo). *Consumo Cultural y Medios Décima Entrega*. Reforma, p. 1A.

López, A. (2004) En los albores del siglo XXI, el número de terrícolas obesos, 1100 millones de personas, es igual al de desnutridos. Como vez. 11/03/2004

Maio, G. R., Fincham, F. D. y Lycett, E. J. (2000). Attitudinal ambivalence toward parents and attachment style. *Personality and Social Psychology Bulletin*,(26), 12, 1451-1464

Maio, Esses (2001) The Need for Affect: Individual Differences in the Motivational approach or Avoid Emotion, *Journal of Personality* 69, 4, 589-615

McGuire W.J. () Attitudes and Opinions, *Annual Reviews*, 475-514

McGuire W.J. (1985) Attitudes and attitude change, en Lindenson, G. y Aronson, E., (edis.), *The Handbook of social psychology*, 3, New York, Randon House.

Murria, G., Millar U., (1996) The Effects of Direct and Indirect Experience on Affective and Cognitive Responses and the Attitude–Behavior Relation, *Journal of experimental social psychology* ,32, 561–579

Muñoz, P.,(2004) *México: Con trastorno alimentario*, La jornada [En línea]. Disponible, <http://www.algoritmo.com.ar/propias/NEWSINFOSALUD/infosalud/z0404211.html#México>

Muñoz R., (2004) **México: Con trastorno alimentario, 3.7% de la población del país**, LA JORNADA (México) 21-04-04

Nachon, M., hernandez, T.,(2004) *Anorexia Nerviosa: una revisión* [En línea]. Disponible http://www.uvmx/psicysalud/numero_12/Gfelix.html

Olson, M., (1993) Attitudes and attitude change, *Annual Reviews*, 44, 117-54

Petty E., Wegener, T. y Fabrigar R (1997) Attitudes and attitude change, *Annual Reviews* 48, 609–646.

Petty, R., Priester, J., (1986)*Cambio de actitud de los mass Media: implicaciones de modelo de persuasión de elaboración probable*

Polivy,J., Herman, P., (1985). Prevalence of bulimia in working and university women *American psychiatry* (142)851-854

Polivy, J., Herman, P., (2002). Causes of eating disorders, Annual Review of Psychology, (53) 187-213.

Polivy, J., Herman, C., (2002) Causes of eating disorders, Annual Reviews ,53,187–213

Reforma (2004) Encuesta de consumo cultural. [En línea]. Disponible, <http://gruporeforma.com/utilerias/imdservicios3W.DLL?JSearchformatS&file>

Sasson, A., (1993) La alimentación del hombre de mañana, Madrid: UNESCO/REVERTE

Saucedo, T., Cantú N., (2002) Trastornos de la Conducta alimentaria: Influencia Sociocultural en Púberes de ambos sexos, La Psicología Social en México.

Simón Angélica, (2005) **Alertan de peligros por hacer dietas “mágicas”** El Universal México 09 -01- 2005

Sin autor. (2004). Bulimia y anorexia Criterios (ICD-10) "International Classification of Diseases,. [En línea]. Disponible <http:// Enfermedades Crónicas No Transmisibles.htm>

Tamburrino, M.B. y McGinnis, R.A. (2002). Anorexia nervosa. A review. Panminerva Medical, 44(4): 301-311.

Tesser M., (1999) Attitudes and attitude change, Annual Reviews , 41, 479-412

Thompson, M., Zanna, M., (1995) The conflicted Individual: personality-bases and domain-specific antecedents of ambivalent social attitudes, Journal of personality, 63, 259-288

Toro, J. (1999): El cuerpo como delito. Anorexia, bulimia, cultura y sociedad. Barcelona, Ariel.

Unikeli, Villatoro, Fleiz, Alcantara y Hernandez, (2000) Conductas alimentarias de riesgo en adolescentes mexicanos. Datos de la población estudiantil en el Distrito Federal Revista. Investigación Clínica Mexico52(2)140-147.

Verplanken, B., Hofstee, G., y Janssen, H. (1998) Accessibility of affective versus cognitive components of attitudes European Journal of Social Psychology, Vol. 28, 23-35

Viayra, M., (2003) La anorexia destruye los pulmones como el tabaco [En línea]. Disponible <http://www.cronica.com.mx/nota.php?idc=97938>

Wilson, T., Lindsey, S. y Schooler, T. (2000) A Model of Dual attitudes Psychological Review 107:1 101-126

Zagalaz, M.L.; Romero, S., y Contreras, (2003) La anorexia como distorsión de la imagen... Revista Iberoamericana de Educación.

Zajonc (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. American Psychologist, 35, 151–175.

Zajonc (1984). On the primacy of affect. American Psychologist, 39, 117–123.

Zanna, M. P. y Rempel, J. K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. In D. Bar-Tal y A. W. Kruglanski. (Eds.). The social psychology of knowledge. Pp. 315–334. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

INTERVENCIÓN

Capítulo VI

Los científicos con imaginación creadora o creativa se caracterizan por su capacidad para encontrar ideas que conducen a soluciones originales e innovadoras y, al mismo tiempo, realistas y útiles
Primo Yúfera.

Introducción

Al examinar los resultados obtenidos en esta investigación, se retomaron dos variables que intervienen en el cambio de actitud para evitar hacer dietas restrictivas, se decidió diseñar un programa de intervención tomando en cuenta estos dos Variable Actitud en su estructura tanto de base afectiva como de base cognitiva, así como la relevancia personal y la conducta.

Se retomo principalmente la base de la actitud debido a le relación contraria (ambivalencia) que esta ejercía sobre el objeto de actitud (dietas para tener un cuerpo esbelto). Lo que pensamos trabajar en la intervención un programa completo y armónico en donde se transmita la información en ambos sentidos y produzcan un cambio de actitud en las adolescentes, hacia un sentido desfavorable a las dietas en su relación a como estructuran sus creencias y afectos hacia este problema social.

Se procuró que el programa fuera lo integral, conjuntando la información proporcionada por el coordinador acumulara información cognitiva (estadísticas, consecuencias y recuperación de un trastorno alimentario) y información afectiva (experiencias, emociones y sentimientos en los trastornos alimentarios) la participación de las asistentes a través de experiencias propias o de alguna conocida, externado ideas, opiniones, dudas etc. Para que la relación no fuera solamente unidireccional es decir que la coordinadora no solo se dedicara a pasar información, se desarrollaron dinámicas donde las principales protagonistas fueran las participantes involucrándolas y envolviéndolas de una manera divertida e interesante. A continuación se realizo el “Taller sobre salud, nutrición y experiencia en trastornos de alimentación”.

EVALUACIÓN A TRAVÉS DE LA ESCALA DE ACTITUD Y OBSERVACIÓN DE LA RELEVANCIA PERSONAL

Para evaluar el taller se utilizó una escala que mide Actitud de base cognitiva, y actitud de base afectiva la cual fue aplicada a las adolescentes que participaban el taller en la primera sesión (pre) y en la última sesión (post). Esto permitió observar, si el programa diseñado tenía efectos favorables a un cambio de actitud así como la actitud.

