

UNIVERSIDAD AMERICANA DE ACAPULCO
"EXCELENCIA PARA EL DESARROLLO"

FACULTAD DE PSICOLOGÍA
INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO CLAVE DE
INCORPORACIÓN 8852-25

**EL ANÁLISIS FACIAL COMO
HERRAMIENTA EFECTIVA EN LA
PERSUASIÓN**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA:
P R E S E N T A :
DULCE MARIA SILVA FLORES**



**DIRECTOR DE TESINA:
PSIC. CARLOS BETANCOURT SÁNCHEZ**

ACAPULCO, GRO., ENERO 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Agradecimientos.....	i
Introducción.....	ii
<u>Capítulo I.....</u>	<u>7</u>
<u>Las Emociones y el Análisis Gestual.....</u>	<u>7</u>
<u>1.1. Antecedentes Históricos de la Emoción.....</u>	<u>8</u>
<u>1.2. Neurofisiología de las Emociones.....</u>	<u>11</u>
<u>1.3. ¿Qué es una Emoción?.....</u>	<u>15</u>
<u>1.4. Teorías de las Emociones.....</u>	<u>18</u>
<u>1.4.1. Teoría de James-Lange.....</u>	<u>19</u>
<u>1.4.2. Teoría de Cannon-Bard.....</u>	<u>20</u>
<u>1.4.3. Teoría de la Emoción de Schachter-Singer.....</u>	<u>21</u>
<u>1.4.4. Teoría de la Retroalimentación Facial.....</u>	<u>23</u>
<u>1.4.5. Perspectivas Contemporáneas sobre los Fundamentos Neurológicos de las Emociones.....</u>	<u>24</u>
<u>1.4.6. Integración de las Diversas Perspectivas sobre las Emociones.....</u>	<u>25</u>
<u>1.5. Características y tipos de Emociones.....</u>	<u>26</u>
<u>1.5.1. Tristeza.....</u>	<u>27</u>
<u>1.5.2. Enojo.....</u>	<u>36</u>
<u>1.5.3. Sorpresa.....</u>	<u>45</u>
<u>1.5.4. Miedo.....</u>	<u>48</u>
<u>1.5.5. Disgusto.....</u>	<u>53</u>
<u>1.5.6. Alegría.....</u>	<u>58</u>
<u>1.6. Influencias Culturales en la Emoción.....</u>	<u>61</u>
<u>1.7. Lenguaje No Verbal: El Análisis Facial y el Lenguaje Corporal.....</u>	<u>63</u>
<u>Capítulo II.....</u>	<u>69</u>
<u>Persuasión.....</u>	<u>69</u>
<u>2.1. Actitudes.....</u>	<u>70</u>
<u>2.2. ¿Qué es la Persuasión?.....</u>	<u>72</u>
<u>2.3. Enfoques Teóricos y Estrategias de la Persuasión.....</u>	<u>73</u>
<u>2.3.1. El Modelo de Carl Hovland.....</u>	<u>74</u>
<u>2.3.2. Las Doce Etapas de la Persuasión, establecidas por McGuire.....</u>	<u>75</u>
<u>2.3.3. La Teoría de la Respuesta Cognitiva.....</u>	<u>76</u>
<u>2.3.4. El Modelo Heurístico.....</u>	<u>77</u>
<u>2.3.5. El Modelo de Probabilidad de Elaboración.....</u>	<u>78</u>
<u>2.3.6. Estrategias Persuasivas, la Técnica de Pie en la Puerta y Pie en la Cara.....</u>	<u>80</u>
<u>2.3.7. Estrategia Persuasiva de la Bola Baja.....</u>	<u>81</u>

<u>2.3.8. ESTRATEGIA PERSUASIVA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA.....</u>	<u>82</u>
<u>2.4. Elementos de la Persuasión.....</u>	<u>83</u>
<u>2.4.1. Comunicador ó Fuente Persuasiva.....</u>	<u>83</u>
<u>2.4.2. Mensaje.....</u>	<u>85</u>
<u>2.4.3. Canal de Comunicación.....</u>	<u>87</u>
<u>2.4.4. La Audiencia ó Receptor.....</u>	<u>91</u>
<u>2.5. Resistencia a la Persuasión.....</u>	<u>92</u>
<u>2.5.1. Disonancia Cognoscitiva.....</u>	<u>93</u>
<u>2.5.2. Inmunización contra la Persuasión.....</u>	<u>95</u>
<u>2.6. Persistencia de los Efectos Persuasivos.....</u>	<u>96</u>
<u>2.6.1. El Apagamiento del Impacto Persuasivo.....</u>	<u>97</u>
<u>2.6.2. El Efecto Adormecimiento.....</u>	<u>98</u>
<u>Capítulo III.....</u>	<u>100</u>
<u>Las Emociones como Herramienta de la Persuasión.....</u>	<u>100</u>
<u>3.1. Investigaciones de la Publicidad Verbal, Escrita y por Análisis Gestual.....</u>	<u>101</u>
<u>3.2. El Análisis Gestual como Medio de Medición en Relaciones de Pareja.....</u>	<u>104</u>
<u>3.3. El Trabajo y las Emociones.....</u>	<u>106</u>
<u>3.4. Importancia de las Emociones y la Persuasión en el Mercado Laboral.....</u>	<u>107</u>
<u>3.5. Estudio del Análisis Gestual y sus Limitantes.....</u>	<u>108</u>

Agradecimientos

A Dios por ser mi luz y vida y por permitirme cumplir con una meta que será el comienzo de mi profesión.

A mis padres por inculcarme los valores que en esta vida son importantes, por ser mi apoyo en cada situación acontecida, mis maestros de vida y los seres que más amo en este mundo.

A mi Dudi por ser un verdadero hermano para mí, tus consejos y enseñanzas me motivan a seguir luchando cada día.

A mis amigas y amigos por compartir muchos años de su vida conmigo y los divertidos momentos que pasamos, por las situaciones, las enseñanzas, las debilidades y las fortalezas de cada uno, por los inolvidables recuerdos de aventuras que aún se siguen escribiendo.

A cada uno de mis maestros que con su personalidad, calidad humana y formación me han dado un amplio panorama de la psicología y sus aplicaciones en la mente humana, sus enseñanzas me motivan a desarrollarme y saber que siempre hay que demostrar calidad en lo que hacemos.

Introducción

Desde los inicios de la psicología en el conocimiento y observación de la conducta, las emociones resultaron el principal estudio y enfoque de atención; pioneros de este estudio como

Darwin comenzaron a establecer diferencias y similitudes en las expresiones emocionales en humanos y animales, sin embargo, a comienzos del siglo XXI es cuando se trata de comprobar sus estudios y a hacer un análisis detallado de las diferentes teorías sobre las emociones que hasta la fecha siguen siendo fuente de debates y observación, actualmente se ha recopilado mayor información y estudiado recientemente la importancia de las mismas y con el avance de tecnologías que puedan corroborar las teorías, se ha abierto un amplio campo entre la conexión mente y cuerpo tanto en la expresión como la manera de comunicarse y por consecuencia diseñar herramientas que puedan servir en la detección de éstas expresiones y utilizarlas para investigaciones que puedan promover una mejora en la sociedad como el desarrollo de campañas efectivas para el cuidado de salud, etc.

Los objetivos de este trabajo consisten en documentar los conceptos teóricos que han surgido a través de los años sobre el concepto de la emoción, las nuevas teorías que sustentan investigaciones sobre la universalidad de las emociones y su impacto en cada cultura, así como su correspondiente expresión y su objetivo en el comportamiento social y como medio clave en el proceso de persuasión.

Establecer la relación de las emociones en el papel de la persuasión conlleva a explicar de manera más profunda el proceso comunicativo, el estudio de las actitudes y sus componentes que implican que para este proceso, las emociones juegan un papel importante en la toma de decisiones de los individuos, y por tanto un impacto persuasivo.

Actualmente diferentes sectores de la sociedad han influido en el comportamiento y el proceso de aculturación del ser humano, este cambio de comportamiento en las culturas, requiere de factores que generen una aceptación en la modificación de creencias de audiencias, de grupos y de masas, aspectos principales como el cognitivo, afectivo y conductual son los determinantes, conocer cuáles podrían suprimir los mismos para tomar decisiones conllevan estudiar al proceso de persuasión de una manera concisa y minuciosa ya que este proceso engloba los factores primordiales que influyen en cambiar las actitudes y modificar la ideología del ser humano tanto social, cultural y emocional.

El proceso de persuasión trabaja en conjunto con el estudio de la comunicación y sus procesos; estableciendo principalmente al emisor o fuente que transmite el mensaje como clave para lograr un cambio de actitud, y que mediante el uso de estrategias como atracción, seguridad y sobre todo un buen uso de gestos faciales en los cuáles pueda hacer generar empatía hacia el público, resulta valioso al persuadir, sin embargo, no sólo es él único objetivo que puede asegurarnos la efectividad de nuestro mensaje, influyen factores como el mensaje, la manera en que se transmite y sobre todo el estudio minucioso del receptor o audiencia, que es la persona que recibe el mensaje, clave importante en el cual se cumplirá nuestro objetivo, por tal motivo conlleva estudiar la manera en cómo se desenvuelve en su cultura, su interacción, su género, edad y sobre todo en sus afectos, cabe destacar que los afectos es una de las principales causas de modificación de conducta y la cuál tendrá como punto de partida esta investigación en la cuál documentaremos y delimitaremos la evidencia encontrada en libros,

revistas e investigaciones realizadas en conjunto sobre persuasión y emoción.

Así como la persuasión influye de manera muy importante en el ser humano, cabe destacar que las expresiones faciales son respuesta de las emociones que el ser humano percibe, por tanto el estudio del análisis facial nos comprueba la manera en que un mensaje es aceptado y con el avance de nuevas tecnologías, se miden los cambios fisiológicos que conllevan y que pueden demostrar en qué momento llega el individuo a aceptar determinada ideología ó creencia.

En esta tesina plantea los diferentes estudios que se han hecho sobre las emociones y la persuasión.

En el primer capítulo se desarrollará las diferentes teorías del origen de las emociones, su definición, las expresiones faciales que las delimitan así como la expresión corporal, los cambios a nivel fisiológico que originan cada una y la manera en que se conectan con la toma de decisiones, partiendo de ahí el segundo capítulo tratará del proceso de la toma de decisiones, lo que son las actitudes sus componentes principales que generan un cambio y posteriormente partir con el estudio de la persuasión, su objetivo principal, los diferentes factores que influyen que el proceso de comunicación sea favorable y las desventajas que pueden originar las diferentes estrategias persuasivas al no tomar un estudio minucioso de la comunicación, como sería la audiencia o el receptor y por último en el tercer capítulo se detallarán las investigaciones más recientes que se han hecho sobre este estudio y las expectativas a futuro en cuanto a utilidad, así como los focos de

atención para mejorar y diseñar estrategias persuasivas combinando el análisis gestual.

Capítulo I

Las Emociones y el Análisis Gestual.

El presente capítulo tiene como objetivo documentar las primeras investigaciones sobre el estudio de las emociones y lo que hasta actualmente se conocen de ellas, conocer como surge su

estudio a lo largo de la evolución, las diferentes teorías que se han planteado sobre su origen, su funcionamiento y su expresión; el planteamiento de una definición; la neurofisiología que presenta cada emoción y la descripción de las emociones que se consideran innatas y universalmente identificables, la importancia del lenguaje corporal y los debates que aún se especulan sobre las mismas e incógnitas que aún son puntos clave en el estudio de la psicología.

1.1. Antecedentes Históricos de la Emoción.

Hablar de las emociones conlleva a conocer la historia del ser humano y sobre todo cuál fue el papel fundamental de éstas en el proceso de evolución del hombre.

Desmond Morris, zoólogo y etólogo nos lleva a la explicación en base a la evolución del ser humano, indagando la parte animal de nuestros antepasados y que no es hasta 25 y 30 millones atrás que nuestros ancestros comienzan a bajar al suelo atrapando animales pequeños e indefensos, el primer paso para caminar y poco a poco a erguirse, ayudándole esto a huir de animales mas fuertes que él.

Con un cerebro grande y desarrollado, ojos con más visión, matiz y manos prensiles, comienzan a crear herramientas efectivas que le ayuden a su supervivencia, ya que comparar el instinto de lucha de los animales carnívoros como el olfato, el oído y las garras, denotaban una gran debilidad por parte de ellos. Con la creación de armas, comienzan a competir con los animales cuádruples, y por consecuencia surge la comunicación entre el grupo, colaborando y

organizando la perfección de las mismas y la cacería, vitales para la supervivencia de la especie.

Desde el punto de vista social tuvo que aumentar su impulso de comunicación y cooperación entre sus compañeros, tuvo que hacer más complicadas la vocalización y la expresión facial con el fin de evitar peleas entre el grupo social, delimitar más las expresiones faciales son un punto evolutivo ya que ayudó a delimitar el mensaje combinando las señales del cuerpo, y el blanco de los ojos como símbolo para hacer nuestras miradas más expresivas desarrollando así la importancia de la vista y el habla como señales, actualmente los mensajes del cuerpo varían de cultura en cultura¹.

En 1873 con *La expresión de las emociones en los animales y en el hombre*; Darwin documentó minuciosamente el origen de las emociones desde un punto de vista conductista; destacando la influencia que tienen en adquirirse y heredarse.

Para Darwin las 3 acciones más importantes en humanos y animales son los reflejos, hábitos e instintos, tomando a los reflejos como una parte importante en la evolución, en el cuál las expresiones faciales son descritas como parte innata y herencia de nuestros antepasados dando como resultado que las emociones se dan de manera involuntaria y no aprendida.

Al destacar que la expresión facial emocional es innata y que existen programas genéticos que determinan la forma de la respuesta de la expresión emocional, corrobora que el aprendizaje

¹ Desmond, Morris. *El Mono Desnudo*. Traductor J. Ferrer Aleu; 1ra edición, Plaza y Janés, S. A. Editores, Barcelona 1971. pag. 30-70.

puede determinar que una respuesta emocional se presente en ciertas situaciones, o no, además de modificar la manera en que surge la respuesta expresiva. Lo que es innato es el programa que determina la respuesta emocional, pero ésta no puede producirse si no existe el adiestramiento o aprendizaje necesario.

Los estudios para corroborar su teoría se presentaron en:

- * El estudio de las expresiones en animales filogenéticamente cercanos al ser humano
- * Estudio de la expresión de las emociones en ciegos de nacimiento y que, por lo tanto, no se han aprendido.
- * Estudio de la expresión de las emociones en niños antes de que hubieran podido aprender cómo expresan dicha emoción otras personas.
- * Evidencia de que las personas de diferentes culturas y etnias realizan movimientos y gestos parecidos cuando experimentan emociones similares.
- * Estudio de las emociones expresadas en obras de arte (pintura y escultura).
- * Emociones experimentadas cuando se estimula eléctricamente ciertos músculos asociados a determinadas experiencias emocionales².

² Chóliz, M. *La expresión de las emociones en la obra de Darwin*. Valencia: Promolibro. 1995. <http://www.uv.es/choliz/ExpresionEmocionesDarwin.pdf> , (3 de marzo de 2011).

Para Darwin las emociones básicas se distinguen por 2 características principales: Son universales en su expresión y reconocimiento. Se presentan en todos los individuos de la misma especie, y cualquiera de ellos puede reconocer las emociones básicas en cualquier individuo, independientemente de factores étnicos y culturales.

La expresión se produce sin necesidad de aprendizaje, lo que se constata en investigaciones realizadas con niños y ciegos de nacimiento³.

Los estudios e investigaciones de Darwin fueron un punto clave para nuestra época, ya que se trató de un libro olvidado durante décadas pero que a partir de la mitad del siglo XX se convierte en un punto de referencia obligado en la psicología de la evolución.

1.2. Neurofisiología de las Emociones.

Las emociones tienen un componente fisiológico, en el cuerpo humano el sistema límbico es el encargado de controlar el comportamiento emocional y los impulsos motivacionales. La corteza límbica funciona como un área cerebral de asociación para la acción y control del comportamiento.

El sistema límbico conlleva una serie de órganos especializados en la función del comportamiento tanto a nivel sensorial como perceptual. Entre los más importantes están el hipotálamo, con sus estructuras relacionadas como la amígdala, el área septal y áreas del mesencéfalo. Además de sus papeles en el control del

³ Íbidem.

comportamiento, estas áreas controlan también muchas condiciones internas del cuerpo como temperatura corporal, osmolalidad de los líquidos corporales, impulsos para comer y beber, control del peso corporal, etc.

Algunos de los efectos de la estimulación del hipotálamo sobre el comportamiento son el furor manifiesto, la lucha y la tranquilidad, así como miedo e impulso sexual y las lesiones de esta parte del sistema límbico a su vez producen los efectos opuestos tanto en el ser humano como en los animales.

La estimulación o las lesiones en otras regiones del sistema límbico, en particular la amígdala, el área septal y áreas del mesencéfalo, a menudo produce efectos similares a los desencadenados directamente a partir del hipotálamo.

En este mismo sistema la amígdala desempeña un papel muy importante en actividades del comportamiento; se encarga de relacionar al ser humano con el mundo por su asociación con los distintos lóbulos cerebrales; tiene la función de presentarle al ser humano el mundo que lo rodea, percibir, sentir y asociar, por lo tanto ayuda a formar el patrón de comportamiento de una persona de modo que sea apropiado para cada ocasión.

La estimulación de la amígdala produce los mismos efectos que se desencadenan con el hipotálamo más otros fisiológicos como el aumento o disminución de la presión arterial y frecuencia cardíaca. La lesión o daño en la amígdala ocasionan el síndrome de Kluver-Bucy caracterizado por pérdida de miedo, extrema curiosidad,

modificación en los hábitos alimentarios así como impulso sexual hacia animales de distintas especies e incluso la docilidad⁴.

