

**LA INTERVENCIÓ PSICOLÒGICA
EN LA PRESENTACIÓ DELS ESTÍMULS
AFECTIUS ENVERS EL CANVI DE D'ACTITUDS
EN LA POBLACIÓ IMMIGRADA**
*CHANGE IN VALUATION OF ATTITUDES
BY MANIPULATING THE FORM
OF PRESENTATION OF AFFECTIVE STIMULI*

*Juan Moisés de la Serna**

doi: 10.7203/anuari.psicologia.15.2.75

Resum

Un dels grans problemes a què es veuen sotmesos els immigrants, quan arriben a un nou país és l'aïllament que pateixen, perquè no coneixen ni comparteixen els valors del lloc de destí. Un tal aïllament és el causant de la reducció en les possibilitats d'èxit econòmic i laboral, on el cercle d'amistats és molt reduït i generalment limitat a membres de la seua mateixa comunitat origen. Un procediment que s'ha demostrat eficaç per a afrontar aquesta carença ha estat el condicionament avaluador, que permet adequar els propis valors als del lloc de destí. En el nostre estudi s'intervé en la forma de presentació dels estímuls agradables o desagradables, per a modificar les avaluacions sobre estímuls neutres, mitjançant l'observació dels que apareixien en la pantalla, tot informant sobre la seua valoració, al final de l'experiment. Els resultats conclouen que són efectives les intervencions, en el cas de la condició demorada, sobretot a l'hora d'aprendre valoracions positives.

Paraules clau: immigració, integració, canvi d'actitud, condicionament avaluatiu.

* Correspondència a: juan_docente@hotmail.com. Dpto. de Psicología. Facultad de Psicología. Universidad Internacional del Sur. Seu a Espanya: C/ Porta de Sant Miquel, 15. 46800. Xàtiva (València): <http://www.universidaddelsur.edu.mx/> i <http://www.universidaddelsur.es/>.

Abstract

One of the big problems that migrants or immigrants have when they arrive in a new country is the insulation that suffer, because they don't share the values of the place of destination; This isolation is responsible for a reduction in the chances of success of economic and labor, where the circle of friends is very small and usually limited to members of their community origin. A procedure that has been shown to be effective to deal with this aspect has been the evaluative conditioning, that allows to adapt the values to the place of destination. In this study manipulated presentation of pleasant or unpleasant stimuli to modify assessments of neutral stimuli. The stimuli that appeared on your screen and report on its assessment of these at the end of the experiment. The results reported that manipulations for condition delayed especially when it comes to learn positive assessments llauere effective.

Key words: immigration, integration, change of attitude, evaluative conditioning.

Introducció

Les actituds que tots adoptem i per les que ens guiem es defineixen com una disposició a actuar d'una manera particular respecte a un objecte social, és a dir, allò que ens ajuda a acceptar o rebutjar un producte, servei o fins i tot una altra persona del context. Hi ha dos enfocaments en relació amb el concepte de les actituds, aquell que ho considera com de manera unitària (Batra i Ahtola, 1990), i que es refereix exclusivament a elements afectius –valoracions positives i negatives–; i el que considera que és un concepte multidimensional (Ros, 1985) que, a més de les components afectives –preferències–, inclou les cognitives –creences– i les comportamentals –intencions o tendències cap a l'acció–. La importància de l'estudi de la formació i canvi de les actituds, rau en què són un bon predictor de la conducta humana, ja que tendeixen a generar un equilibri entre els pensaments, les creences i els comportaments del subjecte, tal com va constatar Festinger (1957) en la seua Teoria de la Dissonància Cognitiva.

Igualment un altre dels aspectes d'anàlisi respecte als valors i actituds, és que si bé abans es consideraven estables i duradors en el temps (Fazio, 1989), actualment es consideren com modificables, gràcies a procediments com el *priming* o el condicionament avaluatiu. En el disseny original d'aquest segon procediment, es va presentar una cara somrient durant 4 milisegons, seguida d'un ideograma xinès. Després d'una repetició continuada de presentacions, es va avaluar l'actitud abans de l'aparició de l'ideograma, i s'observà com havia millorat (Murphy i Zajonc, 1993).

El camp d'aplicació del condicionament avaluatiu és molt àmplia, comprnent aspectes tan dispars com la dimensió psicològica social (Sweldens, Corneille i Yzerbyt, 2014), la investigació del consum (Loebnitz i Grunert, 2014), l'estudi de l'emoció (Hütter i cols., 2011) o la component clínica (Magurean, Constantin i Sava, 2015), entre altres. Un dels camps més prolífics d'estudi de la formació i canvi de les actituds ha estat respecte a l'anàlisi dels estereotips, en el cas dels fenòmens racistes, i inclús a l'hora de triar parella (Koranyi, Gast i Rothermund, 2013). Precisament les nostres actituds i valors els compartim de forma diferent, segons el lloc on estiguem i amb les persones amb què ens trobem, existint diferències, fins i tot, respecte al gènere, idioma, raça, edat, etc. Actituds que es poden veure diferents, segons el lloc on es visca i seran evidenciades quan la persona es trasllada a un altre lloc, podent aparèixer problemes d'integració pel fet que s'ignoren les actituds i creences del lloc de destí. La qual cosa provocarà l'aïllament social i les conseqüents limitacions de desenvolupament econòmic i social (Bloom, Arikany Lahav, 2015).