Para la relevancia personal se midió a través de la observación participante es decir es grado de implicación de las participantes tenga sobre el contenido del mensaje que se dan en el taller así como su participación involucramiento e interés sobre las dinámicas y discusiones sobre el tema de las dietas y su relación con los trastornos de alimentación.

La formación de grupo fue en el Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Oriente, se procedió a contactar a un profesor para que nos permitiera la participación de sus alumnas, el cual accedió, se le invito a las mujeres adolescentes a la participación de un taller de actitudes hacia las dietas, alimentación, y trastornos de la alimentación, en el cual participaron 18 alumnas y se nos dieron todas las facilidades (permisos, salón, algunos materiales).

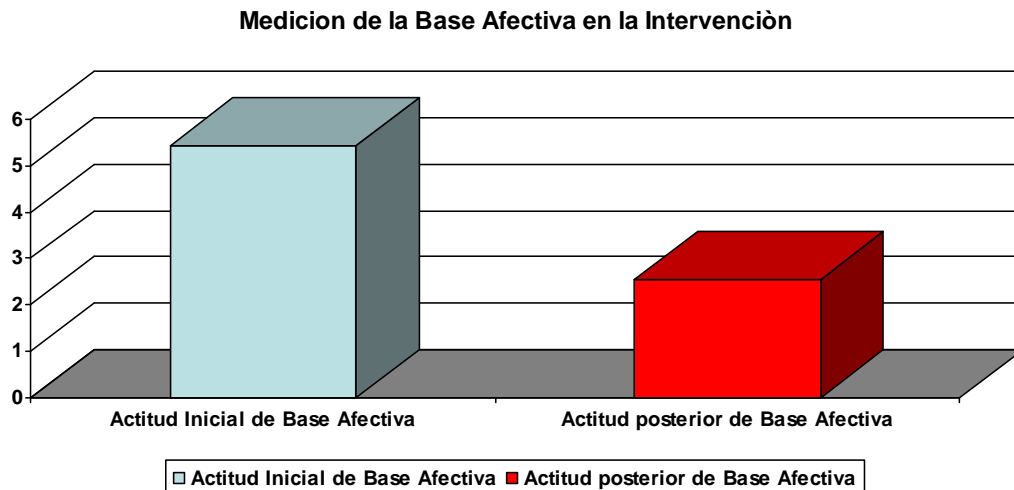
Lo que se esperaba era que las adolescentes se sensibilizaran respecto a riesgo que toman a realizar dietas sin control medico. Las escalas median las emociones específicas que se asocian al objeto de actitud con 4 adjetivos bipolares en una escala diferencial semántico así como las evaluaciones hacia realizar las dietas costaba de 4 adjetivos bipolares en una escala diferencial semántico. Como nos muestran las gráficas en el taller si produjo un cambio de actitud tanto de lado afectivo como de lado cognitivo hacia una misma dirección.

Escalas para medir la actitud de base Afectiva y cognitiva

	N	Mean	Std. Deviation
Triste-Alegre	18	5.33	1.03
Enojada-Relajada	18	5.44	.98
Abatida-Animada	18	5.39	1.04
Aflijida-Jubilosa	18	5.56	1.15
Negativo-Positivo	18	2.67	.84
Malo-Bueno	18	3.00	.91
Perjudicial-beneficioso	18	3.00	.84
Inseguro-Seguro	18	2.67	1.03

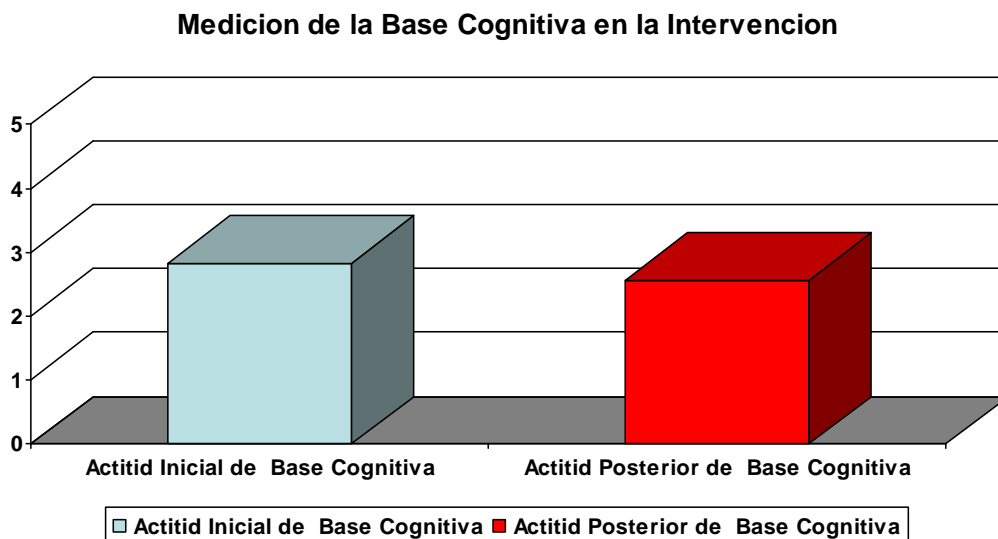
Nota: los primeros 4 adjetivos pertenecen a la base afectiva y los 4 últimos a la base cognitiva de la actitud

Grafica2 Actitud Pre-test y Post-test de Base Afectiva



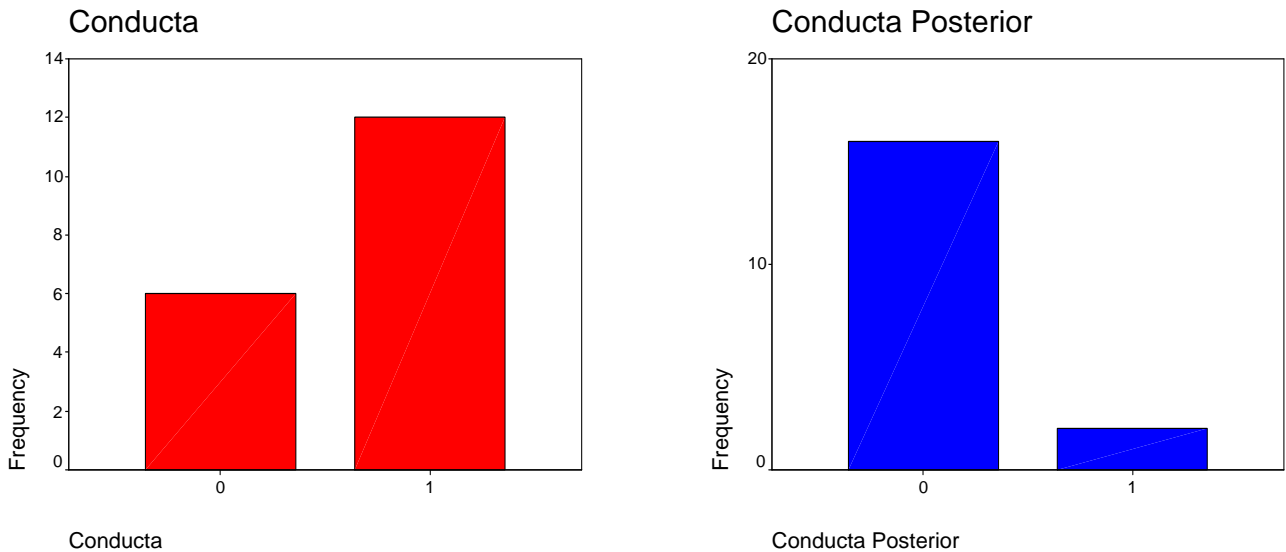
Como se puede observar en la grafica 1 la base afectiva tenía en la medición inicial una media 5.43 y la medición final en el taller bajo a 2.57 lo que se puede explicar que el afecto tiene la actitud afectiva en las dietas es mayor que el Cognitivo.