LeDoux y otros investigadores descubrieron que la amígdala se especializa también en producir temor ya que recibe información sensorial en forma muy directa y rápida, evitando la corteza. Como resultado, nos permite responder ante estímulos potencialmente peligrosos antes de que en realidad sepamos lo que está sucediendo. Esta respuesta primitiva de temor no está bajo el control de los centros encefálicos superiores de modo que esto explica por qué las personas que sufren de fobias y ansiedad incapacitante a menudo sienten temor sin saber la causa⁵.

Otro integrante del sistema límbico es el hipocampo caracterizado por ser fundamental para el aprendizaje; su función consiste en la creación del recuerdo, ya que si una señal neuronal es importante la transforma y la transmite a la memoria a largo plazo, es un mecanismo crítico para la toma de decisiones, sin él no habría consolidación de recuerdos a largo plazo de tipo verbal, sensorial o simbólico⁶.

Cada parte del sistema límbico responde al tipo de emoción que se experimente, éstas respuestas incluyen variaciones en el ritmo cardiaco, la presión sanguínea y otras respuestas corporales; así como también por la segregación de hormonas, como la adrenalina,

⁴ Guyton C. Arthur. *Anatomía y fisiología del sistema nervioso. Neurociencia básica*, 2da Edición, Editorial Medica Panamericana. New York, 1994 Págs.298-309.

⁵ Coon, Dennis. *Psicología, Exploración y aplicaciones*, 8va edición, Edit. International Thomson Editores, S. A. de C. V. México, D.F. 1999, Pag. 433.

⁶ Guyton C. Arthur. *Anatomía y Fisiología del sistema nervioso. Neurociencia básica*. Op. Cit. Pag. 303.

encargada de la activación del instinto de lucha o huida, producida por las glándulas suprarrenales; éstas últimas al extirparse llegan a demostrar una disminución de activación emocional⁷.

Así mismo, conviene destacar que las emociones se dividen en positivas y negativas, entendiendo como positivas aquellas que nos causen reacciones placenteras, como la alegría, furor, entusiasmo y emociones negativas las que nos produzcan malestar o amenaza, se dividen así porque fisiológicamente cada una está clasificada en distintos hemisferios del cerebro. Registros de actividad encefálica muestran que las emociones positivas se procesan principalmente en el hemisferio cerebral izquierdo. En contraste, las emociones negativas se procesan en el hemisferio derecho. El hecho de que las emociones positivas y negativas se basen en áreas encefálicas diferentes ayuda a explicar por qué podemos sentirnos felices y tristes al mismo tiempo⁸.

Cabe destacar que cada tipo de emoción tiene una característica única en la expresión fisiológica del organismo. Las reacciones ante emociones desagradables son especialmente consistentes. Por lo general, incluyen tensión muscular, corazón palpitante, irritabilidad, sensibilidad a los ruidos fuertes y gran cantidad de cambios internos. Éstas reacciones son casi universales porque las causa el sistema nervioso autónomo, es automático y normalmente no está bajo control voluntario, sin embargo lo que sí podemos cambiar es la intensidad de la emoción y el tiempo de

⁷ Coon, Dennis. *Psicología, Exploración y Aplicaciones*, Op. Cit. Pag. 430-434.

⁸ *Íbidem*. Pag. 435.

duración por medio de la actividad parasimpática, encargada de tranquilizar la respuesta automática del organismo⁹.

Conociendo los cambios que las emociones revelan en el organismo, muchos investigadores han tratado de llegar a un término concreto en cuanto a la definición, siendo esto un tema muy debatido que a continuación se detallará.

1.3. ¿Qué es una Emoción?

Definir lo que es una emoción es un proceso complejo ya que sólo se pueden definir los cambios fisiológicos que ocasionan y lo que podemos observar, diferentes psicólogos han tratado de utilizar una definición que pudiera abarcar este amplio concepto y sin embargo, aún sigue siendo causa de muchos debates.

Coon propone que una emoción es un estado caracterizado por la activación fisiológica del organismo, causada por factores externos, que frecuentemente influyen en la conducta, se demuestra en cambios en la expresión facial, gestos, postura y sentimientos subjetivos¹⁰.

La raíz de la palabra emoción significa “conmover” término introducido por William James en 1884 y se expresan por medio del lenguaje no verbal y por cambios en la expresión facial, postura corporal y tono de voz.

⁹ Ídem. Pag. 434.

¹⁰ Ídem. Pag. 436.

Hay emociones que nos motivan para emprender una acción como la alegría, el enojo o el temor y cumplen un papel fundamental en el individuo: la función adaptativa.

Las emociones duran de unos cuantos segundos ó milésimas de segundos, y de ellas provienen las motivaciones, ya que éstas últimas reorganizan la propiedad de una meta y son el resultado de la motivación hacia donde se quiere ir.

Un elemento final importante de la emoción son los sentimientos emocionales, o sea la experiencia emocional privada de una persona y los estados de ánimo que a diferencia de las emociones pueden durar por muchas horas, o incluso días, son menos intensos y específicos y nos preparan para actuar en ciertas formas dependiendo de la emoción experimentada, influyendo en éste último factores internos como la temperatura corporal o ambiental.

Sin embargo, clasificar las emociones se ha convertido en un proceso muy complejo por diferentes investigadores y psicólogos, se han delimitado en 2 tipos, las emociones primarias, universalmente reconocidas por los individuos independientemente de la cultura y las emociones secundarias, variantes de la cultura y descritas como la combinación de 2 o más emociones primarias.

Plutchik sostiene la existencia de 8 emociones primarias: temor, sorpresa, tristeza, disgusto, enojo, anticipación, alegría y aceptación, y que cada una puede tener diferente intensidad¹¹.

¹¹ Ídem. Pag. 433.

Para Izard las emociones básicas o primarias tienen que ser reconocidas por las siguientes características:

- * Tener un sustrato neural específico y distintivo
- * Tener una expresión o configuración facial específica y distintiva
- * Poseer sentimientos específicos e instintivos
- * Derivan de procesos biológicos evolutivos
- * Tienen propiedades motivacionales y organizativas de funciones adaptativas¹².

Paul Ekman propone que hay patrones diferentes de actividad en el sistema nervioso que dan como resultado determinada respuesta motora que conduce a emociones tales como miedo, ira o aversión. Propone 6 emociones, tristeza, miedo, alegría, sorpresa, disgusto y enojo. Dichas emociones están directamente relacionadas con la adaptación del organismo, y por lo tanto es consecuente que tengan un patrón de actividad autónoma específica.

Para Izard, así como para Plutchik, las emociones son fenómenos neuropsicológicos específicos fruto de la selección natural, que organizan y motivan comportamientos fisiológicos, cognitivos que facilitan la adaptación.

Por contra, Ortony y Turner cognitivistas señalan que no existen tales emociones básicas a partir de las cuales puedan construirse todas las demás. Debido a que cada autor propone un número y emociones determinadas que no suelen coincidir con las que

¹² Chóliz, M. *La expresión de las emociones en la obra de Darwin*, Op. Cit.

proponen otros investigadores y proponen que podía haber elementos de respuesta básica que podían usarse en la expresión de las emociones y situaciones que no las necesitaran. Las expresiones corporales semejantes a la expresión de determinadas emociones pueden surgir con independencia de éstas; negaban la determinación biológica de las emociones y defendían la psicológica en la cual todas las emociones se pueden explicar en función de emociones irreducibles¹³.

1.4. Teorías de las Emociones.

El extenso estudio de la emoción ha enriquecido a la psicología y estas aportaciones se han utilizado tanto para indagar y analizar como surge la emoción y las respuestas que desencadenan por medio de la observación. Cabe destacar que el manejo de estas teorías siguen siendo vigentes y motivo de investigación que aún se siguen cuestionando y aplaudiendo por sus colaboradores.

Las primeras teorías de la emoción que tuvieron su comienzo a principio de los 80, se centraron en los conocimientos de su época, éstas primeras investigaciones se centraron en la fisiología de las emociones, es decir en observar los cambios corporales específicos de cada emoción; la segunda etapa de estas teorías se basaron en el instinto y el aprendizaje como producto de la adquisición de emociones y su relación con la motivación; y la tercer etapa de las teorías se centró en el papel del conocimiento en la experiencia de las emociones (cognición) ; intentando unir la experiencia emocional con los cambios corporales; sin embargo, este trabajo durante largos años ha descubierto una relación fascinante entre cambios en la

¹³ Ídem.

expresión facial y la experiencia de estas emociones así como el surgimiento de nuevas teorías que complementen todo lo que conlleva el proceso de la emoción.

1.4.1. Teoría de James-Lange.

Una teoría que tuvo mayor relevancia en la década de los 80 fue la del psicólogo estadounidense William James y el psicólogo danés Carl Lange en la cual defendían que las respuestas emocionales ocurren en orden invertido; es decir, afirmaron que la activación corporal no necesariamente siguen una emoción como el temor; sino que los sentimientos emocionales siguen la activación corporal. James señaló que a menudo no experimentamos una emoción sino hasta después de reaccionar.

James en 1884; argumentó que es difícil sentir una emoción sin la activación de una manifestación corporal, y que los sucesos causaban en las personas cambios corporales y conductuales y que la emoción era la consecuencia de la percepción de estos cambios conductuales y fisiológicos.

Carl Lange llegó a la misma conclusión, y proponen el ejemplo de los “casi” accidentes de coche y el acecho de un animal peligroso, concluyendo así que la percepción de las respuestas fisiológicas y conductuales producen las emociones. Una presunción de la teoría de James-Lange, es que tenemos diferentes modelos de activación fisiológica por cada emoción. Para ellos la emoción es el resultado de percibir la estimulación fisiológica y la conducta.

1.4.2. Teoría de Cannon-Bard.

En 1929 Walter B. Cannon criticó la teoría de James-Lange y ofreció otro punto de vista en el cual argumentó que los cambios fisiológicos de los órganos corporales, se producían con demasiada lentitud, para ser la base de las emociones, Subrayó que los órganos corporales como el estómago, intestinos y corazón (órganos viscerales) son relativamente insensibles porque no tienen nervios. Así las personas normalmente no se dan cuenta de los cambios en estos órganos, por ejemplo, las contracciones o relajaciones del estómago.

Para comprobarlo, Cannon realizó experimentos en los que seccionó los tractos del sistema nervioso simpático en gatos, de tal manera que no estuviera conectado con el cerebro. Como resultado de esta operación, incluso con la presentación de los estímulos apropiados, la frecuencia cardíaca del gato no aumentaba, no presentaba piloerección y el hígado no secretaba el azúcar a la sangre. Sin embargo, Cannon halló que estos animales continuaban presentando las típicas reacciones conductuales de miedo, cólera y placer en las situaciones apropiadas. Dadas estas críticas Cannon propuso que las emociones podían no simplemente ser la percepción de los cambios fisiológicos.

Cannon y más tarde Bard en 1938, propuso que los sucesos estimulantes activan el tálamo, quien envía mensajes al córtex cerebral y a órganos como el corazón y el estómago. La

estimulación del córtex cerebral lleva a la experiencia emocional y la excitación de los órganos lleva a la activación fisiológica acompañante. Así, Cannon argumentaba que la experiencia emocional y la activación se producen al mismo tiempo, más que una tras otra, y como consecuencia de la activación que mandaba el tálamo al cerebro.

Investigaciones más recientes proponen que el hipotálamo y el sistema límbico, y no el tálamo, juegan papeles centrales en la experiencia de la emoción. Además, las emociones no son, simplemente, sucesos que experimentamos solo durante un momento; las emociones pueden durar mucho más tiempo, después de que el suceso haya pasado, además de que tiene que demostrarse de forma concluyente, esta incertidumbre dio lugar a otra teoría más de las emociones propuesta por Schachter y Singer.

1.4.3. Teoría de la Emoción de Schachter-Singer.

Para Schachter y Singer la cognición es un factor clave en la expresión emocional, subraya que identificamos las emociones que experimentamos al observar nuestro entorno y compararnos con los demás.

En el experimento clásico de Schachter y Singer se hallaron evidencias de esta hipótesis. En el estudio se informó a los participantes que recibiría una inyección de una vitamina. En realidad se les dio epinefrina, sustancia que aumenta la excitación fisiológica, consistente en un incremento de los ritmos cardíaco y respiratorio, y un enrojecimiento del rostro, respuestas que por lo

general ocurren durante las reacciones emocionales fuertes. A los miembros de ambos grupos se les puso luego por separado en una situación en la que un cómplice del experimentador actuaba en una de dos formas. En una condición, actuaba con ira y hostilidad, y en la otra como si desbordara felicidad.

La finalidad del experimento era determinar la reacción emocional de los participantes ante el comportamiento del cómplice del experimentador. Cuando se les pidió que describieran su propio estado emocional al final del experimento, los participantes expuestos al cómplice iracundo informaron que se sentían molestos, en tanto que los participantes expuestos al cómplice feliz, que se sentían felices. En suma, los resultados señalaron que los participantes recurrieron al entorno y al comportamiento de los demás en consecuencia de explicar la excitación fisiológica que experimentaban.

Así este experimento sustentó la hipótesis de Schachter y Singer; y aunque el enfoque ofrece un interesante abordaje sobre las emociones existen algunos problemas en esta teoría, uno de ellos es que no se han podido replicar los hallazgos y otro es que sobre el nivel de excitación, numerosas investigaciones han descubierto que pueden llegar a magnificar y confundir muchas emociones.

Esta teoría originó importantes aportaciones como la correlación entre la activación fisiológica en la intensidad de la emoción, así como debates en cuánto a que la cognición sea significativa en la emoción, teoría que no ha sido apoyada por completo por los psicólogos; algunos han argumentado enérgicamente que las

emociones y la cognición están separadas y que la cognición no puede determinar la emoción, sin embargo, no podemos menospreciar esta interesante teoría que nos abre las puertas a indagar más sobre el complejo proceso de la emoción y su posible correlación con la cognición y sobre todo la modificación de ciertos aspectos que podrían dejar en claro nuevas teorías que aporten y enriquezcan nuevos descubrimientos¹⁴.

1.4.4. Teoría de la Retroalimentación Facial.

En esta teoría la expresión facial es primordialmente importante en el proceso de las emociones; Carrol Izard fue uno de los pioneros en demostrar que la expresión facial conlleva cambios fisiológicos y que afecta la emoción, la teoría definida como de retroalimentación facial propone que las sensaciones de la cara proporcionan claves al encéfalo para determinar que emociones se están sintiendo. Para ello que conduce tener experiencias emocionales es tener expresiones emocionales y percatarse de ella.

Sin embargo, Ekman va un paso más adelante, él cree que hacer caras en realidad puede causar emoción, y para comprobarlo hizo un estudio en el cual él y sus colegas se guiaron con cuidado a los sujetos mientras acomodaban sus caras, músculo por músculo, para crear expresiones de sorpresa, disgusto, tristeza, enojo, temor y felicidad. Al mismo tiempo, se supervisaban las reacciones corporales.

¹⁴ Coon, Dennis. *Psicología, Exploración y Aplicaciones*. Op. Cit. Pag. 438.

Al contrario de lo que podría esperarse, “hacer caras” produjo cambios en el sistema nervioso autónomo, como lo reflejaron el ritmo cardíaco y la temperatura de la piel. Además cada expresión facial produjo un patrón diferente de actividad. Por ejemplo, una cara furiosa elevó el ritmo cardíaco y la temperatura de la piel, mientras que el disgusto disminuyó el ritmo cardíaco y la temperatura de la piel. En un experimento relacionado, las personas calificaron lo divertidas que pensaban que eran unas caricaturas mientras sostenían transversalmente una pluma en sus bocas. Quienes sostenían la pluma con los dientes pensaron que las caricaturas eran más divertidas que quienes la sostenían en los labios. ¿Puede adivinar por qué? La respuesta es que si se sostiene una pluma con los dientes, se ve obligado a formar una sonrisa¹⁵.

En nuestra discusión sobre las teorías, aplicamos esta teoría a las emociones en el efecto persuasivo.

1.4.5. Perspectivas Contemporáneas sobre los Fundamentos Neurológicos de las Emociones.

Cuando Schachter y Singer realizaron su experimento que fue pionero a principios de los años 70, los recursos para evaluar la fisiología eran limitados. Actualmente se cuentan con aparatos que miden las señales del sistema nervioso y con más detalles las respuestas biológicas asociadas con las emociones; cada vez hay más evidencia que hay patrones específicos de respuesta fisiológica por cada emoción.

¹⁵ Íbidem. Pag. 439.

Mediante el uso de tomografías por emisión de positrones (TEP) se ha demostrado que por cada emoción se activan diferentes zonas cerebrales. La alegría se relacionaba con una disminución de ciertas zonas de la corteza cerebral, en tanto que la tristeza se asoció con un incremento en la actividad de ciertas zonas de la corteza. Es posible que a la larga se pueda trazar un mapa en el cual se pueda ver que zonas se activan con cada emoción.

Estas investigaciones más recientes han demostrado que los estímulos relacionados con las emociones se procesan y responden casi al instante y ocurren tan rápido que el pensamiento racional y cuyo procesamiento se tarda más; al parecer no participa en un inicio; por tanto, la información relacionada con las emociones se evalúa primero y luego se envía a la amígdala. Parece que el sistema más rápido ofrece una respuesta inmediata a los estímulos que provocan emociones (SNA), en tanto que el sistema más lento contribuye a confirmar una amenaza y prepara una respuesta más reflexiva¹⁶.

1.4.6. Integración de las Diversas Perspectivas sobre las Emociones.

Durante los últimos años ha habido diferentes enfoques de emociones y modificaciones, razonar el por qué hay tantas teorías y lo más importante saber cuál ofrece la explicación más completa conlleva a un gran dilema, ya que en la actualidad existen demasiadas teorías explicativas como emociones individuales.