En la persona que emigra, en ser sotmesa al fenomen d'aculturació psicològica, es veu forçada a canviar els seus propis valors i actituds envers els de la comunitat d'acollida, encara que també aquesta canviarà, en certa manera, a causa del contacte directe les persones nouvingudes (Berry i cols., 2006). Tal com ja s'apuntava des de Mak, Westwood, Ishiyama i Barker (1999) per aconseguir la integració en els valors i actituds de la societat receptora, per part de les persones desplaçades, s'ha de tractar d'utilitzar els mecanismes disponibles, entre els que es troba el condicionament avaluatiu; la principal característica del qual –segons Baeyens i d'Houwer (1995)– és la resistència a l'extinció –una vegada après és difícil de modificar–, no precisa de contingència estadística –l'aprenentatge pot produir-se inclús amb una sola exposició– i no precisa de consciència de la contingència –es pot aprendre fins i tot no sent-ne conscient–.

S'han manipulat moltes variables en el condicionament avaluatiu, tractant d'optimitzar la seua eficàcia, així s'ha canviat la grandària, forma o color, dels estímuls que adquiriran una qualitat avaluativa, denominats estímuls condicionats (EC) o la dels estímuls que es presenten en paral·lel, que ja contenen una clara càrrega afectiva, denominats estímuls incondicionats (EI). La funció del condicionament avaluatiu és transferir la valoració de l'EI a l'EC, així si el primer té una valència negativa, l'EC acabarà sent quelcom desagradable i menystingut, en canvi si l'EI és positiu, l'EC es convertirà en quelcom agradable i abellidor. Igualment s'han realitzat manipulacions quant a la simultaneïtat temporal de presentació –EC i EI presentats al mateix temps–, demorada –EI presentat quan ha desaparegut l'EC– o cap arrere –EI presentat abans de l'EC–. Bé que es troba més generalitzat el procediment ajornat, no s'han realitzat estudis comparatius entre les tres formes, per a comprovar la seua eficàcia, des de la perspectiva científica.

Entre els objectius del present estudi es troben:

- Establir el canvi d'actitud als nous estímuls (EC) en funció del tipus d'EI –positiu, negatiu o neutre–, emprant el condicionament avaluatiu.
- Analitzar les diferències de l'aprenentatge, en funció de la forma de presentació dels estímuls –successiu, ajornat o cap arrere–.

La hipòtesi única de treball dels quals, és que es produirà un major aprenentatge en la condició de presentació ajornat, front a les altres dues, independentment de l'EI aplicat.

Metodologia

Participants i procediment

Van participar en l'experiment 45 estudiants de segon curs de Grau de Psicologia de la Universitat de Sevilla (Espanya); 34 dones i 11 hòmens, amb una mitjana de d'edat de 20.1 anys i una desviació típica de 1.7 i un rang entre 19 i 26 anys. Els participants van ser distribuïts a l'atzar en cadascun dels tres grups experimentals i van avaluar, inicialment, quaranta paraules, per a extraure d'ací les que funcionen com EI per a cada participant, és a dir, definides per a cadascú com agradable, desagradable o neutre. Per a això devien indicar, en una escala tipus Likert d'1 al 9, la seua valoració emocional, on 1 era «No m'agrada gens», 5 «Ni m'agrada ni em disgusta» i 9 «M'agrada molt».

Després de l'avaluació inicial dels estímuls, assegut l'alumne enfront de l'ordinador, devia observar els estímuls que apareixien en la pantalla, sense cap altra instrucció. Al final de quatre blocs de presentació, devia tornar a valorar un nou joc d'estímuls, entre els quals apareixien els ECs. En cada bloc es presentaven 36 parelles EC-EI, 12 de cada condició. En la condició successiva, apareix inicialment l'EC durant quatre segons, i quan hi desapareix, apareix l'EI durant dos segons. En la condició demorada apareix l'EC durant dos segons i es manté junt amb l'EI durant uns altres dos segons. En la condició cap arrere, es presenta l'EI durant dos segons, i l'EC durant quatre. D'aquesta manera, en els tres dissenys, l'EC es mantingué durant quatre segons en la pantalla, i l'EI durant la meitat de temps.