Grafica3 Actitud Pre-test y Post-test de Base Cognitiva



Como se puede observar en la grafica 3 la base cognitiva tenía en la medición inicial una media 2.86 y la medición final en el taller bajo a 2.57 por lo que el objetivo principal del taller era que las dos base de la actitud bajaran y que no tuvieran un efecto contrario es decir en el caso de la base cognitiva se conservara.

Grafica 4 Conducta hacia realizar dietas para tener un cuerpo esbelto



Con respecto a la conducta hacia realizar dietas para tener un cuerpo esbelto, la mayor parte de las adolescentes del taller realizaba una dieta, lo que consideraban como dietas es ayunar, comer poca tortilla o pan, comer productos Light o solo comer cereales de fibra o yogurt, comprar productos para bajar de peso, como linaza, fat-diet, entre otros, así como hacer dietas como la de la luna o de frutas entre otras. Solamente 3 de ellas tenía control médico una por un médico general y las otras dos por un nutriólogo, por otro lado 3 de ellas no realizaban ningún tipo de conducta y las otras doce realizaban una conducta como la que se comentaron.

Como podemos observar en la conducta posterior después del taller la mayoría de ellas cambiaron la conducta hacia realizar dietas para tener un cuerpo esbelto o sin supervisión médica.

En la parte de la relevancia personal a través de la observación en la participación en las dinámicas y su involucramiento en la participación de las mesas redondas sobre el tema de los trastornos de la alimentación, las participantes en la primera sesión fue un poco temerosa a través de las sesiones siguientes su participación fue mayor ya que muchas de ellas llegaron al taller con una búsqueda sobre el tema y algunas dudas hechas que fueron iniciativa propia de ellas, lo que redundó en una mayor dinámica del taller.

Justificación

La Organización Mundial de salud en (OMS) en 1956 define a la salud como el estado de completo bienestar físico, mental, y social. La alimentación es una parte fundamental en el estado de salud ya que los nutrientes que se encuentran en los alimentos son indispensables para actividad humana y estos deben de suministrados al cuerpo en cantidades adecuadas y necesarias.

En los últimos años las dietas parecen estar moda. Existen una gran variedad de dietas con la única finalidad de perder peso a través de la restricción de alimentos. Las dietas es un término mal manejado ya que no se refiere a la restricción sino al balance que se debe tener de la alimentación, que depende de cada organismo y de sus condiciones de salud. Frente a tales sucesos, se ha originado un problema de salud pública que cada vez se hace más evidentes los trastornos de la conducta alimentaría.

Un trastorno de la alimentación puede ser detonado al iniciar una dieta sumamente restrictiva y mal manejada; autores y organizaciones han reportado que más de 90% de sus pacientes han comenzado con este problema haciendo dietas. Los trastornos de alimentación se vuelven una enfermedad multifactorial compleja. La vida de las persona, sus estudios, su entorno familiar, sus patrones diarios, emociones crecimiento, salud, quedan atrapados en términos de alimentación.

La anorexia es un trastorno de la conducta alimentaría, su estudio conlleva no solo centrarse en el organismo como sistema biológico, sino que es indispensable analizarlo desde un punto de vista psicosocial: en lo psicológico, social y cultural que afectan en las adolescentes para padecer este problema de alimentación. Se estima que entre 10 y 19 % de las estudiantes universitarias presentan síntomas bulímicos y que de ellas, entre 1 y 3% tendrían bulimia nerviosa. Una de cada tres sufren un síntoma de anorexia, una de las causas principales de esta enfermedades son las dietas no controladas.

La anorexia es una enfermedad propia de una distorsión de la imagen corporal, por lo cual la persona se percibe a sí misma como más obesa o con un mayor peso del que en realidad tiene. Existe un deseo descontrolado e irracional por bajar de peso, lo que produce una

interrupción del apetito y de la ingesta calórica diaria; se altera con la piel, la digestión y el sueño; el estado anímico se vuelve depresivo; hay aislamiento social y, finalmente, uno de los síntomas indicadores del nivel en el que se encuentra el trastorno es la amenorrea, o ausencia de menstruación entre otras complicaciones, como desnutrición selectiva, anemia, atrofia muscular (Desgaste muscular) desgaste por hipoproteïnemia (deshidratación severa), hipovitaminosis (deformaciones de la caparazón, raquitismo) e incluso desequilibrios iónicos (organismo no tiene reservas suficientes, la fatiga).Las drogas anorexizantes (anfetaminas) conllevan un elevado riesgo de adicción.

En los últimos años se han planteado por parte de IMSS y del Instituto Nacional de Nutrición programas de prevención y detención de enfermedades asociadas con la alimentación, pero parecen no ser suficientes para cubrir las necesidades de información de las adolescentes ante una sociedad que apuesta a la imagen, que no diferencia entre saludable por fuera y enfermo por dentro, por lo que no han sido incorporado espacios en donde su prevención puede ser mas dirigida a las adolescentes desde los espacios escolares, sociales y deportivos.

Por todo esto propongo un taller sobre la modificación de creencias y actitudes hacia las dietas dentro de este espacio escolar del Colegio de Ciencias y Humanidades plantel Orienten donde se informe y se interactúe con este problema de alimentación para su prevención, con tres sesiones con una duración de 2 horas cada una.

Para evaluar el efecto que tiene el taller se tomaran dos evaluaciones por encuesta medición de la actitud hacia la valoración de una dieta para adelgazar y por observación lo cual nos permite medidas deferidas en la expresión de las participantes en el modo de involucrarse en las actividades de cambio de actitud.

Objetivo General: Lograr que los alumnas del Colegio de Ciencias y Humanidades plantel Oriente, se sensibilicen sobre el riesgo que implica realizar una dieta sin supervisión médica especializada.