¹⁶ Feldman, S. Robert. *Psicología con aplicaciones en países de habla hispana*, 6ta edición, McGraw-Hill, México 2005. pp. 329.

Por un lado definir a las emociones no es un fenómeno simple, se entrelazan distintos aspectos del ser humano como la motivación, la cognición, las neurociencias y diversas ramas relacionadas con la psicología. Estudiarlas por tanto es un fenómeno complejo, ya que abarca aspectos biológicos como cognoscitivos que ninguna teoría ha logrado explicar por completo a todas las fases de la experiencia emocional. Además de que surgen evidencias contradictorias entre cada modelo o teoría que llega a poner en duda la exactitud de sus predicciones.

Esto refleja solamente que la psicología es una ciencia en desarrollo que sigue evolucionando, conforme se investigue más evidencia, se darán respuestas específicas a las interrogantes sobre la naturaleza de las emociones, con los avances que hemos obtenido de estas investigaciones podemos actualmente obtener resultados de ellas y seguir solucionando problemas de orden práctico como el conocimiento del lenguaje no verbal y la manera de detectar señales en la detección de criminales o hasta terroristas utilizando herramientas de imagenología térmica para detectar sospechosos en aeropuertos y aduanas¹⁷.

1.5. Características y tipos de Emociones.

Las emociones tienen un papel importante en el ser humano pues de ellas depende la conducta, y también la toma de decisiones del individuo en distintos sectores de la sociedad; todos los días experimentamos emociones tanto positivas y negativas como parte natural, y en algunos casos en la toma de decisiones; en este

¹⁷ Íbidem. Pags. 330-331.

capítulo se pretende definir las señales más distintivas de cada tipo de emoción tomando en cuenta 6 emociones universales.

La descripción de cada emoción y de su propio patrón específico de conducta es el punto del cual va a abarcar la presente investigación, Paul Ekman, psicólogo pionero en el estudio de las emociones y su relación con la expresión facial, realizó viajes a Nueva Guinea, Brasil, Argentina, Australia, tratando de investigar la universalidad de las emociones, a diferencia de los antropólogos que definen las emociones como distintas en expresión y movimiento de cada cultura, realizó el experimento para investigar en regiones donde no existen los medios masivos de comunicación, si las emociones son distintas y varía la cultura en su expresión. Como resultado encontró que hay 6 tipos de emociones universalmente detectadas en todo el mundo. Para determinar las expresiones faciales diseñó un medidor de movimientos faciales FACS (Sistemas y Códigos de las Movimientos Faciales) Esta técnica no mide la emoción directamente, sino registra objetivamente todos los movimientos faciales musculares. A continuación se dará explicación detallada de cada una, su patrón de conducta, el objetivo que tiene en nuestra adaptación al medioambiente así como los posibles desórdenes emocionales en los cuáles predomine la emoción en particular.

1.5.1. Tristeza.

Diferentes situaciones pueden ocasionarnos tristeza, las causas comúnmente encontradas son por rechazo de un amigo o amante, una baja de autoestima al fallar en algún objetivo en el trabajo ó

escuela, la pérdida de admiración de un superior, la pérdida de salud, la pérdida de alguna parte del cuerpo o función del organismo debido a un accidente ó enfermedad y puede ser hasta por la pérdida de un objeto valioso, entre otras cosas.

Tiene dos características muy marcadas que se viven en esta emoción es la tristeza o pena y la agonía¹⁸, en la agonía hay protesta e intento por enfrentar una pérdida, en la tristeza hay más resignación y desesperanza, es más pasiva. La agonía tiene su comienzo cuando no hay algo que se pueda hacer para recuperar el objeto perdido o amado y desde pequeño se les enseña a los niños a controlar el llanto de desesperación asociado con ella.

La tristeza es una de las emociones de mayor duración en el individuo, tiene un ciclo conjunto con la agonía, primero hay un periodo de desesperación en el cual da lugar el llanto, luego un periodo en el cual hay resignación el cual la persona se siente sin ayuda y después comienza la agonía como si fuera un intento de recuperar la pérdida.

Dependiendo la intensidad de la pérdida se darán las olas emocionales (tristeza-agonía) y también hasta que el humor comience a desaparecer tan pronto como desaparezca el suceso.

Durante ese periodo las personas con intenso duelo pueden experimentar enojo dirigido hacia las posibles causas de su pérdida como un ser divino, la persona que causó la pérdida o el objeto, a la persona que fallece o pierde y especialmente sucede si el objeto o

¹⁸ Ekman, P. & Friesen, W. V. *Unmasking the Face: A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues*. 1st Edition, Edit. Prentice Hall. New Jersey, 1975. Pag. 135.

persona lo ha puesto en riesgo emocional o físico. También puede ser dirigido hacia él mismo por no haber hecho algo, expresar un sentimiento importante o por no haber prevenido la muerte cuando racionalmente no hay nada que se pueda hacer.

Hay enojo hacia el objeto o persona responsable de la pérdida, mientras hay tristeza y agonía por la pérdida en sí misma. El enojo es otra emoción que puede ser presentada en este periodo, sentimiento que llega a todo lo que puede ser sentido ante la muerte, pero es debido al rechazo,

Hay momentos que la persona puede sentir miedo de cómo podrá enfrentarse sin la pérdida, miedo de no poder recuperarse, y puede ser alternado por el miedo a enfrentarse a la vida después de la pérdida, en caso que la pérdida no ocurra, el miedo puede ser la emoción predominante en vez de la tristeza o agonía.

La agonía puede fluir especialmente cuando es presenciada y enriquecida cuando les decimos a otros nuestras pérdidas ya que nos confortan los demás y hay una retroalimentación.

En situaciones de duelo, la tristeza es la emoción más predominante, hubo un tiempo en el cual los profesionales de la salud creyeron que las personas quienes no mostraban su intensa pena estaban tratando de negarla y que serían vulnerables a serios problemas psiquiátricos, sin embargo, recientes investigaciones sugieren que no siempre es el caso, como por ejemplo, cuando la persona que fallece ha tenido un largo periodo de declinación, en estos casos la persona no muestra agonía intensa, sólo tristeza ocasional y cuando finalmente la muerte ocurre, si el apego ha sido

difícil junto con muchos periodos desagradables o considerablemente tormentosos, la muerte puede traer alivio con sentimientos de consuelo en vez de desesperación.

Cuando la muerte de un ser amado es inesperada no es poco común que los dolientes creen que la persona fallecida esta aún con vida. Durante este periodo, el estado de ánimo suele ser de tristeza, cuando esa persona significativa para el individuo fallece accidentalmente, o por suicidio u homicidio, El Dr. Ted Rynearson, encontró que muchos dolientes conversan con la persona fallecida creyendo en un sentido que la persona puede oírlos y está respondiéndoles e incluso puede tomar años para que finalicen estas conversaciones y acepten completamente que ya ha fallecido la persona¹⁹.

Todas las emociones intensas nos producen momentos de agonía. El enojo puede ser la defensa de la agonía y algunas veces la cura.

Algunos psicoterapeutas han sostenido que la tristeza prolongada y la agonía hacia una pérdida pueden ser el resultado del enojo hacia uno mismo. Si lo sacaran entonces la tristeza y agonía serían curados, sin embargo, es común sentir enojo hacia la persona perdida pero no significa que sea el único sentimiento que pueda experimentar ni su expresión necesaria o cierta cura para la tristeza o agonía.

¹⁹ Rynearson, E. K. "El suicidio internalizado: Un secuestro existencial". *Revista Americana de Psiquiatría*. No. 184. Año 1981, Pag. 84-87.

La tristeza y agonía pueden ayudar para aliviar la pérdida y sin estos sentimientos la pérdida podría durar mucho tiempo.

Esta emoción se expresa en la expresión vocal y facial con el sentido de pedir ayuda de otros. El soporte social, es decir, el cuidado de amigos y miembros de familia es aliviante. Éstas expresiones son involuntarias ya que una de nuestras funciones evolutivas es causar a otros que ven nuestras expresiones sentir empatía y querer ofrecer ayuda.

Otra función de la expresión de tristeza y agonía es enriquecer su significado ya que detectamos cuando alguien sufre por sus expresiones faciales, de lo contrario no se sabría lo que la pérdida ha significado para el individuo, y otra función de ella es permitir que la persona intente construir recursos y conservar su energía²⁰.

Cuando llega a suceder una catástrofe es difícil no sentir la motivación de ayudar, este impulso es fundamental para nuestra supervivencia y nuestra sociedad. Es motivado por el sufrimiento que sentimos cuando la otra persona sufre principalmente cuando la otra persona no tiene ayuda y es miserable. Este tipo de empatía permite ayudar y confortar, reduciendo la miseria del otro y brindándole sentimientos positivos.

Sin embargo, hay personas que cuando viven una situación de pérdida, prefieren alejarse y permanecer solas, pueden sentirse avergonzadas, débiles y tristes de depender de alguien tan unido.

²⁰ Ekman, Paul. *Emotions Revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. 1st ed., Times Books Henry Hold and Company, New York, 2003. Pag 90.

Algunas se muestran orgullosas de no mostrar ningún signo de tristeza. Esto no quiere decir que la persona no sanará completamente, ni que estén negando su expresión, pues estas emociones son involuntarias y aparecen aunque no queramos. Podemos suprimirlas pero no completamente²¹.

No todos sienten el sufrimiento de otros, no todos les dan ganas de confortar a alguien miserable. Hay personas que se divierten viendo sufrir a otras porque sienten bien ejecutar poder y lo que produce.

Las lágrimas son aceptadas socialmente en niños y en mujeres pero en hombres puede llegar a ser símbolo de debilidad o falta de carácter. Las lágrimas no son el único símbolo de tristeza también lo es de inmensa alegría y reportan un sentimiento de mejoría para las persona que las experimentan, también existen diferentes cosas que disparan las lágrimas, lo cual puede ser debido al manejo de alguna emoción, y hay evidencia que se han reportado sollozos de angustia en primates²².

Las emociones juegan un rol importante en la vida del individuo, algunas son centrales específicas de la personalidad y de algún desorden de la personalidad específico, sin embargo, considerar la duración del fenómeno resulta de vital importancia para distinguir entre emociones, (pueden ser tan cortas como segundos o minutos)

²¹ Íbidem. Pag. 93.

²² Vingershoets, A. J. J. M., Cornelius, R. R., Van Heck, G. L. & Becht, M. C. "El llanto adulto: Modelo y Revisión de la literatura". *Revista de Psicología General*. Año 2000. No. 384. Pág. 34.

* Lo que las causa y como afectan nuestras vidas son otras maneras en la cual las emociones, estados de animo, rasgos de personalidad y desórdenes difieren, pero este tema no nos concierne por ahora.

el estado de ánimo (puede durar varias horas ó un día ó dos) y el rasgo de personalidad (el cual puede tener una mayor parte en la vida de la persona como la adolescencia, la juventud y algunas veces la vida entera). Mientras que los desórdenes emocionales pueden ser episódicos, durar semanas, meses ó periodos largos como años o décadas, no es cuanto duren sino cómo sea nuestro modo de vivir lo que las distingue de un desorden de personalidad. En un desorden las emociones están fuera de control y pueden interferir con nuestra capacidad para interactuar con otros, trabajar, comer y dormir *.

También las emociones son centrales específicas de el rasgo de personalidad y del desorden emocional como la depresión. Considerar la duración de cada fenómeno es una manera más fácil de distinguir entre otras emociones y también del tipo de desorden mental que probablemente puede sufrir un individuo.

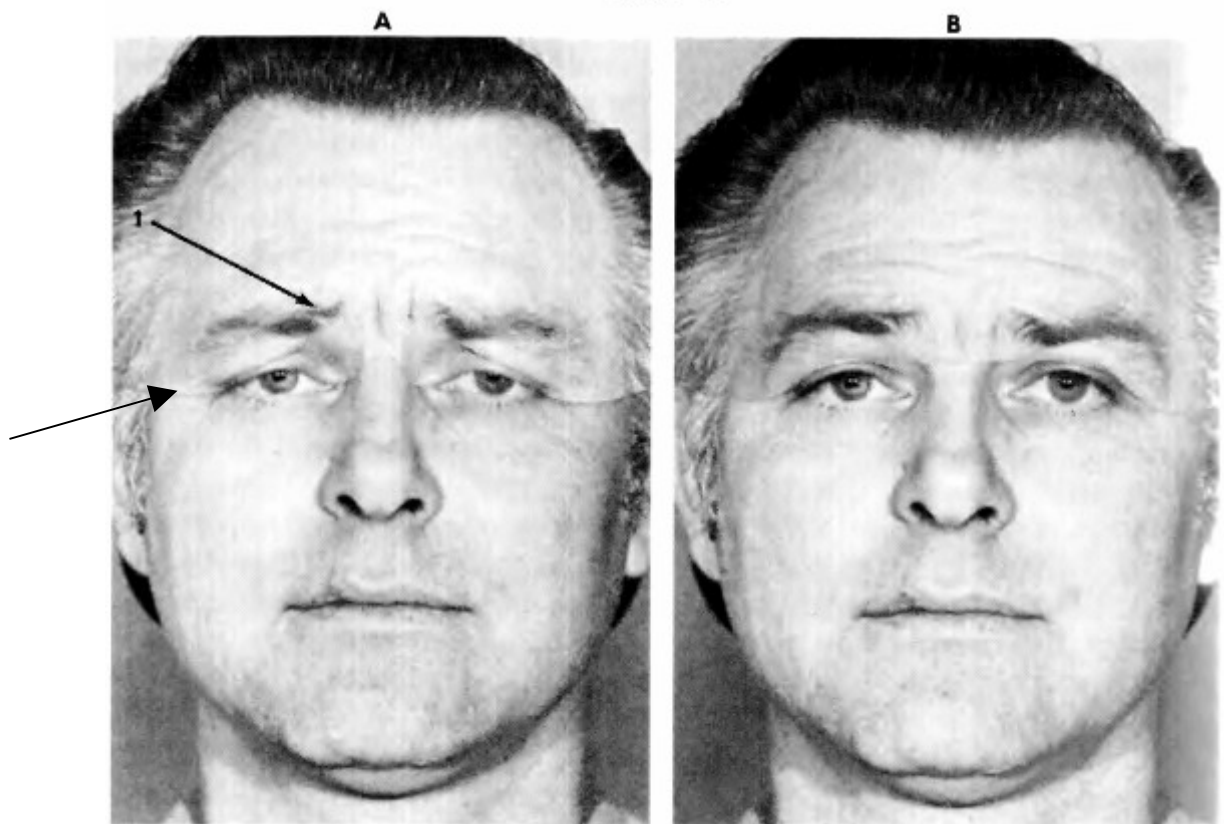


Fig. 1. *Principales signos faciales de la tristeza*²³

- * Las esquinas de las cejas suben de nivel y pueden parecer que se dibujan juntas, hay simetría.
- * Los párpados superiores forman una línea vertical entre los mismos.

²³ Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions*. 1st ed., Malor Books, Cambridge MA 2003. Págs. 45.

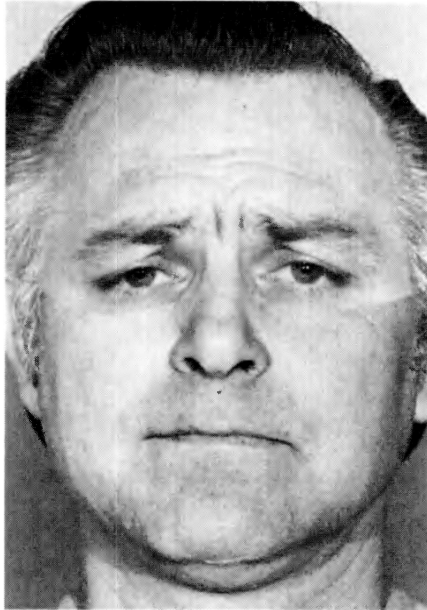


Fig. 2 *Principales signos faciales de la tristeza*²⁴

- * Las comisuras de los labios comienzan a bajar y los labios se contraen.

²⁴ Íbidem.

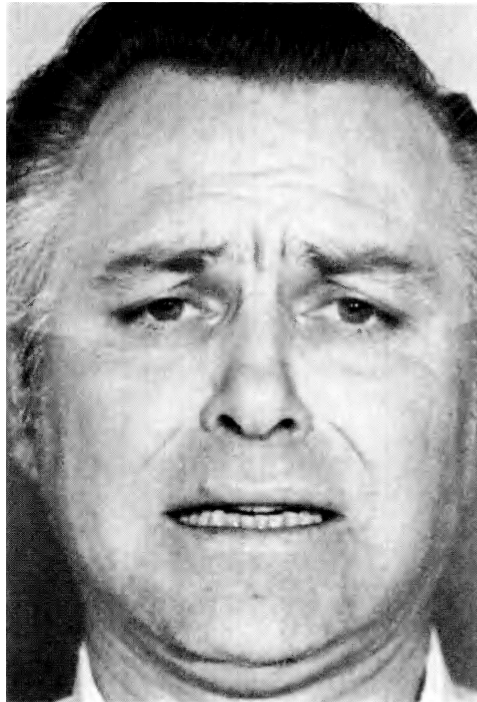


Fig. 3. *Principales signos faciales de la tristeza*²⁵

- * En periodo de intensa agonía, suele haber llanto, los labios suelen abrirse, las comisuras suelen ser hacia abajo y tienden los labios a ser más horizontales. Los pómulos tienden a subir²⁶.

1.5.2. Enojo.

Hay diferentes situaciones que causan enojo en los individuos tanto niños como adultos, y las causas más comunes son las mismas.

²⁵ Íbidem

²⁶ Ekman, Paul. *Emotions Revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. Op. Cit. Pág. 95-101.