Es va emprar un disseny de 3 tipus de presentació –successiu, ajornat i cap arrere– × 3 tipus de condicionament –positiu (EC-EI, positiu); negatiu (EC-EI, negatiu) i neutre (EC-EI, neutre).

Instruments

Es van utilitzar ordinadors PC 486 i el programari SECCA –*Semantic and Evaluative Conditioning and Contingency Awareness*– dissenyat *ad hoc* per a la presentació d'estímuls. Igualment es van emprar fulls de registre per a l'avaluació dels estímuls.

Resultats

Els resultats de les avaluacions dels participants per a cada un dels tres grups experimentals i la valoració abans i després de la prova dels ECs en funció dels tipus d'EI empleats. Trobant-se, en el grup de ajornat, els resultats següents: EC-EI positiu, s'obtenia una mitjana (M) de 6,40 i de desviació estàndard (DS) = 1,07; mentre que s'ha obtingut en la variable EC-EI negatiu una M = 4,40, una DS = 1,53; i en EC-EI neutre, una M = 4,96 i una DS = 0,54. Respecte al grup de successiu els resultats obtinguts foren els següents: EC-EI positiu: una M = 5,46 i una DS = 1,12; en EC-EI negatiu: la M = 4,90 i la DS = 1,08; i en EC-EI neutre: la M = 4,90 i la DS = 0,82. Mentre que en el grup de cap arrere s'obtingué: en EC-EI positiu: la M = 5,06, la DS = 1,20; en EC-EI negatiu: la M = 4,36 i la DS = 1,55; i en EC-EI neutre: M = 4,96 i DS = 0,74, tal com s'exposa a la taula 1.

TAULA 1
Mitjana i Desviació Estàndard dels ECs

	Demorat		Successiu		Cap enrere	
	Pre-test	Post-test	Pre-test	Post-test	Pre-test	Post-test
EC Pos.	4,96 (0,12)	6,40 (1,07)	4,93 (0,25)	5,46 (1,12)	4,96 (1,12)	5,06 (1,20)
EC Neut.	5,00 (0,00)	4,96 (0,54)	5,00 (0,00)	4,90 (0,74)	5,00 (0,00)	4,96 (0,74)
EC Neg.	5,16 (0,74)	4,40 (1,53)	5,23 (0,67)	4,90 (1,08)	5,10 (0,47)	4,36 (1,55)

Com es pot observar, en totes les condicions s'ha produït un canvi cap a la direccionalitat de l'EI positiu i negatiu, encara que el seu efecte apareix menor en les condicions successiu i cap arrere (vegeu la figura 1).

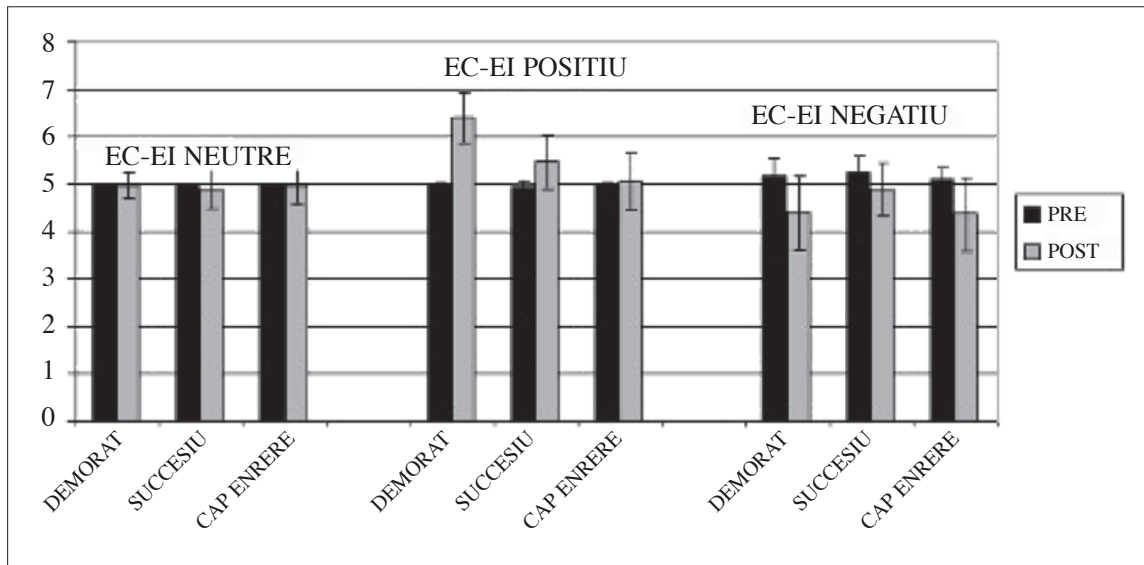


Figura 1. Representació de les puntuacions de l'avaluació dels EC.