Objetivo Especifico:

- Informar acerca de las consecuencias que implica una dieta sin supervisión médica.
- Crear una conciencia sobre los mitos y creencias que implica la valoración positiva de la esbeltez.

- Cambiar creencias sobre las dietas para adelgazar a través de los mensajes tanto afectivos como cognitivos que fomentan su cambio.
- Reflexionar acerca de los factores psicosociales que influyen sobre las creencias hacia las dietas para adelgazar.

Variables

Relevancia personal:

Es una variable que afecta directamente la motivación de las adolescentes al procesar aspectos importantes de los argumentos presentados, en este caso será la buena alimentación que no implique dietas restrictivas.

Actitudes de base Afectivas:

Son la valencia sumada de emociones y de sensaciones específicas que se asocian a las dietas para adelgazar.

Actitudes de base Cognitivas:

Evaluaciones sumarias hacia las dietas para adelgazar a lo largo de una dimensión que se extiende de positivo a la negativa

Coordinación del Curso:

Rafael Enrico Sanchez Mayorga: Estudiante en Psicología Social, de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.

Características del Curso:

Este curso está dirigido a mujeres adolescentes, alumnas del Colegio de Ciencias y Humanidades plantel Oriente el cual tiene duración de 3 sesiones con duración 2 horas.

Sesión N° 1		Fecha				Lugar: Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Oriente			
HORARIO	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESARROLLO	MATERIAL	DURACION				
8:00-8:05	Presentar el taller.	Presentación del Coordinador del curso	Establecimiento del encuadre	salón	5 minutos				
8:05-8:25	Propiciar el conocimiento de las integrantes del grupo. Crear un ambiente de confianza entre las participantes y el moderador del curso a través de actividades lúdicas.	Presentación	Se elige una pareja y buscan un lugar donde sentarse y por turnos van ha platicar lo que imaginen que va a encontrar en el curso. Se presentarán las parejas: Cada una presentará a su compañera, y al final cada persona pedirá que se corrijan los datos que consideren erróneos. Esto se repite con todas las parejas.	salón	20 minutos				
8:25-8:40	Aplicación de la evaluación inicial	Aplicación del Pre-test	Se entregara un cuestionario para la evacuación previa al inicio del taller.	Cuestionario lápiz, plumas	15 minutos				
8:40-9:10	Sensibilizar sobre el riesgo que representan para las adolescentes realizar dietas para adelgazar. Explorar la relevancia de las participantes. Definir los conceptos y argumentos tanto afectivos como cognitivos de las creencias hacia las dietas.	Exposición y discursos a favor y en contra de las dietas.	El moderador del curso dará la explicación a las participantes a través de ejercicios, y técnicas relevantes para las participantes del grupo: informativas, creativas, cognitivas y emocionales hacia las problemáticas que se tienen las dietas para adelgazar. Se realizara una mesa redonda para que las integrantes del grupo participen y expresen sus dudas.	salón	30 minutos				
9:15-9:45	Sensibilizar a las adolescentes sobre creencias falsas en relación a la valoración de la esbeltez	Presentación de Imágenes	Se forman grupos de cuatro personas y se reparten al azar fotos sobre mujeres para que imaginen a cada personaje y le asignen atributos a su imagen corporal. A final veremos si consideran que sus creencias hacia imágenes son falsas o ciertas	Fotos Hojas Lápices	35 minutos				
11:45-12:00	Cierre de sesión Comentarios en cadena	Las participantes comentarán la experiencia de la sesión.	Los participantes podrán discutir o comentar sus inquietudes, sentimientos y dudas.	salón	15 minutos				

Sesión N° 2		Fecha				Lugar: Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Oriente			
HORARIO	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESARROLLO	MATERIAL	DURACION				
8:00-8:40	Propiciar la reflexión acerca de los afectos en la valoración de las conductas alimentarias. Reforzar la autovaloración y aceptación de si misma a través de sus expresiones emocionales.	Tienda Mágica	Las participantes se colocan en un lugar cómodo e imaginan que están en un lugar lejano donde se encuentran una tienda mágica, en la que se pueden encontrar: Afecto, amabilidad, tristeza, dolor, honestidad, confianza, etc. Pero en esta tienda el tendero no acepta dinero, para comprar hay que dejar algo valioso, importante. Las participantes expresan sus afectos y sus comentarios de la actividad. Se cierra la actividad con una mesa redonda en donde el coordinador del curso expresa la importancia de los afectos sobre la valoración hacia la esbeltez.	Salón	40 minutos				
8:40-9:30	Sensibilizar a las adolescentes sobre las características médicas sociales y culturales de los trastornos de la alimentación. Propiciar la participación en el taller sobre el tema del documento.	Lectura sobre los problemas de alimentación (dietas).	Se darán lecturas a las participantes sobre revistas médicas, científicas en las que se abarcan los problemas de alimentación. Se inicia una mesa redonda donde las participantes comentan sobre la parte del documento que le toco leer.	Salón	50 minutos				
9:30-9:45	Sensibilizar a las adolescentes sobre importancia de uno mismo	Lectura de la fabula de la mariposa	El moderador del curso dará la lectura del cuento a las participantes, que al final darán su opinión sobre la lectura.	Salón	15 minutos				
9:45-10:00	Cierre de sesión	Comentarios. Cierre de sección.	Se inicia la parte de mesa redonda dudas y respuestas sobre la sesión del taller.	Salón	15 minutos				

Sesión N° 3 Fecha**Lugar: Colegio de Ciencias y Humanidades Plantel Oriente**

HORARIO	OBJETIVO	ACTIVIDAD	DESARROLLO	MATERIAL	DURACION
8:00-8:25	Retomar la reflexión cognitiva y afectiva que ha tenido las participante en las dos sesiones anteriores con respecto a las creencia que se tiene sobre las dietas.	Técnica “llegó el correo”	Cada persona habla de un adjetivo una flor, canciones, fruta, etc, y explicar su relación con el adjetivo y el tema del taller. Pasa el turno a quien quiera tomando un extremo de el estambre y cada quien hasta donde se quede.	estambre	25 minutos
8:25-9:05	Expresar por medio de un collages la importancia de lo que ha sido relevante sobre el tema de los trastornos de la alimentación.	Técnica Collage	Se forman grupos de cuatro personas y se reparten al azar revistas salud, moda, espectáculos deportes, etc. para la creación y expresión de la lo que siente sobre las dietas. Las participantes expondrán y explicaran la realización del colages para ellas en el tema de las dietas para adelgazar, y su participación en el trabajo en equipo. Se premia todos los colages	Láminas Tijeras Resistol Revistas Colores y marcadores	45minutos
9:10-9:25	Conclusión de su tema de el collage	Comentarios	Discusión sobre el cierre del colages	Salón	15 minutos
9.25-9:40	Aplicación de la evaluación final	Aplicación del Post-test			15 minutos
9:40-10:00	Cada participante comentará la experiencia en el taller. Despedida entre las integrantes del grupo.	Despedida	Comentarios de los participantes sobre el taller. Se pedirá a las integrantes que imaginen que tiene que irse lejos y que nunca volverán a ver a sus compañeros, así que en ese momento tendrán la oportunidad de decirse (en forma personal) lo que quieran. Se agradece la participación a las integrantes de grupo.	Salón	20 minutos