La manera más efectiva para detener el enojo en los infantes, es la interferencia física, es decir, agarrar las manos del niño, para que no pueda lastimar²⁷.

Los principales disparadores de ésta emoción son las siguientes:

- * Interferencia de algo o alguien a lo que se intenta hacer.
- * Fallos en nuestra memoria o habilidades.
- * Lastimar físicamente. (enojo o miedo)
- * Frustración con un objeto inanimado o situación.
- * Lastimar psicológicamente, insultos, denigrar la apariencia.
- * Rechazo de un ser amado.
- * Desilusión de cómo alguien actúa especialmente si es alguien significativo. (ejemplo: ilusión del noviazgo, padres, amigos).
- * Intento de cambiar nuestras acciones o creencias a algo que nos ofende (diferencia entre creencias).

Uno de los más peligrosos factores del enojo es que enfrentarlo incrementa más su intensidad y por consecuencia incita a la violencia.

El enojo también tiene diferentes intensidades, desde la molestia, hasta la furia. La indignación es un tipo de enojo, la indiferencia es más pasiva así como la exasperación. La venganza es la acción del enojo usualmente cometida después de un periodo de reflexión sobre la ofensa, algunas veces de gran intensidad que

²⁷ Sternberg, C. R., & Campos, J. J. *La expresión del enojo en la infancia*. 1era. Ed., Edit. Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, N. J., 1990. Págs. 247-282.

del acto que lo provocó, Mostrarlo depende de varios factores, como si es alguien íntimo (es más seguro mostrar enojo) ó extraño.

Michael McGuire y Alfonso Troisi hacen una muy interesante aportación evolutiva en la cual las personas muestran diferentes “estrategias de comportamiento” ante diferentes situaciones que les causa enojo. Lo que hace pensar que las diferentes causas no necesitaran tener la misma intensidad ó expresión del enojo. Un ejemplo de ello es el rechazo ó desilusión de un individuo significativo, se puede intentar lastimar, sin embargo, lastimar a un bandido le costaría la vida²⁸.

Cuando el enojo es breve, el resentimiento es una parte de él. Sin embargo, guardar resentimiento es diferente. El resentimiento surge cuando no se aclara la situación, se cree que hay una injusticia o no se acepta algo que sucedió. Se puede guardar resentimiento por mucho tiempo, esto no significa que la persona esté continuamente enojada, pero si piensa ó ve a la persona que lo causó el enojo aparece. El resentimiento puede afectar seriamente, para lo cual nunca desaparece y lo que hace es intensificar lo sucedido. La persona esta preocupada con la ofensa rumiando excesivamente sobre ello, y cuando comienza a tener más intensidad o afecta, la probabilidad de venganza comienza a ser mayor.

El odio es un duradero e intenso disgusto. Encontrar a la persona u oírla disparan rápidamente el enojo, es más probable sentir disgusto y desprecio hacia la persona odiada. Como el

²⁸ McGuire, M. & Troisi, A. *Anger: An evolutionary view*. 1st edition, Editorial Academic Press, New York, 1990. Pag. 220.

resentimiento, el odio es usualmente un largo periodo y va enfocado en una persona específica. Aunque generalmente en su carácter, mientras que el resentimiento esta conectado a un agravio específico o serie de daños, el odio también puede ulcerar, tratando de que la vida de la persona a quien odia llegue a ser estresante como el de la persona misma.

Es difícil saber como clasificar el odio y el perdurable resentimiento, no hay emociones en ellos, por eso duran mucho, aún así son causados por la misma emoción, y cuando comienzan a ser parte del modo de vida de la persona, pueden causar serios daños tanto al individuo como a la persona que quieren dañar.

El enojo es raramente sentido por un largo periodo, algunas veces va seguido del miedo al daño que nuestro objetivo puede hacernos o miedo del propio enojo, de perder el control y de dañar.

Puede ir unido el enojo con el disgusto, también con la finalidad de atacar, o disgusto hacia uno mismo por sentir esa emoción, por no tener suficiente control y algunas veces avergonzarse o culpabilizarse por tener sentimientos de enojo.

Es la emoción más peligrosa porque se puede intentar dañar el objetivo de nuestro enojo, pueden ser palabras, pero el objetivo es el mismo, dañar.

Muchos psicólogos han intentado descubrir si el impulso de dañar es necesario cuando se experimenta esta emoción, en ese caso, se podría observar en los infantes y enseñarlos a evitar este

impulso, o si se podría tratar el problema sin necesidad de intentar lastimar a nuestro objetivo de enojo, también educando a los cuidadores y la cultura que lastimar al objetivo no es lo más exitoso de eliminar el problema; de manera que se educara a los niños que golpear o lastimar no sea la manera que utilicen cuando estén enojados con otros.

Aún es difícil saber si el instinto de golpear o lastimar el objetivo sea parte innata del ser humano, Joe Campos, pionero de las emociones en la infancia sugiere que cortar o tirar parecen tener función de quitar obstáculos en recién nacidos, así como quitar el pezón cuando están succionando, aún es incierto si estos movimientos podrían ser cuasi intentos coordinados para lastimar a la persona que fuese el obstáculo ó solo intentos para parar la interferencia, no hay información exacta de cuando y como los intentos de lastimar surgen o si lo hacen todos los niños.

Lo que si hay evidencia es que golpear, morder y patear comienza en edades muy tempranas y comienzan a tener control a los 2 años continuando a declinar poco a poco. Psiquiatras y antropólogos sugieren que la capacidad de violentar nunca es eliminada²⁹.

Podemos aprender a inhibir estos impulsos, sin embargo, es una parte central de la respuesta del enojo, lo que sí varía son las diferencias individuales y que tan fuertes sean estos impulsos para cada uno³⁰.

²⁹ Holden, C. "The violence of the lambs". *Science*, No. 289, Año 2000, Págs. 580-581.

³⁰ *Íbidem*.

Aún así, este hecho es reprobable por la sociedad, las personas que actúan generalmente en dicha emoción suelen arrepentirse de las cosas o acciones que hacen, sin embargo, no borran el daño que ocasionan.

Lo que motiva a controlarlo es el vínculo ó compromiso que tenemos con la otra persona. Sea amigo, familiar, compañero, creemos que podemos dañar la relación si no la manejamos.

La intensidad de dicha emoción varía de cada individuo. Aún no hay una evidencia definitiva de si es el ambiente o la herencia la causa de esto, sin embargo lo que si es seguro es que ambas juegan un rol.

Hay personas incapaces de controlar su enojo, ya sea porque generalmente viven en constante enojo o por ser el resultado de un daño en un área del cerebro.

La mayoría de las personas suelen escoger no actuar cuando están enojadas, pueden escaparse palabras o golpes al aire pero el control es posible para casi todos. El ser humano, en su mayoría, tiene la capacidad para decidir actuar ó controlarse durante su enojo.

La psicóloga social Carol Tavriz autora de un libro completo sobre el enojo argumenta que intentar eliminar el enojo lo hace empeorar, y que a su vez esta represión es causante de problemas de salud como depresión, úlceras, hipertensión, atracones de comida o ataques al corazón. Sugiere ver el enojo como una

emoción que nos protege de las relaciones con las que interactuamos en vez de un signo de daño dirigido hacia nosotros³¹.

Hay un costo social de mostrar el enojo, como dañar una relación, ya sea momentánea o permanente³², algunas veces genera represalias por parte de otros, incitando una pelea. Las personas enojadas no son bien aceptadas por la sociedad, los niños conflictivos pierden la aprobación de otros niños³³ mientras que los adultos son vistos con menos atracción³⁴.

Se puede actuar de manera constructiva, como expresarse después del enojo, ya que puede empeorar si seguimos el mismo patrón. Desafortunadamente no hay investigación científica sobre el comienzo del enojo, la propia persona que lo experimenta no lo percibe sino hasta cuando cambia su tono de voz y su expresión facial.

Estar atentos ante las expresiones de enojo puede ayudar a regular la intensidad y planear las acciones que emprendamos más que quitar la fuente del enojo. Usualmente no ignoramos nuestro enojo por mucho tiempo, los demás nos lo harán notar, aunque el conocimiento no garantiza el control se pueden ofrecer posibilidades para disminuirlo.

Una de las maneras es intentar mostrar empatía hacia la persona enojada, y dirigir nuestro enojo más a la acción que a la

³¹ Tavis, Carol. *Anger: the misunderstood emotion*, 1ra ed., Editorial Simon & Schuster. EUA, 1989. Pags. 275-300.

³² McGuire, M. & Troisi, A. *Anger: An evolutionary view*. Op. Cit. Pag. 225

³³ Lemerise E. & Dodge K. *El enojo y la interacción hostil*. 2da edición, Editorial The Guilford Press, New York, 2000, Pag. 135.

³⁴ McGuire, M. & Troisi, A. *Anger: An evolutionary view*. Op. Cit. Pag. 226

persona, enseñarla a no actuar de la misma manera. Sin embargo, hay situaciones en las cuales se debe dirigir este enojo hacia la persona como el caso de los abusadores los cuales les gusta dominar e infligir daño.

Cuando el enojo dura más tiempo en la persona, comienza a manifestar irritabilidad, lo cual se caracteriza por un periodo en el cual la persona le molesta cualquier cosa y actúa con más intensidad, cuando se experimenta el enojo en esta etapa es más difícil manejarlo, mostrar irritabilidad por largo tiempo puede ser signo de un desorden de personalidad.

Parecería que el enojo no es útil o adaptativo, sin embargo lo fue en nuestros ancestros y hasta la fecha, pues nos motiva a parar o cambiar algo que nos cause la molestia, el enojo de una injusticia nos motiva a intentar hacer un cambio.

El enojo y el miedo pueden ocurrir en las mismas situaciones en respuesta a una misma amenaza, y pueden servir para ayudar a reducir el miedo y darnos energía para movilizarnos o enfrentar la amenaza.

Las señales más distintivas del enojo se muestran en la cara y en la voz. Así como señales fisiológicas como la cara enrojecida y la aceleración del impulso cardíaco y la presión sanguínea.

El enojo es fácil de provocar y listo para salir en cualquier oportunidad, tener una personalidad hostil puede incrementar la intensidad y las consecuencias.

Las expresiones faciales más distintivas del enojo son las siguientes.



Neutral

Enojo

Fig. 4. Expresión facial del enojo³⁵.

- * Las cejas se muestran bajas y dibujadas juntas
- * Los párpados inferiores están ligeramente tensos.
- * La mirada es fulminante y marcan el objeto de enojo.

³⁵ Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions*. Op. Cit. Pag. 62, . .

- * El mentón es ligeramente contraído
- * Los labios pueden permanecer tensos, su forma es cuadrada o rectangular, pueden estar ligeramente presionados.
- * En caso de furia los dientes suelen estar apretados y mostrándose sin embargo varían de cultura³⁶.

1.5.3. Sorpresa.

La sorpresa es una de las emociones más cortas en duración que otras emociones, es difícil ver una foto con esta emoción, ya que se dispara ante un inesperado y rápido evento.

A comparación con las demás emociones que se pueden reprimir o manejar la intensidad de la emoción en cuanto a la expresión facial, en la sorpresa no se puede hacer mucho ya que dura pocos segundos y es inesperada, por tanto no se puede manejar su intensidad o reprimirla.

Algunos estudiosos no la consideran emoción porque no es placentera ni desagradable y creen que todas las emociones deben ser lo uno o lo otro, sin embargo también es considerada como una emoción subsiguiente, es decir, que viene acompañada de otra emoción ya sea placentera o desagradable.

No sólo las sensaciones físicas suelen sorprendernos, también una idea no anticipada, un comentario inesperado, una pregunta ó una idea novedosa o sentimiento propio.

³⁶ Ekman, Paul. *Emotions Revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. Op. Cit. Pags. 127-135.

Su principal característica es su corta duración, y mientras que la sorpresa podría confundirse con el susto, no es lo mismo, la diferencia entre susto y sorpresa radica en que estar asustado no es el estado extremo o intenso de la sorpresa, así como la furia del enojo o el terror del miedo.

El susto difiere de 3 formas de la sorpresa, primero es que el tiempo del susto es más controlado que el de la sorpresa, y si se sabe que van a ser asustados se puede inhibir la reacción pero no del todo, y por ultimo nadie puede inhibir completamente la reacción del susto, ya que es considerado más un reflejo físico que una emoción³⁷.

Las expresiones más distintivas de la sorpresa son las siguientes.

³⁷ Íbidem. Pág. 152.

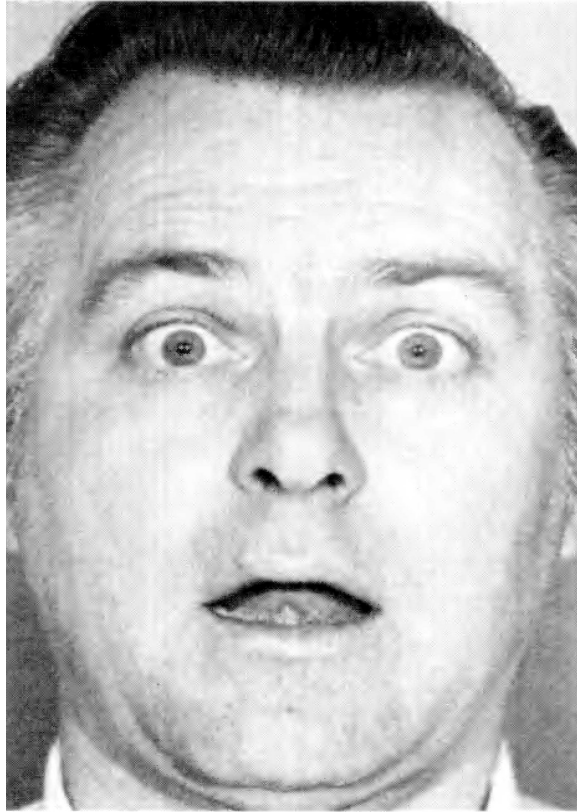


Fig. 5. *Principal expresión facial de la sorpresa*³⁸.

- * Las cejas suben y forman un arco simétrico.
- * La piel debajo de las cejas se estira.
- * Se forman arrugas de forma horizontal en la frente.
- * Los párpados están abiertos, el párpado superior sube y el inferior se dibuja ligeramente, el blanco de los ojos (esclerótica) se muestra más.
- * La mandíbula permanece abierta de manera que los dientes y los labios se parten, no hay tensión ni estiramiento en la boca.

³⁸ Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions*. 1st ed., Malor Books, Cambridge MA 2003. Pág. 76.

1.5.4. Miedo

En la actualidad, se puede encontrar más investigaciones sobre el miedo que alguna otra emoción esto es debido a la facilidad con que se puede ocasionar tanto en animales como humanos.

Ocurre por diferentes motivos pero la causa principal es la incapacidad por prevenir el daño.

El miedo al daño caracteriza su principal disparador, tanto físico como psicológico, algo arrojado que nos pueda dañar, pérdida de equilibrio, entre algunos. Otra característica es que es instintivo e innato.

La mirada de las víboras puede causar miedo, biológicamente somos más temerosos de figuras reptiles que de armas, pistolas o cuchillos, otro acto que no se aprende puede ser el miedo a dar un paso en falso en un lugar alto.

Las diferencias individuales juegan un rol, ya que hay personas que no temen a situaciones que a otras personas les inquieta, en cuanto a aprendizaje podemos aprender a temer a todo, un claro ejemplo es el miedo a la oscuridad y en adultos y niños el miedo al electrocardiograma.

Actuar en una situación de miedo depende de factores como el aprendizaje, y la herencia, fisiológicamente estamos preparados a actuar de 2 maneras, escondernos o huir, durante una situación que percibimos peligrosa nuestra circulación se dirige principalmente a

las piernas como respuesta a huir, en cambio cuando nos amenaza algo que no podemos enfrentar ó huir nos paraliza.

Hay dos principales amenazas en las cuales se enfrenta el miedo, la amenaza inmediata y la inminente. Cuando nos enfrentamos a una amenaza inmediata las sensaciones desagradables y pensamientos pueden no experimentarse aún con el miedo y en vez de ello nuestra conciencia puede enfocarse en el enfrentamiento de la misma, como su nombre lo dice es inmediata, mientras que la amenaza inminente es la situación en la cual sabemos que peligramos pero no podemos hacer nada por detener el daño.

Investigaciones recientes han encontrado 3 maneras en las cuales el miedo difiere dependiendo del tipo de amenaza que se experimente.

- * Primero, la amenaza inmediata impulsa a actuar (detenerse o huir) para enfrentar la amenaza, mientras que preocuparse por una amenaza inminente impulsa a incrementar la vigilancia y la tensión muscular.
- * Segundo, la respuesta a una amenaza inmediata es algunas veces es analgésica reduciendo las sensaciones de dolor, mientras que la respuesta ante una amenaza inminente magnifica o maximiza el dolor.
- * Tercero, hay evidencia que sugiere que entre la amenaza inmediata e inminente envuelven diferentes áreas de actividad cerebral.

Las experiencias que genera el miedo pueden ser distinguidas en 3 factores.

- * La intensidad – Se refiere a qué tan severo es el daño que le amenaza
- * El tiempo – Si la amenaza es inmediata o inminente.
- * La manera de enfrentarse – Si existe acción que podamos tomar para reducir o eliminar la amenaza.

Una amenaza inmediata de daño focaliza nuestra atención, aumenta la intensidad de la mirada y nos moviliza para enfrentar el peligro. Si percibimos una amenaza inminente, nuestra preocupación sobre lo que podría suceder puede protegernos, advertirnos y hacernos más vigilantes. Las expresiones cuando estamos preocupados por un daño inminente o terrible si la amenaza es severa nos notifica que la amenaza esta acechando, advirtiéndonos sobre evitar el daño o preparándonos para ayudarnos a enfrentar la amenaza.