Es realitzà un ANOVA amb mesures repetides per a un disseny 3 (Tipus d'EI: positiu, negatiu i neutre) \times 2 (Moment: pre-test i post-test) \times 3 (Tipus de Condicionament: ajornat, successiu i cap arrere). Es van observar diferències significatives en la interacció de segon ordre ($F(4,42) = 2.949$, $p = .025$). Per a cada una de les interaccions de segon ordre es va realitzar una anàlisi per pars; en el condicionament ajornat, es van trobar significatives les diferències del pre-test. Menys en el post-test, tant per al condicionament positiu (Diferència Mitjana (DM) = -1.433, CI baix = -2.007, CI alt = -.806, $p < .001$) com per al negatiu (DM = .766, CI baix = .002, CI alt = 1.451, $p = .031$). Respecte al condicionament successiu, només es van trobar significatives les diferències del pre-test, menys en el post-test per al condicionament positiu (DM = -.533, CI baix = -1.040, CI alt = -.026, $p = .04$). Mentre que en el condicionament cap arrere no s'obtingueren diferències significatives, en cap condició.

Discussió

L'objectiu del present treball fou modificar les valoracions dels estímuls presentats a través del condicionament avaluatiu, en els tres grups experimentals, aspecte que s'ha aconseguit, sent major en el condicionament d'estímuls positius, en la condició de condicionament ajornat. El què indicaria que, per a aprendre noves actituds positives és més efectiu emprar aquest procediment, sent indistint el que s'empren per a la instauració d'actituds negatives. Aprenentatge que no requereix consciència, per part dels participants, i que serà difícil

d'oblidar tal com reconeix Kattner (2012). Aquests resultats estan en la línia de les investigacions precedents, on es troba una important evidència quant a l'aprenentatge ajornat, enfront de l'aprenentatge successiu o cap arrere, doncs existeixen resultats contradictoris quant a la seua efectivitat.

A pesar dels resultats positius, per a augmentar la validesa ecològica dels mateixos cal realitzar noves investigació, amb la qual cosa augmentarà la possibilitat de la transferència d'allò que s'ha après a altres estímuls –generalització estimular– i, fins i tot, a contextos naturals –generalització contextual–. Tal com està ocorrent, per a l'optimització de l'eficàcia de la introducció de noves marques de productes i serveis, en l'àmbit del màrqueting empresarial (Sweldens, Van Osselaer i Janiszewski, 2010).

D'aquesta manera es podrà establir un procediment ràpid i eficaç de «re-educació» de les actituds i valors, per a una millor integració de les persones immigrades, en el nou ambient a on es traslladen, reduint així els efectes negatius que acompanyen al desconeixement dels valors d'altres pobles i facilitant l'efecte d'inculturització.

Referències

- Batra, R. i Ahtola, O. (1990). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letters*, 2, 159-170.
- Berry, J. W.; Phinney, J.; Sam, D. i Vedder, P. (2006). Immigrant youth, Acculturation, identity and adaptation. *Applied Psychology, An International Review*, 55, 303-332.
- Bloom, B-N.; Arikan, G. i Lahav, G. (2015). The effect of perceived cultural and material threats on ethnic preferences in immigration attitudes, *In Press*.
- Fazio, R. H.; Sanbonmatsu, D. M.; Powell, M. C. i Kardes, F. R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 229-238.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Standford: Standford University Press.
- Hütter, M.; Sweldens, S.; Stahl, C.; Unkelbach, C. i Klauer, K.C. (2011). Dissociating contingency awareness and conditioned attitudes, Evidence of contingency-unaware evaluative conditioning. *Journal of Experimental Psychology*, 141, 539-557.
- Kattner, F. (2012). Revisiting the relation between contingency awareness and attention: Evaluative conditioning relies on a contingency focus. *Cognition & emotion*, 26, 166-175.

- Koranyi, N.; Gast, A. i Rothermund, K. (2013). «Although quite nice, I was somehow not attracted by that person», Attitudes toward romantically committed opposite-sex others are immune to positive evaluative conditioning. *Social Psychological and Personality Science*, 4, 403-410.
- Loebnitz, N. i Grunert, K. G. (2014). Evaluative conditioning of food technologies in China, Moderating effect of social trust. *Food Quality and Preference*, 37, 19-26.
- Murphy, S. T. i Zajonc, R. B. (1993). Affect, cognition and awareness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 723-739.
- Ros, M. (1985). Las escalas de actitudes (I). En J. F. Morales (ed.), *Metodología y teoría de la Psicología*, 2. Madrid: UNED
- Sweldens, S.; Corneille, O. i Yzerbyt, V. (2014). The Role of Awareness in Attitude Formation Through Evaluative Conditioning. *Personality and Social Psychology Review*, 18, 187-209.
- Sweldens, S.; Van Osselaer, S. M. J. i Janiszewski, C. (2010). *Journal of Consumer Research*, 37, 473-489.