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA

Anexos

Anexo 1: Historia Encubierta y presentación de la Encuesta

Folio _____



Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa
Ingeniería en Alimentos
ONG Salud Productos Naturales en México
Encuesta de opiniones sobre Alimentación



ONG

PRESENTACION: Somos una ONG que promueve el campo de salud y el desarrollo sobre algunos productos alimentarios, el objetivo de esta organización es de promover productos de las universidades con nuevos desarrollos en el campo de la nutrición. Esta investigación tiene por objetivo saber ciertas opiniones que se tiene hacia los productos naturales y los productos comerciales y su relación con su uso. Te pedimos responder de manera sincera el siguiente cuestionario. No es un examen, así que no hay respuestas correctas o incorrectas, sólo nos importa tu opinión personal.

Instrucciones:

I.-Por favor, contesta marcando según sea la opinión o la situación o escribiendo en la línea:

Número de cuenta o un nombre que te distinga _____

1.- ¿Qué opinas de los productos alimenticios tras génicos?

Muy buenos buenos regulares malos muy malos

2.- ¿Qué opinas de los productos alimenticios químicos sintéticos o no naturales?

Muy buenos buenos regulares malos muy malos

3.- ¿Qué opinas de los productos alimenticios naturales?

Muy buenos buenos regulares malos muy malos

4.- ¿De acuerdo ha esto como cree que es de tu alimentación?

Muy buena buena regular mala muy mala

4.1.- ¿Consumes productos naturales en tu alimentación?..... Si No

4.2.- ¿Has hecho o haces alguna dieta alguna vez?Si No

4.3 ¿Actualmente haces dieta controladas por un medico?.....Si No

4.4.- ¿haces dietas actualmente?.....Si No

5.- ¿has hecho dietas con dietas alimentos tras génicos o sintéticos ?.....Si No

5.- ¿Cómo se llama la dieta que has llevado o en que consiste?

6.-¿Alguna vez has comprado productos dietéticas o naturales para bajar de peso? Si No

7.-¿Alguna vez has comprado productos que anuncian en la televisión para bajar de peso? Si No

10.-¿Cómo se llama el producto que has comprado o en que consiste?

Anexo 2: Escala sobre Creencias hacia las Dietas

INSTRUCCIONES: Considera cada una de las frases de abajo, y conforme a la siguiente escala selecciona el número que corresponda a tu respuesta y escríbelo dentro del paréntesis.

←	1	2	3	4	5	6	7	→
	Totalmente En Descuerdo de Acuerdo	En Desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	Ligeramente de Acuerdo	De Acuerdo		

- () 1. Para mi es agradable el hacer dietas para tener un cuerpo esbelto.
- () 2. Creo que me convienen las dietas que están en las revistas de modas o espectáculos para tener un cuerpo esbelto.
- () 3. Creo que las dietas son horribles, pero necesarias para tener un cuerpo esbelto.
- () 4. Me provoca gusto el que haya dietas para tener un cuerpo esbelto que me den resultado rápido y que no impliquen esfuerzo.
- () 5. Estoy en desacuerdo de las dietas que me llevan demasiado tiempo para tener un cuerpo esbelto.
- () 6. Son adecuados para mí los productos dietéticos que venden en la televisión para tener un cuerpo esbelto como las modelos que los anuncian.
- () 7.-No son buenos para mí los productos dietéticos que producen los laboratorios para tener un cuerpo esbelto.
- () 7. Creo que no es necesario ir con el médico para que me de una dieta para tener un cuerpo esbelto.
- () 9.- Creo que son más fáciles otros métodos dietéticos para tener un cuerpo esbelto que acudir al médico.
- () 10.- Es bueno tener un cuerpo esbelto, aunque tenga que sufrir dejando de comer.
- () 11.-Considero adecuado seguir una dieta para tener un cuerpo esbelto.
- () 12.- La única forma de tener un cuerpo esbelto es comprando productos light para complementar una dieta.
- () 13. Me tensa hacer una dieta que me haga sentir un cuerpo esbelto.
- () 14.-Para mi es una un éxito el hacer una dieta que me haga tener un cuerpo esbelto.
- () 15.- La única forma de tener un cuerpo esbelto es tomando pastillas o diuréticos para acelerar los resultados de una dieta.
- () 16.- Para mi una dieta adecuada es cuando ingeniero poca comida y mucha agua.
- () 17.- Considero que el hacer dietas no es adecuado ya que hay otras formas más rápidas para tener un cuerpo esbelto.
- () 18.- La única forma de que tenga un cuerpo esbelto que me guste es produciéndome el vomito para acelerar los resultados de una dieta.
- () 19.- Me aflige el hacer dietas para bajar de peso, para tener un cuerpo esbelto.
- () 20.- Considero que el cuidar la cantidad calorías al ingerir alimentos es lo adecuado para hacer una dieta para tener un cuerpo esbelto.
- () 21.- Considero buenas las dietas recomendadas por mis amigas para tener un cuerpo esbelto.
- () 22.-Las dietas para bajar de peso pueden llevarme a tener problemas
- () 23.-Considero inadecuadas todas las dietas para tener un cuerpo esbelto
- () 24.- El hacer una dieta para tener un cuerpo esbelto es solo perdida de tiempo
- () 25.- Considero que las dietas no me sirven solo son para las personas que tienen mucho peso.

Anexo 3: Escala de base afectiva y base cognitiva para ambos objetos de la actitud

Base Cognitiva

Bueno	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Malo
Agradable	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Desagradable
Positivo	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Negativo
Útil	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Inútil
Inseguro	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Seguro
Beneficioso	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Perjudicial
Perfecto	___, ___, ___, ___, ___, ___, ___,	Imperfecto

Base Afectiva

Enojada	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Relajada
Querido	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Odioso
Triste	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Alegre
Placido	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Molesto
Tenso	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Calmado
Animado	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Abatido
Disgusto	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	A gusto
Jubiloso	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	Afligido

Anexo 4: Relevancia Personal

Alta Relevancia Personal

Actualmente el problema de la salud son una prioridad en esta sociedad, el que una persona cuide lo que hace por si mismo es importante. Se busco con mucho cuidado la selección de las instituciones escolares y de los estudiantes, por lo que te pedimos que leas con atención y a continuación conteste con tu participación ayudaras a los esfuerzos de los programas de la ONG En Buenas Manos Salud. Además de la cantidad de atención que pongas será evaluada por tu profesor.