El tipo de amenaza que pueda llegar a suceder persiguen el mismo fin, evitar el dolor, tanto físico o psicológico.

Hay personas que disfrutan la sensación que el miedo les genera, y otras que lo ven de manera desagradable y tratan de evitarlo. Para cada emoción hay personas que se divierten experimentarlas y quienes no las toleran.

Cada emoción puede llegar a jugar un rol principal en el humor de las personas, así como en el humor depresivo la tristeza es la emoción que más predomina, y el enojo en la irritabilidad, durante el miedo, la ansiedad juega un rol principal.

La ansiedad surge cuando sabemos que hay peligro pero no podemos hacer o no podemos identificar la amenaza, estar ansioso incrementa el riesgo de enfermedades del corazón³⁹.

La ansiedad es un factor de personalidades tímidas, dominadas por la emoción del miedo.

Hay desórdenes emocionales en los cuales el miedo juega un rol importante. Las fobias son una ejemplo de ello, en la cual hay terror ante eventos o situaciones interpersonales, como la muerte, daño, enfermedad, sangre, animales y lugares, etc.

El estrés postraumático es el resultado de haber estado en una situación peligrosa seguida por experiencias que recuerdan el evento y evitan situaciones asociadas con el trauma; acompañado de dificultades en el sueño y falta de concentración, así como ataques de ira.

Los ataques de pánico es otro tipo de desorden emocional causado por preocupaciones y terror sin razón e incapacitante en la vida de quien lo sufre.

La ansiedad patológica es otro desorden a diferencia de la ansiedad, suele ser más recurrente, persistente e intenso,

³⁹ *Íbid.* Pag. 159.

interfiriendo básicamente en la vida diaria del individuo como en el trabajo y el sueño.

Los principales signos faciales del miedo son los siguientes.



Fig. 6. *Signos faciales del Miedo*⁴⁰.

- * Las cejas son empujadas hacia arriba y dibujadas simétricamente.
- * Las arrugas en la frente son empujadas al centro, no en las partes de alrededor.

⁴⁰ Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions*. Op. Cit. Pág. 112.

- * El párpado superior es empujado hacia arriba se tensa, se expone la esclerótica (blanco de los ojos) y el párpado inferior es tenso y empujado hacia arriba. A diferencia de la sorpresa en el miedo el párpado inferior juega un rol importante para delimitar la emoción, mientras en la sorpresa no.
- * La boca permanece abierta y los labios se ven tensos y visiblemente horizontales y estirados hacia atrás.
- * Raramente será signo de sorpresa el incremento de cejas sin el incremento del párpado superior
- * En la sorpresa la mandíbula baja mientras que en el miedo, la mandíbula se contrae y los labios se estiran en la dirección de los ojos (horizontal).

1.5.5. Disgusto.

El disgusto surge como un sentimiento de aversión hacia algo, probar algún alimento contaminado o putrefacto, es generado por medio de los sentidos, mediante el olfato podemos detectar la fuente que nos lo causa, por medio de la vista ante situaciones que consideramos ofensivas o desagradables, ruidos o sonidos poco comunes y molestos, así como tocar algo pegajoso puede generarlo.

También puede ser causado por el pensamiento, ante situaciones, ideas, apariencias o acciones que consideramos ofensivas a la moral o extrañas en la sociedad.

Acciones humanas como el maltrato, ideas de amplio criterio sexual que se considera ofensivo o filosofías en las cuales se

denigra algún aspecto físico o moral en los individuos es fuente de disgusto.

Lo que genera disgusto varía tanto en los individuos como en la cultura. Mientras comer carne de perro en algunas áreas de China es un delicioso manjar, en el occidente esto generaría repugnancia y asco.

Así como en cada cultura varía lo que genera disgusto, también hay disparadores universales en los cuales para toda cultura es desagradable.

Paul Rozin sugiere que el centro del disgusto es aquello que envuelva la incorporación oral de algo que es ofensivo o contaminante, entre lo más potente y que genera disgusto universal son los líquidos corporales, heces, vomito, moco y sangre⁴¹.

Sugiere que el disgusto no aparece en infantes sino hasta edades entre 4 y 8 años, antes de ello si expresan rechazo ante lo que no quieren pero no disgusto, explica esta diferencia ya que en las primeras edades el niño no tiene la capacidad cognitiva para el disgusto sino hasta después de las edades mencionadas*.

⁴¹ Rozin, P., *Disgust: The body and soul emotion*, 1st edition. Edit. Handbook of Cognition and Emotion. U. K., 1999, Pags. 435.

* Rozin explica la diferencia de que los infantes no tienen la capacidad cognitiva necesaria para el disgusto, como la habilidad para reconocer que la apariencia es diferente de la realidad, un experimento que utilizó fueron pedazos de chocolate en forma de heces. Esto es también consistente con que los animales no sienten disgusto, sin embargo, los animales rechazan la comida descompuesta, habría que realizar más investigación si el rechazo de comida ocurre en otros primates y si existe, si aún lo muestran como respuesta a ofensas sociales.

El centro del disgusto radica en lo interpersonal, y distinguió 4 disparadores, entre los principales factores que generan disgusto es ante lo extraño, lo desastroso, lo desafortunado y lo moralmente obsceno, aclara que surgen del aprendizaje y variando de cultura en cultura.

Sin embargo lo que universalmente se ha distinguido que genera disgusto es lo visualmente desagradable, como heridas físicas, y aquellas heridas graves que involucren deformación o intenso daño.

Rozin encontró diferencias más significativas en el disgusto social, una persona que no encaja en el orden social y que critica a los demás es considerada desagradable a los japoneses mientras que los estadounidenses tienden más a mostrar disgusto ante la violencia y actitudes racistas, sin embargo no todo el disgusto social varía ya que se encontró similitud en varios países de disgusto ante los políticos⁴².

Algo muy interesante sobre la emoción del disgusto es que en la intimidad bajamos o suprimimos el límite de lo que consideramos desagradable, un claro ejemplo es el cuidado de los padres por los infantes al cambiar pañales, limpiar vómito y que es lo más atractivo en los niños y hasta los adultos, ejemplo de ello lo caracterizan las altas ventas de películas de terror y policíacas.

Lo mismo ocurre en las relaciones sexuales, la lengua puede ser signo de intimidad y debe haber mutuo acuerdo en ambas partes o de lo contrario generará disgusto. El sexo es otro tipo de situación en

⁴² Íbidem. Pag. 175.

la cual se envuelve la desnudez así como el contacto prolongado e intensidad en la relación sexual. También suprimimos el disgusto cuando la persona que sufre alguna herida física grave es un ser querido o familiar a nosotros.

El disgusto juega un importante papel en la sociedad, eliminar el disgusto establece la intimidad y es una marca de acuerdo personal. Otra función importante es eliminar lo que causa asco o repugnancia para evitar la enfermedad, socialmente nos ayuda a alejarnos de lo que consideramos dudoso o deshonesto.

El disgusto es claramente considerada una emoción desagradable ya que al experimentarla la persona no se siente bien, cuando es intensa nos incita a sentir náusea.

Recientemente no hay un humor ó estado de ánimo que pueda definir al disgusto como su principal emoción, y aún no existen investigaciones o teorías que lo reconozcan.

Lo que si es un hecho es que es parte de desórdenes emocionales, uno de los principales es el trastorno obsesivo compulsivo, ya que se manifiesta por pensamientos obsesivos hacia lo sucio o contaminante y a la necesidad excesiva de limpiar; así como las fobias animales o sociales basadas en el disgusto de una persona ante ser humillada por otra o ante ella misma.

Otro claro ejemplo son las personas que sufren de trastornos alimenticios ya que tienen un fuerte sentimiento de disgusto y desprecio ante su propio cuerpo, a su sexualidad y hasta ciertas comidas.

Los principales signos faciales del disgusto son los siguientes.

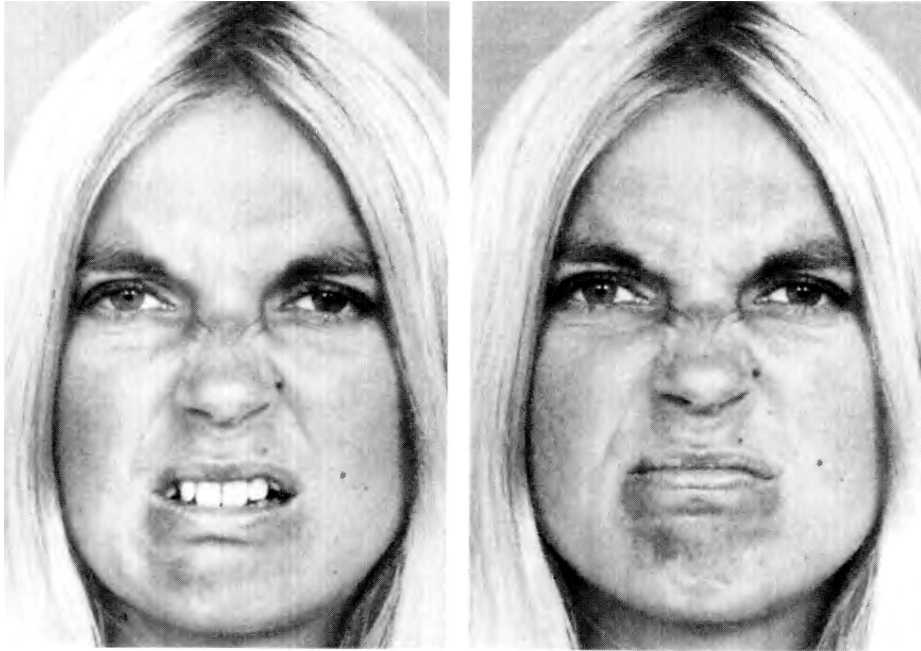


Fig. 7. *Signos faciales del Disgusto*⁴³.

- * El párpado superior es levantado.
- * El labio inferior es también levantado y empujado hacia el labio superior ó es ligeramente más bajo y ligeramente sobresaliente.
- * La nariz muestra arrugas dirigidas hacia el centro
- * Los pómulos son elevados.
- * Hay líneas ligeramente debajo del párpado inferior y el párpado está un poco levantado más no tenso.

⁴³ Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions*. Op. Cit. Pág. 120.

- * Las cejas se inclinan ligeramente hacia abajo, bajando un poco el párpado superior.

1.5.6. Alegría.

Existen aproximadamente 12 expresiones faciales únicas que denotan la alegría. Hablar de esta última emoción conlleva a varias características únicas que se expresan a continuación.

El lenguaje no tiene palabras para describir todas las emociones agradables que se experimentan, se ha prestado más atención a emociones que nos causan problemas tanto a nosotros mismos como a los demás, como resultado conocemos más los desórdenes que nos afectan la salud mental.

Sin embargo, hemos de hacer hincapié a esta emoción ya que es la que motiva nuestras vidas y lo que realizamos.

Las sensaciones que nos producen alegría son las que nos causan placer y agrado, la percibimos por medio de los 5 sentidos, olor agradable, sonidos relajantes, vistas agradables y sabores. Así como también filosofías que nos inspiren el tipo de alegría que cada uno nos motiva. El disparador que nos causa alegría también varía de cultura en cultura.

Lo que principalmente nos lo causa es algo que encontremos divertido, hacer acciones que a la larga sean buenas para nosotros, nos hace enfrentarnos y comprometernos a actividades que son necesarias para la supervivencia de nuestra especie. Las relaciones

sexuales, las reuniones sociales, los cumpleaños, estar cerca del ser amado.

Lo interesante de esta emoción es que cada uno experimenta todas las emociones, sin embargo utilizan esta como principal para organizar sus vidas y maximizar la experiencia que causa, el placer. Algunos pueden sentirse motivados por el asombro, por el entusiasmo, por el alivio, por las actitudes altruistas o por el orgullo.

En el amor romántico podemos no sentir ninguna emoción agradable sin embargo, lo que motiva es la probabilidad de experimentarla.

Hay varios rasgos de personalidad que hay más predisposición a experimentar emociones agradables, uno de ellos es la extroversión, en la cual investigaciones comprueban que son menos sensibles al rechazo o castigo y encajan más que los introvertidos en la mayoría de las culturas. El optimismo es otra actitud que incrementa la probabilidad de experimentar emociones agradables, investigaciones presentan que las personas con mayor optimismo muestran mejor salud y viven más tiempo.

Sin embargo, experimentar de manera excesiva esta emoción puede ser signo de un desorden emocional: la manía, así como la ausencia de ella: la anhedonia.

Desde años atrás el neurólogo francés Duchenne⁴⁴ descubrió los signos principales de la verdadera sonrisa, estimulando músculos

⁴⁴ Duchenne de Boulogne, G. B. *The mechanism of Human Facial Expression*. 3ra edición. Editorial Cambridge University Press. New York, 1990. Pág. 169.

faciales y fotografiándoles, y estableció que el principal signo de una verdadera sonrisa es la activación del músculo cigomático mayor, ya que este músculo no puede ser contraído voluntariamente⁴⁵.

Los principales signos faciales de la sonrisa son los siguientes.



Fig. 8. *Signos faciales de la alegría*⁴⁶.

- * Las comisuras de los labios parecen dibujarse hacia atrás y hacia arriba.
- * La boca puede estar abierta o no, con presencia de los dientes.
- * Se forman arrugas debajo de la nariz y hacia los lados de las comisuras de los labios.

⁴⁵ Ekman, Paul. *Emotions Revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*. Op. Cit. Pág 82-212.

⁴⁶ Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions*. Op. Cit. Págs. 127.

- * Los pómulos permanecen levantados.
- * Los párpados inferiores muestran pequeñas arrugas, y pueden ser levantadas, no hay tensión.
- * Se forman las “patas de gallo” afuera de las esquinas de los ojos, cubiertas por el cabello en la foto⁴⁷.

Como se ha descrito anteriormente, cada una tiene diferente manera de expresión, y puede ayudarnos a detectar si un mensaje está causando una emoción que pueda dirigirnos a nuestro objetivo: la persuasión.

La sonrisa es reconocida como una herramienta útil en la persuasión, ya que la persona que la experimenta es percibida como alguien feliz, denota seguridad y confianza, claves que se necesitan para persuadir⁴⁸.

1.6. Influencias Culturales en la Emoción.

En el capítulo anterior se mencionaba que algunas expresiones emocionales varían de cultura en cultura, y es que actualmente hay una diferencia muy clara entre la cultura oriental y la occidental, cabe mencionar que existen similitudes en lo que generan algunas emociones sin embargo, su expresión es diferente.

Para explicarlo, expreso algunos puntos que deben ser tomados para entender e interpretar la cultura en cada país.

⁴⁷ Ídem.

⁴⁸ Murphy, Joseph. *El poder de la mente subconsciente*, 1ra ed., Edit. Diana, México, 2006. Págs, 27-29.

Markus y Kitayama proponen 2 tipos de enfoques de esas dos culturas, en la cultura occidental como Estados Unidos y Europa, el yo es visto como independiente de los otros. Estas culturas afirman la necesidad de estar en contacto “con uno mismo” y “hacer lo propio”. El énfasis se pone en aceptar la responsabilidad personal de los actos. En cambio en la cultura oriental ven el yo, no como una separación, sino existente y relacionada con los demás, necesitar unos de otros (interdependencia), más que estar al pendiente de uno mismo; como consecuencia cambia el impacto en la experiencia y la expresión de las emociones.

Emociones como la cólera, la frustración y el orgullo se basan en el estado interno del individuo. Markus y Kitayama lo llaman focalización en el ego. Mientras que emociones como la vergüenza o la simpatía, que son más de impacto social, se describen como focalizadas en los demás.

Las personas centradas en el yo, son más sensibles a su estado interno y sus emociones reflejan estos estados, mientras que los que se focalizan hacia los demás, son menos probable que reflejen esos estados internos. Por ejemplo, en Tahití, la cólera rara vez se expresa. Igualmente en Japón las expresiones de cólera son raras y si la expresan se convierte en vergüenza para quien lo exprese; igualmente el orgullo personal rara vez se siente o se expresa en la cultura japonesa, porque el orgullo se basa en asumir la responsabilidad personal de un acto y esto le separa de su grupo.

Estas diferencias culturales, llevan a la incompreensión de las interacciones interculturales y por tanto, esta claro que se debe tomar en cuenta la cultura a la hora de interpretar y explicar las emociones⁴⁹.

1.7. Lenguaje No Verbal: El Análisis Facial y el Lenguaje Corporal.

Anteriormente hemos mencionado que la cultura juega un papel importante en la expresión emocional, sin embargo, lo que sí es universal es la manera de expresión del ser humano; la comunicación del individuo se ha dividido en 2 tipos de mensajes, mediante el lenguaje verbal y el no verbal.

El lenguaje no verbal son los cambios que ocurren en el cuerpo durante cierta situación y cuyo objetivo es comunicar algo. Mientras que el lenguaje verbal es la manera directa de expresarlo, su principal medio de expresión es el lenguaje.

El lenguaje no verbal es la forma primaria de expresar emociones, crear y manejar impresiones y comunicar mensajes de atracción, aceptación, distancia y dominancia, para comunicarlo se necesitan más de una clave no verbal que nos transmita el mensaje.

Aproximadamente del 60 al 65% del significado social se deriva de conductas no verbales, se utilizan para transmitir información a todo nuestro grupo social y son importantes en la interpretación de datos y mensajes persuasivos que es lo que veremos en el siguiente

⁴⁹ Worchel, Stephen. *Psicología: Fundamentos y aplicaciones*. 5ta edición, Prentice-Hall, Madrid 1997, pag. 408.

capitulado; su objetivo es crear un significado compartido, y tiene en cuenta 2 factores importantes para ser efectivo, el sujeto que lo envía que es el que va a transmitir la intención del mensaje y el sujeto que lo recibe el cual interpretará el mensaje.

Hay diferentes tipos de comunicación no verbal, entre los más importantes se encuentran:

- * **Quintestésica:** Los mensajes enviados del cuerpo mediante gestos, posturas, movimientos corporales, inclinación del cuerpo. Todo lo que transmita el cuerpo como el contacto visual y la expresión facial.
- * **La apariencia física:** Son los adornos y tipo de vestimenta, tatuajes, máscaras, aretes, joyas. Comunican la naturaleza de nuestras relaciones, estatus social y la autoimagen.
- * **El olfato:** Incluyen el olor corporal, perfumes y colonias que desean comunicar algo.
- * **La vocálica:** Se considera el sonido de la voz y el silencio, la manera en como se dicen las cosas y qué se dice, incluye la rapidez del habla, el volumen, la calidad de voz, el tono, acentos, pausas y dudas.
- * **Claves de contacto:** Consiste la comunicación espacial y táctil, cómo utiliza el espacio el individuo y la manera en que lo marca como propio, incluyendo la territorialidad: casas, coches, y los arreglos espaciales.
- * **La comunicación táctil o háptica:** el estilo de comunicación por medio del cuerpo que incluye el agarrar, golpear, palmear, abrazar, patear y besar.

- * Clave de tiempo y lugar: El contexto en donde ocurre la comunicación, factores como el diseño, el color, nivel del ruido, arreglo en muebles, es el escenario establecido para que se de la comunicación con los demás individuos.
- * Características medioambientales: Son las claves que afectan los patrones de comunicación, la luminosidad, el arreglo del mobiliario que puede afectar la estructura de la interacción, así como el espacio determinado o sugerido para laborar o desempeñarse en una empresa y que delimita un espacio y un territorio como el orden jerárquico en una empresa.

La función de todas estas claves no verbales tiene diferentes objetivos como son:

- * Crear primeras impresiones y percepción de la persona: Esto es formar juicios acerca de otros antes de hablar con ellos.
- * Manejo de la interacción: Los mensajes no verbales indican la manera en como se conduce una comunicación, los ritmos sociales entre ellos la sincronía y el tiempo que son significativos de cada cultura y de cada grupo social.
- * Expresión Emocional: Mediante este lenguaje se expresan genuinamente las emociones como sorpresa, tristeza, disgusto, miedo, enojo y felicidad, aunque también se pueden controlar.
- * Envío de mensajes relacionales: Las señales que nos ayudan a comunicarnos sin la verbalización también ejercen un control social.
- * Envío de mensajes de poder y persuasión: Los mensajes no verbales ejercen un control social, y el medioambiente puede

ser utilizado para controlar y estructurar la interacción como un salón de clases que da menos espacio entre los alumnos y mayor amplitud de espacio del mobiliario al maestro, También se utilizan para persuadir a otros como la manera de pedir favores, o utilizar un tipo de voz autoritaria para ejercer control sobre alguien.

Los mensajes no verbales también desempeñan un papel importante cuando enviamos y recibimos mensajes falsos, las personas no son siempre sensibles para detectar el engaño, sin embargo existen claves para detectar el engaño, aunque es un proceso complejo y difícil, sí se puede llegar a detectar; y para poder hacerlo no sólo se basa en la observación también en claves no verbales destacando las más importantes la vocálica y la visual que incluyen la dilatación pupilar como motivo de interés del estímulo y los movimientos corporales que cumplen una función simbólica.

* Claves faciales.

Es de importante interés enfocar el principal factor del lenguaje no verbal, las claves faciales.

La cara es un sistema dual el cual puede demostrar expresiones voluntarias e involuntarias, cabe destacar que cada una involucra diferentes partes del cerebro y esto es lo que hace aún más interesante su delimitación.

Las expresiones faciales involuntarias son producto de la evolución, de ellas 6 son universalmente identificables en cada cultura, existen miles de expresiones faciales que no tienen que ver

con la emociones, sin embargo las que deben considerarse importantes son las microexpresiones, que ocurren en una fracción de segundo producto del sistema nervioso autónomo y que tienen mucha veracidad ya que son causadas a nivel inconsciente.

Lo que llega a causar sesgo es la manera en que la cultura introduce reglas en el control de las emociones. Diversos estudios han demostrado que el hemisferio derecho controla la parte izquierda de la cara y que una persona puede presentar una respuesta emocional asimétrica en su cara cuando intenta encubrir una emoción o cuando trata de fingir una respuesta emocional. De hecho las dos mitades de la cara (derecha e izquierda) no son del todo simétricas.

Por lo tanto, las expresiones faciales voluntarias e involuntarias involucran diferentes vías neuronales. Los movimientos involuntarios son generados por áreas más primitivas y subcorticales. Las diferencias entre el hemisferio derecho e izquierdo influyen en las expresiones voluntarias y no en las involuntarias. La asimetría en la expresión emocional ocurre cuando las expresiones son voluntarias, deliberadas, o hechas en virtud de demandas externas. Cuando la expresión es involuntaria como en la expresión espontánea no hay asimetría.

La expresión facial espontánea y la expresión de pose están controladas por diferentes vías dentro del cerebro, la parte izquierda de la cara tiende a ser más expresiva y se ha relacionado con el hecho de que está controlada por el hemisferio cerebral derecho.

Un claro ejemplo es la sonrisa espontánea también llamada sonrisa de Duchenne, en honor al anatomista francés que la identificó, surge del cerebro inconsciente y automático, mientras la expresión de una sonrisa social viene de la corteza cerebral.

En conclusión el cerebro consciente puede producir gran cantidad de expresiones faciales pero éstas son diferentes de las que se producen automáticamente, esto es debido a que diferentes músculos que ocasionan estas expresiones están fuera de control de la corteza cerebral.

Actualmente sabemos que se utilizan 20 músculos para hacer las diferentes expresiones faciales, Paul Ekman creó un sistema de codificación anatómico el cual ha detectado alrededor de 100 tipos de sonrisas variando en intensidad y en combinación de emociones.

Existen también diferencias de género en la identificación, las mujeres tienen mejor percepción en identificar las emociones faciales que los hombres, principalmente porque involucran ambas partes de los hemisferios, destacando la tristeza, en estudios por emisión de positrones PET, se ha revelado que la tristeza activa una región más grande del cerebro para procesarla, esto podría explicar la propensión a la depresión, mientras que los hombres son mejores para percibir el enojo esto podría interpretarse por el instinto de lucha y expansión que tuvo el hombre durante la evolución⁵⁰.

Al tener un amplio conocimiento sobre la expresión facial y las emociones, el siguiente capítulo pretende documentar el importante

⁵⁰ Ostrosky-Solís F. *¡Toc, toc! ¿Hay alguien ahí? Cerebro y conducta*. 2° reimpresión, Editorial Infored, México 2001. pag. 222-250.

papel que juegan en la persuasión y su efectividad e importancia para las relaciones humanas.

Capítulo II

Persuasión

El presente capítulo pretende definir lo que es la persuasión, y aclarar lo que se conoce sobre este concepto, las teorías que se

conocen, las investigaciones que se han encontrado, los elementos significativos para su efectividad, las características que se necesitan para ser persuasivos, las consecuencias de la misma y el papel que juegan las emociones en el proceso y en la psicología, los debates y los factores socioculturales que influyen en este proceso.

2.1. Actitudes.

Las actitudes son muy buenos elementos para predecir la conducta. Nos ayudan a tener una imagen más estable del mundo en que vivimos y constituyen la base de muchas situaciones sociales importantes.

Las actitudes tienen tres componentes: el cognoscitivo, el afectivo y el conductual. El primero se refiere a los conocimientos que se tienen sobre el sujeto de la actitud, mientras que el afectivo se refiere a los sentimientos y emociones ya sean positivas o negativas que se tienen hacia dicho sujeto y el componente conductual significa la tendencia a actuar de uno y otro modo respecto al sujeto de la actitud.

Los varios componentes de las actitudes tienden a la armonía. Así cuando un componente cambia, es muy probable que también lo hagan los otros; ya que si se modifican los elementos afectivos y cognoscitivos de una actitud, es probable que también cambie la conducta correspondiente.

Para Moscovici, un cambio de actitud es el estudio de las condiciones en las cuales las posiciones individuales o colectivas cambian de sentido o intensidad, nacen, desaparecen o se transforman, se inscriben en la historia del individuo y con ello cambian en función de sus experiencias personales. Pueden cambiar esas actitudes cuando se les ha dirigido una comunicación persuasiva a los participantes (individuos, audiencia, masas, grupos); y por comunicación persuasiva define a un mensaje verbal concebido y organizado para persuadir y dirigido a una ó varias personas para hacerles adoptar un determinado punto de vista, el receptor no puede refutar o defender a los argumentos abiertos y generalmente “argumentados” por lo cual quedan excluidas situaciones de discusión de grupo⁵¹.

Rodríguez define las actitudes como sentimientos a favor o en contra de personas y cosas con las que estamos en contacto, se forman durante el proceso de socialización como respuestas a ciertas funciones y como resultado de procesos cognoscitivos ó como determinantes sociales; en cambio la persuasión la define como el cambio de actitud que afecta los componentes afectivos, cognoscitivos y conductuales que integran las actitudes sociales, cada una afectará las demás⁵².

Para reconocer y estudiar estas actitudes Klineberg⁵³ sostiene su medición a los siguientes requerimientos:

- * Dirección: Favor ó en contra.

⁵¹Moscovici, Serge. *Psicología Social I, Influencia y Cambio de Actitudes: Individuos y grupos*. 2da Edición, Edit. Paidós, España 1985. Pag. 118.

⁵² Rodríguez, Aroldo. *Psicología Social*. 5ta edición. Trillas. México 2002. Pag. 87-103.

⁵³ Klineberg, Otto. *Psicología Social*. 2da Edición, Fondo de Cultura Económica, México 1986. Pág. 459.

- * Grado: Favorable, creíble, desfavorable.
- * Intensidad: Al igual que el grado, y van correlacionados.
- * Consistencia: ¿Qué tan coherente es la actitud?
- * Prominencia: ¿Hasta qué punto expresar determinada actitud?
- * Encuestas de Opinión Pública: Preguntas cerradas, aunque con poco resultado satisfactorio sin embargo, nos documenta la dirección de la actitud.
- * Escalas de Actitud: Likert, Diferencial semántico (Técnica directa), Escala de Thurstone, Escalograma de Guttman.

A continuación se revisarán diferentes modelos y teorías que se han propuesto sobre el cambio de actitudes o persuasión y los diferentes factores que influyen como lo son los elementos comunicativos⁵⁴.

2.2. ¿Qué es la Persuasión?

Hablar de la persuasión no sólo tiene que ver con comunicación, sino que tiene que ver con el manejo del individuo tanto a nivel emocional, social y cultural ya que persigue un fin determinado: el cambio de una ideología, actitud o conducta.

La persuasión es un proceso por medio del cual un mensaje induce cambios en la creencia, actitudes y comportamiento del individuo⁵⁵.

⁵⁴ Wittaker James O., *La Psicología en el Mundo de Hoy*, 2a. Edición, Trillas. México 1999. Pag. 269.

⁵⁵ Cialdini, Robert. *Influencia, La Psicología de la Persuasión*, 3edición, Edit. Collins Essentials, España 2007. Pag. 321.

Se habla de psicología social porque la persuasión conlleva cambios a nivel de masas, su objetivo es pertenecer a un grupo para llegar a un mismo fin, depende de factores como la cultura, creencias y vivencias.

Se utiliza para todo tipo de cambios que se quieran lograr, como el manejo de una vida saludable, o promover cosas malintencionadas, no se habla de ventaja o desventaja, sino que tomar en cuenta el propósito y contenido del mensaje, es menos coercitiva que la difusión y cuando se acepta se le llama educación y cuando no, se le llama propaganda⁵⁶.

Está en la política, en la mercadotecnia, en la crianza, cortejo y en la religión en todos los ámbitos se puede aplicar.

Pero la persuasión tiene más factores que se necesitan para que llegue a ser aceptada y esto es, utilizando elementos comunicativos adecuados para la aceptación de la audiencia.

2.3. Enfoques Teóricos y Estrategias de la Persuasión.

Cabe destacar que el proceso de comunicación es factor clave en el cambio de actitudes, la manera en que se transmita el mensaje, factores socioculturales, así como la edad y características de los elementos comunicativos entre otros; a continuación se destacarán las teorías más importantes que reúnen investigaciones en las cuáles el proceso de persuasión resulta efectivo y

⁵⁶ Myers, David G. *Psicología Social*, 8ª. Edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores, México 2005. Pág. 249.

posteriormente los elementos más decisivos en el cambio de conducta.

2.3.1. El Modelo de Carl Hovland.

Las primeras investigaciones sobre persuasión fueron hechas por el psicólogo social Carl I. Hovland en la universidad de Yale, estableciendo el primer estudio sobre el abordaje sistemático de los mensajes persuasivos.

Definió la persuasión como aquel mensaje que cambie la actitud y la conducta del individuo y que además sean acompañadas de incentivos.

Estableció 4 etapas, en las cuales resulta eficaz un mensaje, y los cuales son llamados elementos claves de la comunicación:

- * La fuente: Quien es el emisor del mensaje señalando de importante atributos como la experiencia, sinceridad, atractivo, semejanza con el receptor, poder, etc.
- * El contenido del mensaje: Establecen los argumentos, la calidad de ellos, los incentivos que promete, organización, claridad, énfasis en los aspectos racionales o emocionales.
- * El canal comunicativo: La manera en la cual se transmite el mensaje ya sea visual, auditivo, escrito, directo o indirecto.
- * El contexto: De qué manera se transmitirá el mensaje, a que tipo de público, relajado, serio, agradable, etc.

Para que estos 4 elementos sean efectivos deben ser tomados en cuenta las características del receptor, es decir, la persona que recibe el mensaje, su susceptibilidad ante la persuasión, edad, nivel educativo, creencias previas, autoestima, etc⁵⁷.

Algo importante que no olvida la teoría es que para que la persuasión sea efectiva debe lograr un cambio interno en el receptor mediante procesos cognitivos, como son: la atención, la comprensión, la aceptación y la retención, ya que si uno de los 4 no se llega a cumplir el impacto persuasivo puede llegar a ser nulo o ineficaz.

Estos cambios internos nos darán como consecuencia respuestas observables como cambios de opinión, percepción, afecto y acción, es decir, lo que deseamos obtener.

2.3.2. Las Doce Etapas de la Persuasión, establecidas por McGuire.

La teoría de William J. McGuire se centró en los procesos que ocurren así como factores para que el receptor sea persuadido especificando la existencia de 12 etapas sistemáticas.

- * La exposición
- * La atención
- * Interés

⁵⁷ Klineberg, Otto. *Psicología Social*. Op. Cit. Pág. 453.

- * Comprensión
- * Generación de cogniciones relacionadas
- * Adquisición de habilidades relevantes
- * Aceptación
- * Memorización
- * Recuperación
- * Toma de decisión
- * Actuación
- * Consolidación postacción

Este modelo se ha reducido a dos factores, en la recepción y la aceptación. Sin embargo hay 2 implicaciones importantes en este modelo, el primero es que el receptor tiene que pasar sucesivamente por cada uno de los pasos si quiere que la comunicación tenga un impacto persuasivo, es decir, cada paso necesita del otro para avanzar y la segunda implicación es que al pasar por cada uno de los pasos puede producir efectos negativos sobre otros, un ejemplo es que a mayor nivel intelectual incrementa la atención y comprensión pero disminuye la aceptación del mensaje⁵⁸.

2.3.3. La Teoría de la Respuesta Cognitiva.

Esta teoría propuesta por Greenwald argumenta que cuando el receptor recibe mensajes persuasivos, compara lo que la fuente le dice con sus conocimientos, sentimientos, actitudes, creencias, generando por consecuencia respuestas cognitivas, estas

⁵⁸ Myers, David G. *Psicología Social*. Op. Cit. Pág. 245.

respuestas determinarán el resultado final del mensaje persuasivo, es decir, si se acepta o no.

Algo muy importante que destaca esta teoría sugiere que si la persuasión va a favor de las respuestas cognitivas que tiene la persona, entonces resultará favorable la persuasión; en cambio si no ocurre esta respuesta, puede darse el efecto boomerang establecido por Petty y Caciopo en el cuál los receptores ya no son persuadidos por el emisor o la fuente sino por sus propias creencias respecto al tema⁵⁹.

2.3.4. El Modelo Heurístico.

En las teorías anteriores el impacto de la persuasión radica en el receptor y el grado de implicación ante el mensaje o tema, en cambio, esta teoría sugiere que la persuasión puede lograrse sin necesidad de implicación del receptor y que más bien se deja guiar por reglas heurísticas de decisión, es decir por métodos no rigurosos como el tanteo y reglas empíricas.

Algunos de estos heurísticos más comunes se basan en la experiencia de la fuente, “se puede confiar en los expertos”, en la semejanza, “a la gente parecida generalmente nos gustan cosas parecidas”, en el consenso, “debe ser bueno, cuando todo el mundo aplaude” ó en el número y longitud de los argumentos, “con tanto que decir, debe de tener un sólido conocimiento”, otros como “las estadísticas no mienten”, “los ricos y famosos deben disfrutar de la vida”, etc.⁶⁰

⁵⁹ Ídem.

⁶⁰ J. F. Morales y otros. *Psicología Social*. 1ra edición, McGraw-Hill/Interamericana de España. Madrid, España 1994. Págs.526-528.

Claro está que este modelo tiene sus limitantes, y no aplica a todo, pero lo que puede hacerlo más probable son factores como:

- * La baja motivación – es decir, menos implicación hacia el tema o mensaje.
- * Baja capacidad para comprender el mensaje – exposición de argumentos de un tema o mensaje desconocido al público.
- * Alta prominencia de la regla heurística “los datos no mienten” – Aplicable en discusiones científicas
- * Los elementos externos al propio mensaje sean muy llamativos – el emisor o fuente resulta muy atractivo.