Baja Relevancia Personal

El presente cuestionario es parte de una investigación realizada por la preparatoria del estado de México en la que se quiere saber las opiniones sociales sobre la alimentación y su restricción, la información será totalmente confidencial y será destinada a fines de los trabajos escolar que presentaran en una exposición en el salón de escuela y además para nuestras calificación de fin de curso de la materia de ciencias sociales lo que nos dará puntos para que nos suba el profesor.

Anexo 5: Expertez de la Fuente

Alta Expertez de la Fuente

Doctor Carlos Fuentes profesor ameritó de la Universidad Nacional Autónoma México, investigador de la Secretario de Salud entre otros cargos, es miembro honorario de varias sociedades científicas nacionales. Los reconocimientos que ha recibido se encuentran Premio Miguel Alemán en el área de Salud, Premio Eduardo doctor Liceaga, Premio Fundación Mayo, expone los siguientes argumentos como especialista de salud en contra de las dietas que llevan a las adolescentes a querer tener un cuerpo esbelto.

Baja Expertez de la Fuente

Done Carlos Fuentes estudiante de la preparatoria del estado de México, alumno que cursa el tercer semestre de la preparatoria quien es un alumno regular lleva las materias de matemáticas, filosofía, biología y ciencias sociales es un joven de 18 años de edad, le gusta el deporte y convive con su familia y sus amigos argumenta como fue la experiencia que le quedo en este trabajo de salud en ciencias sociales en contra de las dietas que llevan a las adolescentes a querer tener un cuerpo esbelto.

Anexo 6: Tipo de Mensaje

Tipo de Mensaje Cognitivo

En búsqueda de soluciones, Causas principales de la anorexia

La anorexia se ha convertido en uno de los problemas de salud más graves de las sociedades modernas. Se calcula que más de medio millón de personas de nuestro país la padecen, fundamentalmente mujeres jóvenes. El mayor caso se encuentra entre los 14 y los 18 años, aunque la enfermedad se desarrolla entre los 13 y los 20 años de edad en el 85% de los pacientes. Además, se estima que entre 10 y 19% de las estudiantes universitarias presentan síntomas bulímicos y que de ellas, entre 1 y 3% tendrían bulimia nerviosa. Una de cada tres sufren de anorexia; **una de las causas principal es de esta enfermedad son las dietas no controladas.**

El problema suele comenzar con el rechazo a ingerir comidas fuertes, grasosas o con alto número calorías. En una segunda fase, se disminuye ya incluso la cantidad de comida ligera. A continuación se espacian las comidas y tiempo después incluso se deja de comer (algunas o todas). Y la tercera fase a que veces se desarrolla de forma simultánea con las otras, se caracteriza porque se comienzan a consumir de manera habitual fibra sintética, laxantes, diuréticos, moderadores del apetito y hasta ansiolíticos (producen relajación o sensación).



Puntos que se deben tomar en cuenta para evitar algún problema de alimentación:

- Las dietas excesivas y mal controladas producen cuadros de desnutrición selectiva, anemia, atrofia muscular (Desgaste muscular) desgaste por hipoproteïnemia (deshidratación severa), hipovitaminosis (deformaciones de la caparazón, raquitismo) e incluso desequilibrios iónicos (organismo no tiene reservas suficientes, la fatiga).
- Las drogas anorexizantes (anfetaminas) conllevan un elevado riesgo de adicción.
- La Secretaría de Salud reconoce que los fármacos “milagro” se aprovechan de una clasificación errónea como suplementos alimenticios, remedio herbolario y productos de belleza o perfumería, además de que se les atribuyen propiedades que ponen en riesgo la vida de algunas personas o enfermos.
- Las dietas son restrictivas de ciertos alimentos que el cuerpo no necesita por ejemplo los diabéticos, necesita para regular las comidas evitar los azúcares de absorción rápida, en cambio es diferente el hacer cuidado en si mismo por que uno se quiere, un *régimen alimentario* en que se balance los nutrientes de la comida.

Es importante aceptarnos como somos y tomar en cuenta nuestras características genéticas de nuestro organismo, el saber diferenciar entre una dieta y un régimen alimentario, el hacer ejercicios moderado o alguna actividad deportiva, y el no caer en los productos milagro hasta ahora la única forma de bajar de peso es el cuidar las recomendaciones anteriores y si tienes duda acudir a un médico especializado o de tu escuela.

Tipo de Mensaje Afectivo

En búsqueda de soluciones, Causas principales de la anorexia

La anorexia se ha convertido en uno de los problemas de salud más graves de las sociedades modernas. Se calcula que más de medio millón de personas de nuestro país la padecen, Entre la cual esta Guadalupe Molina, que con sus 20 años de edad solo pesa 20 kilos el peso de un niño de 7 años. El mayor caso se encuentra entre los 14 y los 18 años, las estudiantes universitarias presentan síntomas bulímicos. Ella era estudiante y tuvo que dejar la escuela por que sufre de anorexia y la va matando muy lentamente poco a poco va destruyendo mas vidas de jóvenes que anhelan tener un cuerpo esbelto; **una de las causas principal es de esta enfermedad son las dietas no controladas.**

El problema comenzó con el rechazo de la comidas grasosas o con alto numero calorías se sentía bien haciéndolo. En la segunda fase, dejo de comer incluso ya ni comidas ligeras. Y la tercera fase a que veces se lo hacia con forma simultánea con lasa otras, comenzaba a consumir de manera habitual fibra sintética, laxantes, diuréticos, moderadores del apetito y hasta ansiolíticos (producen relajación o sensación). Pero después todo se volvió una terrible soledad, sufrimiento, pena dolor,



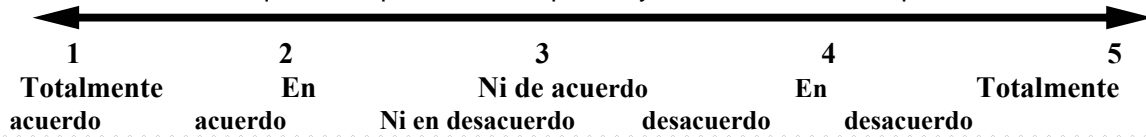
Puntos que se deben tomar en cuenta para evitar algún problema de alimentación:

- Las dietas excesivas y mal controladas producen cuadros de debilidad en cuerpo por la delgadez, anemia, los músculos se le pegaban, calambres, deshidratación severa, deformaciones esqueleto raquitismo e incluso organismo no tiene reservas suficientes, la fatiga no puede hacer esfuerzo ni podía ni carga su mochila.
- Las pastillas le causaron severos daños al organismo, además de le provocaron adicción.
- Ella reconoce que los fármacos “milagro” se aprovecharon de su ingenuidad ya que era erróneo tomarlos como suplementos alimenticios, remedio herbolario y productos de belleza ya que le aceleraron los daños que en la actualidad padece se les atribuyen los medico dicen las propiedades de estos productos que la ponen en riesgo de perder hasta la vida esta muy enferma.
- Las dietas son restrictivas de ciertos alimentos que el cuerpo no necesita por ejemplo los diabéticos, necesita para regular las comidas evitar los azucares de absorción rápida, en cambio es diferente el hacer el cuidado en si mismo por que uno se quiere, saber que un *régimen alimentario* en que se balance los nutrientes de la comida.