2.3.5. El Modelo de Probabilidad de Elaboración.

Petty y Cacioppo centran su atención en el receptor, estableciendo 2 estrategias en las cuales procesan el mensaje.

- * La primer estrategia es la Ruta Central, en la cuál el receptor recibe el mensaje de manera analítica y racional, evalúa los argumentos y las posibles consecuencias, así como corroborando con sus conocimientos sobre ese tema. Es decir, hay una sistematización de pensamientos en torno al mensaje.
- * La segunda estrategia denominada Ruta Periférica, ocurre cuando no hay motivación sobre el tema o la capacidad de realizar un análisis tan detallado respecto al mensaje. Las actitudes se ven afectadas por factores externos al mensaje llamadas señales periféricas como el atractivo de la fuente o las recompensas asociadas con dicho mensaje.

Estas dos estrategias constituyen los 2 extremos de un continuo, el continuo de la probabilidad de elaboración, por elaboración entendemos que el receptor se implique en pensamientos relevantes respecto al tema. Cuando la probabilidad de elaboración del receptor es elevada utiliza la ruta central mientras cuando es muy baja utiliza la ruta periférica.

Algo importante es que en ambos casos ocurre la persuasión, y a mayor probabilidad de elaboración, las señales periféricas disminuyen y a menos probabilidad de elaboración, las señales periféricas aumentan.

Esta teoría de la probabilidad de elaboración depende de 2 factores necesarios y simultáneos:

- * La motivación. – Es el grado de implicación del receptor sobre el tema del mensaje; variables motivacionales como múltiples argumentos y la necesidad de cognición que cada receptor tenga influyen en esta variable.
- * La capacidad. – El esfuerzo cognitivo de procesar la información dada por la fuente; factores como la distracción influyen en menor probabilidad de elaboración y el conocimiento previo del tema, puede generar pensamientos favorables respecto al tema.

Por lo tanto, cuando el mensaje conste de argumentos lógicos, estructurados y convincentes, el impacto persuasivo será mayor cuando estén los receptores más motivados y capacitados, en cambio, si el mensaje consta de argumentos débiles y no muy

relevantes, entonces la persuasión será mayor si los receptores son incapaces o no tienen ningún interés en analizar el contenido del mensaje.

Petty y Cacioppo establecieron que a niveles moderados de probabilidad de elaboración, el proceso de persuasión que tiene lugar probablemente representa una mezcla compleja de los procesos característicos de cada una de las rutas⁶¹.

2.3.6. Estrategias Persuasivas, la Técnica de Pie en la Puerta y Pie en la Cara.

Los primeros estudios realizados por Jonathan Freedman y Scott Fraser consistían en una técnica basada en la premisa de que algunas ocasiones necesitamos conseguir la obediencia con un mínimo de presión.

La estrategia de pie en la puerta consiste en lograr que el persuasor haga una solicitud inicial relativamente pequeña para que sea aceptada de forma segura por el objetivo, luego el objetivo será abordado otra vez, sólo que ahora la solicitud será mayor, y será la que realmente quiere el persuasor.

Por tanto, cuando el objetivo se le pide una petición pequeña y es aceptada, nos arroja mayor probabilidad de éxito en una petición mayor.

⁶¹ Ídem. Págs.527-534.

Mientras que la segunda técnica llamada puerta en la cara es lo contrario, es secuencial y se vale de distintos métodos para lograr la obediencia.

El objetivo de esta técnica parte de la premisa de hacer una petición muy grande que obviamente el receptor u objetivo rechazará y luego es abordado con una petición más moderada y ésta petición entregada en el segundo mensaje es la requerida realmente por el persuasor.

Esta segunda estrategia incrementa más la probabilidad de éxito si al objetivo se le ha hecho algún favor y por tanto la presión será mayor para acceder a la segunda petición⁶².

2.3.7. Estrategia Persuasiva de la Bola Baja.

También llamada bola contra la base y esta estrategia trata de que una vez que se ha establecido un acuerdo sobre unas bases o condiciones, se retiren las bases sobre las que se ha realizado dicho acuerdo y es comúnmente utilizado en la mercadotecnia y publicidad; un ejemplo es cuando no tienen el producto pactado pero sugieren otro.

Según estudios, la técnica de la bola baja que además implique que el sujeto realice acciones intermedias, sería el mejor procedimiento para que una persona accediera a cualquier solicitud sin que exista ningún tipo de presión a la obediencia que resulte

⁶² <http://psicopsi.com/INFLUENCIA-SOCIAL>, 24 de Junio de 2011.

obvia; tanto el pie en la puerta como la bola baja se basan en el principio de coherencia y la principal diferencia entre las dos técnicas, es que en el del pie en la puerta a los sujetos se les pide que accedan a dos comportamientos, el inicial y el final y en el de la bola baja a los sujetos se les pide que accedan a un solo comportamiento. En éste ultimo caso, el compromiso de las personas es mayor, ya que han dicho sí previamente a ese comportamiento o acción en concreto⁶³.

2.3.8. ESTRATEGIA PERSUASIVA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA.

La estrategia de la aguja hipodérmica trata sobre el efecto que tienen los medios de comunicación sobre las masas. Realizados a finales de [1920](#) para analizar la influencia de los mecanismos de [propaganda](#) en la participación ciudadana masiva en la [Primera Guerra Mundial](#). Estos estudios formaron parte de la primera ola de análisis sobre la Comunicación relacionados con los simultáneos desarrollos [sociológicos](#) y [psicológicos](#) sobre el concepto de masa; las conclusiones de los mismos se expresaron en las reflexiones de [Harold Lasswell](#) en su libro “Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial” en 1927, donde afirma que la propaganda, permite conseguir la adhesión de los ciudadanos a unos planes políticos determinados sin recurrir a la violencia, sino mediante la [manipulación](#). Por otra parte, entiende la comunicación en términos propagandísticos como la forma más eficaz de mediación⁶⁴.

⁶³ Íbidem 24 de Junio de 2011.

⁶⁴ Wolf, Mauro. *La Aguja Hipodérmica*. <http://comunicacionycultura.espacioblog.com/categoria/teorias-y-modelos-comunicacion/2>, 24 de Junio de 2011.

2.4. Elementos de la Persuasión.

Para realizar las anteriores estrategias persuasivas se necesitan conocer los elementos que establecen la comunicación y los componentes, importantes para detectar si un mensaje resultará persuasivo ó no.

2.4.1. Comunicador ó Fuente Persuasiva.

Un elemento principal es el comunicador definido como la persona que transmite el mensaje y que repercute en la manera en que lo recibe el público⁶⁵.

Para que un comunicador sea persuasivo requiere de dos características principales: la credibilidad y el atractivo.

La credibilidad, es el resultado de generar confianza en los individuos, y para producir esto los psicólogos han resuelto que los principales objetivos que influyen son la aprobación de la ideología de los receptores, dependiendo del país; el conocimiento de un tema, el mensaje; informes científicos que demuestren la veracidad del tema y el estilo de hablar del comunicador así como el uso de sus sentidos para corroborar su objetivo (señales gestuales) y tener la disposición para aceptar argumentos en contra de las creencias.

En el deporte como en otros ámbitos, el uso del atractivo es éxito de persuasión, ya que se ha demostrado que el manejo de figuras atractivas incrementan las ventas de productos, nuestro gusto influye

⁶⁵ Myers, David G. *Psicología Social*. Op. Cit. Pág. 252.

en aceptar el argumento del comunicador (ruta central) y asociarlo positivamente cuando se ve después el producto (ruta periférica).

En el ámbito social si hay semejanza en creencias es más probable que el individuo sea persuasivo.

La semejanza y la credibilidad pueden llegar a distorsionarse dependiendo al publico por el cual se quiere dirigir y sobre todo del objetivo que se quiere influir, cuando se quiere cambiar de opinión ante estilos de vida, o valores personales tienen mas importancia la semejanza de los individuos y en juicios sobre hechos o acontecimientos tienen mas importancia la opinión de expertos⁶⁶.

Robert Cialdini investigador, propone 6 principios que se necesitan cumplir para que el comunicador sea persuasivo:

- * Autoridad: Generar veracidad y credibilidad hacia los demás
- * Gusto: Tener los mismos intereses con el grupo de individuos a persuadir, la semejanza es un factor clave.
- * Prueba social: La gente permite que el ejemplo de otros confirme como piensa, siente y actúa.
- * Reciprocidad: Dar y recibir de manera equitativa.
- * Consistencia: Utilizar estrategias verbales para la aceptación de compromisos públicos y cumplirlos.
- * Escasez: Enfatizar oportunidades exclusivas⁶⁷.

⁶⁶ Ídem.

⁶⁷ Cialdini, Robert. *Influencia, La Psicología de la Persuasión*. Op. Cit. Pag. 323.

2.4.2. Mensaje.

El contenido de la información, llamada también mensaje, es lo que se desea transmitir; no se trata de un contenido que sea conocido por los individuos; puede ser exclusivo y nuevo, y para lograr la efectividad en la aceptación, se requieren utilizar estrategias que argumenten y respalden su objetivo.

- * El tipo de mensaje (racional o emotivo). Una de las estrategias que los publicistas utilizan comúnmente es el manejo de sentimientos sobre el mensaje que se desea transmitir; combinar argumentos razonables con uso de sentimientos puede llegar a ser efectivo pero en otras veces no, ya que factores como la educación influyen en la toma de decisiones, investigaciones han demostrado que las audiencias analíticas y con más cultura responden más efectivo a los argumentos sólidos que la audiencia de menos educación o menos observadora. Si el mensaje a difundir es acompañado de estímulos agradables como música o comida, tienden a ejercer un mayor impacto, ya que se llega a vincular estos estímulos con el mensaje y los hace sentir de buen ánimo, por tanto se está utilizando el estímulo de la ruta periférica al asociar sentimientos con el mensaje⁶⁸.

- * Otra manera efectiva de comunicar un mensaje es utilizando emociones negativas, es decir inducir miedo a la audiencia, generalmente se utilizan en el manejo de campañas de prevención de accidentes, consumo y abuso de drogas,

⁶⁸ Smart, J.K., *Influir realmente*, 2ed., Edit. Pearson, España, 2003. Págs. 90-115.

prevención de enfermedades cardiovasculares y cancerígenas y sobre conducta sexual, se demostró que entre más miedo se induzca es más efectivo que el individuo responda⁶⁹

Por contraparte aprovechar el miedo no siempre puede hacer más potente la comunicación sino abrumadora ya que si el objeto a persuadir es considerado una actividad placentera en el individuo sólo logra una negación del mismo.

- * La utilización de argumentos unilaterales y bilaterales. Entendiendo por unilateral la expresión del mensaje utilizando solamente las ventajas y aspectos positivos de la propia posición mientras que los bilaterales incluyen los aspectos débiles o negativos de la posición defendida. Los primeros resultan efectivos cuando las audiencias están poco instruidas y están inicialmente a favor del mensaje, mientras que los segundos son más eficaces si los competidores van a exponer a la audiencia a la contrapropaganda, el reconocimiento hace más efectiva su valoración.
- * Información estadística o basada en ejemplos. Tanto la información estadística resulta efectiva en las audiencias como la que resulta de la descripción de forma viva y detallada un acontecimiento.

En el proceso del manejo del mensaje ocurren 2 efectos psicológicos el primero llamado efecto de primacía surge en la

⁶⁹ J. F. Morales y otros. *Psicología Social*. Op. Cit. Págs.530.

comunicación del mensaje, estableciendo que en circunstancias similares la información que se presente primero terminarán por ejercer mayor influencia, mientras que el segundo llamado efecto de lo reciente, señala que la información incluida al final tiene el mayor efecto, sin embargo, es menos común que la primacía y ocurre cuando se llega a olvidar el primer efecto, que es cuando ha transcurrido determinado tiempo entre los 2 mensajes y cuando la audiencia se compromete después del segundo mensaje⁷⁰.

2.4.3. Canal de Comunicación.

Existen diferentes vías en la cuál el mensaje puede ser transmitido ya sea de manera personal, escrita, filmada, etc. este tipo de vías reciben el nombre de canal de comunicación.

La manera de distribuir el mensaje puede ser de diferentes formas y desestimar el impacto de cada vía de comunicación puede llegar a ser muy costoso.

- * Escrita. Una de las maneras de transmitir información es de manera escrita, sin embargo no resulta muy útil cuando se transmite de esta manera si no hay otras claves con ella como imágenes, la ventaja que puede ayudar a ser este tipo de comunicación muy persuasiva es para los mensajes que sean difíciles de transmitir al público, ya que de manera impresa, el lector puede comprender el texto a su propio ritmo.
- * Otra manera es de forma oral, lo cuál se necesita mucha habilidad de parte del comunicador para transmitir el mensaje

⁷⁰ J. F. Morales y otros. *Psicología Social*. Op. Cit. Pag.540-544.

y lograr objetivos como la atención del público, y que el mensaje sea convincente, comprensible, memorable y de argumentos sólidos.

- * Sobre exposición del mensaje. Destacar que en el proceso de persuasión también llega a ser efectivo mediante el bombardeo masivo de un mensaje adquiere mucha importancia ya que la influencia de los medios es un claro ejemplo de persuasión, esto se ve en las marcas comerciales de productos los cuáles debido a la sobreexposición se pueden llegar a aceptar tanto el elevado costo del mismo y a creer en lo que dice el mensaje. La mera exposición a estímulos desconocidos favorece el gusto, y hace las cosas creíbles, un caso muy claro son los mensajes políticos, los cuales sus mensajes son sobre expuestos para que el público lo acepte y lo crea por consecuencia⁷¹.

- * Repetición de enunciados. La soltura en lo expresado aumenta la credibilidad en la audiencia, lo mismo sucede en estrategias como la creación de rimas que aumentan la fluidez y da como consecuencia la familiaridad favoreciendo la confianza hacia el mensaje.

Estos mensajes pasivos, llamados así porque intervienen de manera indirecta al receptor, son eficaces si no hay otros objetivos detrás del mismo. La regla principal para que sean efectivos es no tener conocimiento sobre el tema, porque en la medida que crece el significado y la familiaridad con el tema disminuye el poder de convencimiento de estos medios.

⁷¹ Myers, David G. *Psicología Social*. Op. Cit. Pág. 257.

- * Contacto con las persona. El contacto directo con las personas a persuadir generan un gran impacto ya que el compromiso juega un papel importante en el receptor o audiencia.

Una manera de comprobarlo por los investigadores John Farquhar y Nathan Maccoby se llevó a cabo un experimento de campo en lo cual bombardearon de mensajes sobre la prevención de enfermedades cardiacas en adultos de mediana edad en 3 pequeñas ciudades de California, con una muestra de 1200 personas se llevaron a cabo estudios médicos con seguimiento de 3 años, a lo cual en una ciudad no se les enviaron mensajes persuasivos, sólo los que aparecían en los medios para la prevención, en la segunda ciudad se realizó una campaña de 2 años en televisión, radio, periódicos y correo directo enseñándoles como cuidarse y prevenir enfermedades cardiacas y el tercer grupo, fue utilizar la misma campaña pero implementando la modificación conductual en lo cual los investigadores ayudaron a estar personas a fijar metas concretas y reforzar sus éxitos. Después de los 3 años, el primer grupo tenia el mismo riesgo que antes, el segundo grupo bombardeado por anuncios redujo algo su vulnerabilidad mientras que los que recibieron visitas personales además de las campañas de los medios, cambiaron significativamente a comparación de los demás⁷².

Para retroalimentar dicha investigación se llevaron a cabo otros estudios en jóvenes universitarios en lo cual arrojaron mas aprendizaje de las experiencias de sus amigos y familiares que del

⁷² Ídem.

contacto de libros y profesores, por tanto las relaciones personales fuera de clase ejercen un efecto persuasivo muy poderoso.

- * Exposición indirecta. Aunque la influencia frente a frente es mayor que la de los medios, en segundo término se podrían ubicar a éstos ya que operan como lo propone Eliu Katz en un flujo de comunicación en dos pasos, primeramente por que los medios tienen el objetivo de transmitir el mensaje a los líderes de opinión y de éstos al grueso de la gente⁷³.

Esto nos deja claro que la influencia de los medios penetra en la cultura de formas sutiles, tienen poco efecto directo en las actitudes de las personas pero su impresión indirecta puede ser grande, Un claro ejemplo de ello es cuando los niños llegan a pedir un producto televisivo, la actitud de los padres podría ser una negativa pero no pueden apagar la influencia de la televisión en ellos ya que ejerce un control pasivo entre los grupos sociales.

Los medios ejercen un gran impacto en el público, en tanto se parezcan más a la vida real más persuasivos llegan a ser y en cuanto llega esto, el orden de convencimiento empieza con programas en vivo, en video, audio y texto.

Una clave efectiva en la televisión utilizando los factores claves de la persuasión en la manera en que llega el mensaje, quita a los receptores el ritmo del mensaje además que los alienta a centrarse en claves periféricas como el atractivo del comunicador y de llamar la atención sobre éste y descuidar el mensaje en sí, por tanto en

⁷³ Rodríguez, Aroldo. *Psicología Social*. Op. Cit. Pag. 125.

posteriores capítulos se documentarán las estrategias utilizadas para detener el bombardeo masivo⁷⁴.

2.4.4. La Audiencia ó Receptor.

Las características de las personas no predicen su influencia social por tanto, esto es un elemento importante para favorecer el proceso de persuasión.

Hay características de personalidad del receptor que resultan muy útiles para la persuasión, entre las más importantes para tomar en cuenta en el cambio de actitud se encuentra la autoestima del individuo. Las personas con mayor autoconcepto son más resistentes a la persuasión, mientras que los de baja autovaloración personal pueden no captar el mensaje persuasivo en conclusión las personas con una autoestima moderada son más fáciles de influir.