Es importante aceptarnos como somos y tomar en cuenta nuestras características genéticas de nuestro organismo, el saber diferenciar entre una dieta y un régimen alimentario, el hacer ejercicios moderado o alguna actividad deportiva, y el no caer en los productos milagro hasta ahora la única forma de bajar de peso es el cuidar las recomendaciones anteriores y si tienes duda acudir a un medico especializado o de tu escuela.

Anexo 7: Escala de Factores Asociados a las Dietas

INSTRUCCIONES: Considera cada una de las frases de abajo, y conforme a la siguiente escala selecciona el número que corresponda a tu respuesta y escríbelo dentro del paréntesis.



- 1.-Te sientes mal por no tener el cuerpo como el de una modelo de televisión.
- 2.- El tener un cuerpo esbelto solo es cuestión de suerte.
- 3.- Me siento molesta cuando hablan de las gorditas
- 4.- Me pongo nervioso cuando hablan de mi cuerpo
- 5.-Te interesan los artículos, programas de radio o televisión relacionados con el control de la obesidad
- 6.- Las mujeres esbeltas pueden tener mas éxito en la vida
- 7.-Te gustaría tener el cuerpo como esbelto como el Britney Spears, Talía u otra cantante,
- 8.-El que uno tenga un cuerpo esbelto solo es cuestión de dios
- 9.-El que no pueda tener un cuerpo esbelto es por cuestión de la herencia
- 10.- Me provoca miedo el llegar a ser una persona con sobrepeso o gordita
- 11.-Mi familia verían bien que yo haga algo para tener un cuerpo esbelto
- 12.- Las mujeres esbeltas tienen mayores oportunidades para los trabajos
- 13.-Te molesta que te digan que estás llenita o gordita o cosas parecidas aunque sea un comentario en broma
- 14.-Te gustaría ser la protagonista de una telenovela como las de la televisión.
- 15.-Mi novio o mi amigo verían bien que yo haga algo para tener un cuerpo esbelto
- 16.- Te llaman la atención los anuncios de televisión sobre productos para adelgazar que tienen explicación científica
- 17.- Mis amigas verían bien que yo haga algo para tener cuerpo esbelto
- 18.- Las mujeres esbeltas tienen mayor probabilidad de conseguir un buen partido
- 23.-Me preocupo por mi figura cada vez que me dicen que me veo mal
- 24.-Te llama la atención los artículos sobre dietas en la televisión o en revistas de espectáculos
- 26.- Me da gusto cuando hablamos de mi figura con mis amigas

Indica que tan frecuentemente te sucede cada una de las siguientes situaciones.

1=(muy frecuentemente) 2=(frecuentemente) 3=(a veces) 4=(casi nunca) 5=(Nunca)

- 1.- Me inquieta que la gente pueda encontrarme en un error
- 2.- Me pongo nervioso cuando hablo frente a un grupo
- 3.- Es difícil para mi trabajar rodeado de personas que me observan
- 4.- Me preocupa que los demás no me aprueben socialmente
- 5.- Siento temor de que los demás se aprovechen de mis debilidades
- 6.- Cuando comes mucho lo compensas dejando de comer en la siguiente vez.
- 7.- Siento que subo de peso seguido
- 8.- Siento que a veces me preocupo mucho por el peso de mi cuerpo
- 9.- Soy una persona ansiosa
- 10.- Te preocupa cuidar el porcentaje de alimentos cuando comes
- 11.-Te saltas comidas por que piensas que puedes subir de peso
- 12.- A veces siento que no tengo una alimentación adecuada

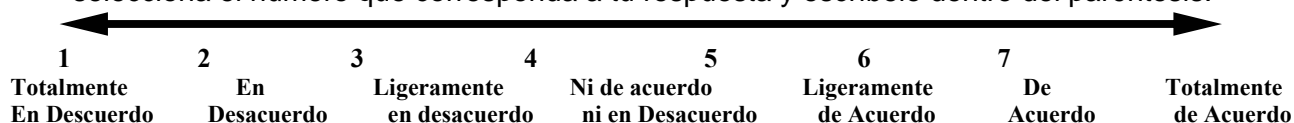
Anexo 8: Escala de Necesidad Cognitivo

INTRUCCIONES: contesta las frases que se te presentan de acuerdo a las siguientes opciones:

No me pasa nunca/no se aplica a mi	1				
Casi no me sucede/ se aplica poco a mi	↓	2			
A veces me sucede/ se aplica más o menos a mi	↓	↓	3		
Muchas veces me sucede/ se aplica a mi bastante	↓	↓	↓	4	
Siempre me sucede/ se aplica a mi totalmente	↓	↓	↓	↓	5
	1	2	3	4	5
1.- Si dos tareas son igual de importantes prefiero una intelectualmente simple a una complicada	1	2	3	4	5
2.- Prefiero una tarea fácil e importante que una compleja e importante	1	2	3	4	5
3.- Prefiero los problemas simples a los complejos	1	2	3	4	5
3.- Es suficiente para mi algo que funcione, no me importa cómo o por qué funciona	1	2	3	4	5
5.- Para mi esta bien conocer las respuestas a un problema, más que comprender las razones de esas respuestas	1	2	3	4	5
6.- Pienso lo necesario y no más	1	2	3	4	5
7.- Si reflexiono con tenacidad puedo lograr mis metas	1	2	3	4	5
8.- Confío en mis habilidades mentales	1	2	3	4	5
9.- Realmente disfruto aquellas tareas que implican dar nuevas soluciones a problemas conocidos	1	2	3	4	5
11.- Prefiero una tarea intelectualmente difícil e importante, a otra que sea poco importante y que requiere poco razonamiento	1	2	3	4	5
12.- Prefiero objetivos que sólo pueden lograrse dedicando un esfuerzo mental considerable	1	2	3	4	5
13.- Sólo me esfuerzo en pensar lo necesario	1	2	3	4	5
14.- Me gustan las cosas que requieren pensar poco (una vez que ya las he aprendido)	1	2	3	4	5
15.- Prefiero razonar sólo los proyectos pequeños y cotidianos a los de largo plazo	1	2	3	4	5
16.- Prefiero hacer algo que requiere poco razonamiento, que algo que desafíe mis habilidades mentales	1	2	3	4	5
17.- Pensar no es mi idea de hacer algo divertido	1	2	3	4	5
18.- El ignorante vive más tranquilo y contento	1	2	3	4	5
19.- La ignorancia es una bendición	1	2	3	4	5
20.- Básicamente pienso porque no me queda otra opción	1	2	3	4	5
21.- No me gusta estar pensando qué estoy haciendo de mi vida	1	2	3	4	5
22.- La mayoría de las veces, pensar de más sólo trae dificultades	1	2	3	4	5
23.- No me gusta tener la responsabilidad de manejar una situación que requiere mucha reflexión	1	2	3	4	5
24.- Trato de anticipar y evitar situaciones donde exista la posibilidad de pensar profundamente sobre las cosas	1	2	3	4	5
25.- No me gusta pensar en tomar decisiones porque luego entro en duda	1	2	3	4	5

Anexo 9: Escala de Necesidad Afectiva

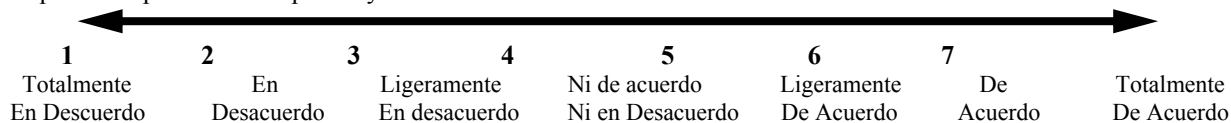
INSTRUCCIONES: Considera cada una de las frases de abajo, y conforme a la siguiente escala selecciona el número que corresponda a tu respuesta y escríbelo dentro del paréntesis.



- () 1.-Me da pena mostrar mis emociones.
- () 2.-Si reflexiono sobre la gente que me rodea siento que actuó con mucha emotividad.
- () 3.-Me gusta decorar mi recamara con imágenes emocionalmente significativas para mí.
- () 4.-Las emociones ayudan a la gente a seguir adelante con su vida.
- () 5.-Que uno se deje llevar por sus emociones es un error.
- () 6.-Soy una persona muy emotiva
- () 7.-La gente es más eficiente cuando no experimenta emociones fuertes.
- () 8.-Es importante para mí estar en contacto con mis sentimientos.
- () 9.-Detesto tener una emoción que me haga perder el control sobre lo que pienso y hago.
- () 10.-Encuentro en el arte una vía por la cual expresar mis emociones.
- () 11.-Desearía poder sentir menos emociones.
- () 12.-Las emociones intensas son generalmente útiles.
- () 13.-Algunas veces tengo miedo de cómo actuaría si fuese demasiado emocional.
- () 14.-Pensando en mí pasado mis conflictos con los demás han sido sobre todo por causas emocionales.
- () 15.-Preferiría no experimentar altibajos emocionales.
- () 16.-Experimentar emociones permite la supervivencia humana.
- () 17.-No se cómo manejar mis emociones, así que trato de evitarlas.
- () 18.-Tengo problemas al decirle a la gente cercana a mí que la amo o que la quiero.
- () 19.-Me involucro en situaciones que me llevan a experimentar emociones fuertes.
- () 20.-Me gusta hablar explayarme ampliamente sobre mis emociones.
- () 21.-Me caen mal las personas que no expresan sus emociones
- () 22.-Me provoca miedo el hecho de que fuese demasiado emocional.
- () 23.-Me gustaría ser una persona totalmente lógica y con pocas experiencias emotivas.
- () 24.-Evitar situaciones muy fuertes emocionalmente es algo que me permite estar tranquilo por la noche.
- () 25.-Pienso que es importante explorar mis sentimientos.
- () 26.-Siento que de vez en cuando necesitara desahogarme en llanto.
- () 27.-Es importante para mí conocer los sentimientos de los otros.
- () 28.-Las emociones fuertes son generalmente benéficas.
- () 29.-Sentir emociones es riesgoso por que te mete en situaciones que serian mejor evitar.
- () 30.-Deberíamos aceptar nuestra parte emocional como seres humanos.
- () 31.-Si reflexiono sobre mi pasado, veo que tiendo a tener miedo de mis emociones.

Anexo 10: Escala de bienestar subjetivo

I. **Instrucciones:** Considera cada una de las frases de abajo, y conforme a la siguiente escala selecciona el número que corresponda a tu respuesta y escríbelo dentro del cuadrado.



ÁMBITO GENERAL

- G1. Si pudiera vivir mi vida de nuevo, no cambiaría nada.
- G2. La mayoría de los aspectos de mi vida esta cerca de mi ideal.
- G3. Estoy satisfecho con mi vida.
- G4. Hasta ahora he conseguido las cosas importantes que he querido en la vida.
- G5. La situación actual de mi vida es excelente.

ÁMBITO FAMILIAR

- F1. La mayoría de los aspectos de mi vida familiar está cerca de mi ideal.
- F2. Si pudiera iniciar de nuevo, llevaría una vida familiar igual a la que tengo.
- F3. La situación actual de mi vida familiar es excelente
- F4. Estoy satisfecho con mi vida en familia.
- F5. Hasta ahora he tenido la vida familiar que he querido.

ÁMBITO ESCOLAR

- E1. Estoy satisfecho con la carrera que estudio
- E2. Mi situación actual dentro de la carrera que estudio es excelente.
- E3. La mayoría de los aspectos de la carrera que estudio se cerca de mi ideal.
- E4. Hasta ahora he logrado lo que he querido dentro de la carrera que estudio.
- E5. Si pudiera iniciar de nuevo, escogería la misma carrera.

ÁMBITO DE RELACIONES AMISTOSAS

- A1. Hasta ahora he tenido las relaciones amistosas que he querido.
- A2. Si pudiera iniciar de nuevo, tendría relaciones amistosas idénticas a las que tengo.
- A3. La mayoría de mis relaciones amistosas están cerca de mi ideal.
- A4. Las circunstancias actuales de mis relaciones amistosas son excelentes.
- A5. Estoy satisfecho con mis relaciones amistosas.

**** Nota:** Si actualmente NO tienes una relación de pareja pasa a la siguiente página.

ÁMBITO DE RELACION DE PAREJA

- P1. Si pudiera iniciar de nuevo, llevaría una relación de pareja semejante a la que tengo.
- P2. Estoy satisfecho con mi relación de pareja.
- P3. La mayoría de los aspectos de mi vida en pareja están cerca de mi ideal.
- P4. La situación actual de mi relación de pareja es excelente.
- P5. Hasta ahora yo he tenido la relación de pareja que he querido

II. **Instrucciones:** Evalúa tu estado de ánimo reciente (últimas dos semanas). En cada renglón de abajo hay adjetivos opuestos separados por espacios donde puedes indicar cómo te has sentido en general, como por

EN LAS ÚLTIMAS DOS SEMANAS, EN GENERAL ME HE SENTIDO...

A. Optimista	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Pesimista
B. Triunfador/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Fracasado/a
C. Satisfecho/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Insatisfecho/a
D. Tranquilo/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Intranquilo/a
E. Cariñoso/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Brusco/a
F. Alegre	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Triste
G. Dichoso/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Desdichado/a
H. Desanimado/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Animado/a
I. Inseguro/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Seguro/a
J. Enojado/a	_1_	_2_	_3_	_4_	_5_	_6_	_7_	Sereno/a