Características como el poder de la fuente persuasiva influyen en los receptores autoritarios y también las personas carentes de apoyo social.

El sexo del individuo influye debido a que las mujeres son más sensibles a los intentos de persuasión que los hombres y por el papel que desempeñan en la cultura, ya que en cierta cultura el sexo afectará directamente el grado de influencia aceptado por hombres y mujeres.

⁷⁴ Myers, David G. *Psicología Social*, Op. Cit. Pag. 260-265.

La afiliación a grupos sociales es otro factor importante en el proceso de persuasión ya que mientras más identificado esté el individuo con el grupo será más probable el cambio de actitud.

Otra característica importante conlleva la edad y la manera de reflexionar de los individuos.

Las opiniones sociales y políticas de las personas, tienden a cambiar con la edad. Una explicación es mediante el ciclo vital, es decir, las actitudes cambian a medida que uno envejece y por explicación generacional, en la cual las posturas que uno acepta cuando se es joven, permanecen inalterables y es debido a esto que existen los choques entre las nuevas generaciones y las antiguas.

Lo que si marca a los individuos mayores es su etapa de adolescencia principalmente porque aquí comienza la formación de las actitudes de los individuos y las cuáles son las que se mantienen más estables durante la etapa adulta, por eso existen tantos medios tratando de persuadir a los jóvenes, tanto para escoger sus influencias sociales, los grupos que se unen, los medios que se impregnan y los papeles que adoptan⁷⁵.

2.5. Resistencia a la Persuasión.

Anteriormente se han descrito los principales modelos y teorías en la persuasión, aún así existen otros factores que pueden detener o complicar el proceso del mismo en el individuo, a continuación se describen los modelos que pueden alterar el proceso y evitar la persuasión.

⁷⁵ Wittaker James O., *La Psicología en el Mundo de Hoy*, Op. Cit. Pag. 279.

2.5.1. Disonancia Cognoscitiva.

El tema de la disonancia es propuesto en esta investigación debido a que es el impacto o consecuencia que muchos medios utilizan para la modificación de creencia y para persuadir al individuo. Propuesta por León Festinger en 1957 intenta explicar la dirección que tomará el cambio de actitud en una variedad de situaciones sociales que hasta la fecha sigue siendo vigente.

El individuo tiende a evaluarse, a conocer sus opiniones y actitudes si son correctas o comparables con la de otros individuos de su entorno; si aprecia disonancia siente malestar y trata de corregir esto mediante mecanismos que reduzcan los efectos de disonancia como el cambio de conducta, cambio de argumento, asunción de la conducta equivocada, etc. Por tanto, la disonancia mide la insatisfacción provocada por actitudes contradictorias por ejemplo la convicción de que el tabaco es dañino para la salud y el hecho de fumar.

“Ante los procesos informativos de los medios se producen también disonancias cuando los mensajes recibidos afectan a las creencias, convicciones y valores. De ahí que algunos medios busquen la gratificación de sus audiencias mediante el empleo de la información contra la incertidumbre, pero, cuando producen disonancias, tratan de desencadenar la adhesión de la audiencia a los valores dominantes. La gente busca aquellos medios con los que establece un grado de identificación, con los que la disonancia ideológica es menor. Más que la búsqueda de la ‘verdad’

informativa, se quiere confirmar que nuestra posición es razonable o compartida⁷⁶”.

Dicha teoría ha recibido críticas severas, sin embargo, su valor y gran apoyo empírico que ha concebido a través de experimentos realizados para comprobar sus proposiciones.

Se habla de disonancia ya que cuando se intenta cambiar la conducta del individuo el objetivo es crear un malestar en sus actitudes para posteriormente adoptar nuevas. Festinger definió la cognición como un conocimiento, opinión o creencia acerca del ambiente, de la propia persona o conducta que puede ser relevante o irrelevante, dependiendo de su relevancia ocurrirá la consonancia o disonancia.

Zajonc define las principales proposiciones de ésta teoría:

1. La disonancia cognoscitiva es un estado desagradable.
2. En presencia de Disonancia Cognoscitiva el individuo intenta disminuirla o eliminarla y se comporta de modo tal que evita acontecimientos que la aumenten.
3. En presencia de la consonancia, el individuo adopta una conducta capaz de evitar acontecimientos que provoquen la disonancia.
4. La severidad o intensidad de la disonancia cognoscitiva varía de acuerdo a la importancia de las cogniciones disonantes entre sí.
5. Para determinar la intensidad debe cumplir con los puntos 2 y 3.

⁷⁶ Díaz Nosty Bernardo. “León Festinger, Pensamiento y Expresión Científica”. *Revista Iberoamericana de Comunicación*. <http://www.infoamerica.org/teoria/festinger1.htm> (15 de mayo de 2011).

6. La Disonancia Cognoscitiva puede ser reducida o eliminada a través de a) la introducción de nuevas cogniciones, ó, b) del cambio de cogniciones que ya existen.
7. La introducción de nuevas cogniciones reduce la disonancia cuando A) Las nuevas aumentan el peso relativo a favor y disminuye la proporción de elementos cognoscitivos disonantes. B) Cuando las nuevas cogniciones alteran la importancia de los elementos cognoscitivos que se encuentran en relación disonante entre sí.
8. El cambio de cogniciones existentes reduce las disonancias y a) su nuevo contenido hace que éstas sean menos contradictorias entre sí, ó b) su importancia se vea disminuida.
9. En caso de que no sea posible la inclusión de nuevas cogniciones ni el cambio de las existentes a través de un proceso pasivo, se recurrirá entonces a conductas que tengan consecuencias cognoscitivas que favorezcan a un estado consonante. La búsqueda de nueva información es un ejemplo de tal conducta⁷⁷.

2.5.2. Inmunización contra la Persuasión.

Propuesta por McGuire y Papageorgis en 1962 en la cuál tratan de explicar el cambio de actitud relacionándolo con la inoculación, toma su nombre por analogía con la enfermedad y con la vacunación como medio de vencerla, es decir, que hay una mejor resistencia a ciertas enfermedades si las inoculamos con una dosis débil de germen que la está atacando: esta pequeña dosis desatará las

⁷⁷ Rodrigues, Aroldo, *Psicología Social*. Op cit. Pag. 102-103.

defensas del organismo, pero sin ser lo bastante fuerte como para matarlo. En consecuencia, el organismo se volverá más resistente a la influencia del atacante. En la persuasión sería que si a las personas se les expone pocos argumentos en contra del mensaje se vuelven más resistentes a la persuasión⁷⁸.

La teoría de la inoculación propone que la preexposición de una persona a una forma debilitada de material que amenace sus actitudes, hará a esa persona más resistente ante tales amenazas, siempre y cuando el material inoculado no sea tan fuerte como para superar las defensas. Una forma de prevenirla es mediante la terapia de apoyo sin embargo, McGuire expone que la inoculación será más eficaz que el dar argumentos de apoyo por dos razones. Primero porque facilita la práctica de las creencias propias y en segundo porque incrementa la motivación del individuo para defenderse.

Por otra parte, de igual manera que las vacunaciones biológicas, el efecto de la inoculación resulta ser más eficaz cuando han pasado días y no en el momento inmediato de la recepción de argumentos refutados. Cabe destacar que las actitudes en las cuales el receptor no tiene tanta certeza la terapia de apoyo resultan igual de efectiva, aún así se puede generalizar la resistencia a argumentos diferentes de los debilitados y la combinación de la terapia de apoyo con la inoculación proporcionan mayor resistencia a la persuasión⁷⁹.

2.6. Persistencia de los Efectos Persuasivos.

⁷⁸ Wittaker James O., *La Psicología en el Mundo de Hoy*, Op. Cit. Pag. 280.

⁷⁹ J. F. Morales y otros. *Psicología Social*. Op. Cit. Pag.548-549.

Aún ya con el cambio de actitud del individuo, suele haber dificultades en conocer el tiempo en el cuál el efecto persuasivo durará en los individuos y por ello se han tomado los diferentes modelos anteriormente explicados para conocer el motivo y los resultados de las investigaciones.

2.6.1. El Apagamiento del Impacto Persuasivo.

De acuerdo con el modelo de Hovland el efecto del impacto persuasivo comenzaba a desaparecer siempre y cuando el mensaje no llegara a pasar por el resultado de la atención, comprensión y aceptación de los argumentos del mismo, sin embargo, en sus observaciones se percataron que muchas veces los sujetos recordaban la esencia del mensaje aunque olvidaran los argumentos específicos.

Algo claro es que la persistencia de los efectos persuasivos disminuye con el paso del tiempo, aún así no existe un único patrón temporal ya que algunas veces duran meses, semanas o incluso días.

Mientras que Petty y Cacioppo argumentan mediante el modelo de probabilidad de elaboración que los efectos dependen de la ruta cognitiva que el receptor tome en cuenta ya se ruta central o periférica, establecen que los factores que pueden establecer una mayor duración del impacto persuasivo son:

- a) La repetición del mensaje y de sus argumentos hasta cierto límite.
- b) La implicación del receptor

- c) La variedad y complejidad de los argumentos
- d) El hecho de que las respuestas cognitivas sean generadas por el propio receptor: las personas suelen recordar mejor las propias respuestas al mensaje que la información contenida por la fuente.
- e) La accesibilidad de la actitud: cuanto más positiva y accesible sea la actitud del receptor más persistente es.
- f) El papel del receptor como transmisor de información⁸⁰.

2.6.2. El Efecto Adormecimiento.

El efecto adormecimiento es un término acuñado por Hovland y cols. En el cuál los efectos de la persuasión son vigentes después de un cierto tiempo y no inmediatamente después de la emisión del mensaje.

Aunque el efecto de adormecimiento ha presentado resultados empíricos a favor y en contra, los resultados arrojan mayor probabilidad de ello en situaciones muy específicas y que abarquen las siguientes condiciones:

- a) El contenido del mensaje y las señales periféricas sean procesadas de manera separada.
- b) El contenido del mensaje sea analizado y atendido cuidadosamente por el receptor.
- c) Después de recibir el mensaje, el receptor recibe una señal desestimadora que anula el efecto del contenido del mensaje, esta señal puede ser que la fuente no tenga ninguna credibilidad.

⁸⁰ Íbidem pág. 551.

d) Con el paso del tiempo los receptores olvidan esta señal desestimadora en mayor medida que olvidan el contenido del mensaje y su conclusión⁸¹.

Como conclusión cabe destacar que el proceso de persuasión conlleva diferentes factores en los cuales los más importantes vienen de la fuente persuasiva como conocedora de la cultura, la ideología, semejanza, sinceridad y empatía indispensables para provocar el cambio en el receptor ya que de él, se demostrará el interés que tome en procesar la información y aceptarla durante mucho tiempo o simplemente tomarla de manera pasajera.

Actualmente diferentes sectores están innovando la manera de persuadir a la audiencia, esto es, interesándose en las expresiones faciales como medio de persuasión más efectivo, ya que gracias a ellas se puede demostrar la empatía y la identificación de los receptores con la fuente persuasiva. Las siguientes investigaciones documentan parte de esta estrategia que actualmente se está implementando en sectores publicitarios, así como empresas y áreas como la política y religión.

⁸¹ Ídem pág. 552-553.

Capítulo III

Las Emociones como Herramienta de la Persuasión.

La expresión facial es la más clara muestra del lenguaje no verbal. El rostro es el punto donde se enfoca la mayor parte de la atención durante una conversación ó cualquier tipo de interacción y es capaz de reflejar todas las emociones y sentimientos.

Por tanto la expresión facial es parte del lenguaje no verbal, y universal, aclarando que los gestos es decir, los movimientos corporales no tienen el mismo significado en todas las culturas, a través de esto podemos decir que mediante la expresión facial se

comunican muchas emociones como agrado o desagrado y es una herramienta que se puede utilizar en la persuasión. Los ojos llegan a ser una importante herramienta comunicativa ya que se puede descifrar si hay atención ante lo que la fuente dice o no. A continuación se documentarán investigaciones partiendo de esta premisa⁸².

3.1. Investigaciones de la Publicidad Verbal, Escrita y por Análisis Gestual.

Existen actualmente razones científicas en las cuales la aportación verbal por sí sola es inadecuada ya que la conexión emocional juega un importante factor a la hora de tomar una decisión.

Anteriormente se ha descrito que el lenguaje no verbal deriva la mayor parte de la comunicación, por consecuencia hay una tendencia a depender más de las claves no verbales para valorar el estado emocional del receptor ó audiencia.

Datos estadísticos arrojan que el 55% de la comunicación se transmite mediante expresiones faciales, mientras que el 38% de la comunicación se logra por medio del tono de voz y sólo el 7% depende del intercambio verbal⁸³.

La comunicación verbal es efectiva a la hora de transmitir la información y dar argumentos sólidos a la audiencia, pero puede

⁸² Madero, María del Carmen. *Persuasión, El poder Excepcional*. 1ed., Editorial Vergara, México 2010. Pág. 299-302.

⁸³ Hill, Dan. *Emotionomics*. 1era edición. Edit. Patria, México 2010. Pág. 47.

muchas veces llegar a volverse monótona si no hay un buen manejo de voz ó cuadrarse en situaciones sociales, es decir, que en ciertas situaciones, 75% de las personas están dispuestas a ir en contra de sus propias percepciones para dar la respuesta que saben o creen que darían los demás, esto surge la mayoría de las veces en las dinámicas entre grupos, un líder puede tomar el control de la discusión y la audiencia seguirlo y otro es que las personas darán respuestas que los hagan ver inteligentes, serían validas si tuvieran una relación verdadera con los sentimientos y emociones de las personas a la hora de tomar una decisión.

Un claro ejemplo de ello es el concepto de Wal-mart con su lema “Precios bajos. Siempre” parecería servir de prueba de que, en cuanto a precios, la emoción deja de importar y todo se vuelve obvio. Pero la estrategia utilizada suele ser diferente, ya que se utiliza el ingrediente emocional de poner en 9 los precios finales de 34 a 39, con el fin de que el cliente crea que está barato o económico (siguiendo reglas heurísticas), se está vendiendo a precio más alto de lo que la mercancía cuesta y el resultado son mayores ventas a un precio mayor⁸⁴.

Otra limitación muy clara en cuanto a la comunicación escrita es el analfabetismo en la población mexicana, de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda del 2010, 6 de cada 100 hombres y 8 de cada 100 mujeres de 15 años y más no saben leer ni escribir, esto da como consecuencia lo poco persuasivo que un mensaje textual puede llegar a ser, mientras que el 93% de la población cuenta con

⁸⁴ ídem. Pag. 48.

televisión, nos remarca la probabilidad de que este medio masivo influya de manera más directa en sus elecciones y motivaciones⁸⁵.

En cuánto al análisis gestual se ha creado un Sistema de Codificación de la Acción Facial (FACS) el cuál se cataloga la actividad de los músculos faciales, dando como resultado 23 unidades de acción, es decir claves que son los componentes básicos de las expresiones faciales relacionadas con las 6 emociones universales.

La ventaja del análisis facial es que proporciona mucha información del individuo en primer lugar porque la cara cuenta con más músculos faciales que cualquier otra especie del planeta haciéndonos más fácil su delimitación, la segunda, es que la cara es el único lugar del cuerpo en el que los músculos se conectan directamente con la piel, a causa de esto, la cara es móvil con una piel que se amolda rápido en respuesta a los impulsos cerebrales. Esto es la base del análisis gestual. Cuando el cerebro genera impulsos emocionalmente codificados, se trasladan al rostro por un nervio facial único que controla todos nuestros músculos faciales y las expresiones faciales resultantes⁸⁶.

Como resultado obtenemos una precisión rápida sobre la situación emocional y el impacto que genere el mensaje que se vaya a dar así como las posibles modificaciones a plantear.

⁸⁵ <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/analfabeta.aspx?tema=P> , (17 de mayo de 2011).

⁸⁶ Hill, Dan. *Emotionomics*. Op cit. Pag. 52.

3.2. El Análisis Gestual como Medio de Medición en Relaciones de Pareja.

Parecería preciso que determinar el éxito o fracaso en una relación de pareja tendría que abarcar cualquier contexto en la relación como sea posible, como los problemas por los cuales discuten ya sea el dinero, sexo, niños ó trabajo, el estilo de crianza, carácter y la personalidad de cada individuo así como una detallada observación de estudio de campo que convendría visitar por semanas, meses y años observando a cada uno en diferentes estados emocionales para poder predecir así una conclusión.

Esta investigación fue hecha por el psicólogo John Gottman con el objetivo de estudiar las relaciones de pareja a través del análisis gestual es decir mediante la expresión facial de las emociones y determinar el éxito o fracaso de la misma.

El experimento sería una buena propuesta para agilizar una investigación que requiera tiempo, ahorrándose mediante el estudio de la micro expresión. Este experimento consiste en poner electrodos y sensores en los dedos y las orejas para medir la frecuencia cardiaca, la cantidad de sudor y la temperatura de la piel. Debajo de las sillas donde están los sujetos (marido y mujer) hay un movimientómetro, un dispositivo que mide los cambios de postura de cada uno y 2 cámaras de video dirigidas a cada participante. La instrucción que se les da es discutir sobre una cuestión de su matrimonio en la cuál conflictúen, se les deja solos durante 15 minutos y posteriormente termina el proyecto.

Los investigadores crean un sistema de codificación (AFESP Afecto Específico) el cuál consta de 20 categorías de emociones que pueden expresarse en un matrimonio en una conversación tomando como base las emociones universales, como ejemplo: 1. desden, 2. enojo, 7. actitud defensiva, 10. queja, 11. tristeza, 12, actitud obstruccionista, 13. actitud neutral y así sucesivamente, al ver la cinta se asigna un código a cada segundo de interacción de modo que 15 minutos son 1800 números, 9 mil para el marido y 9 mil para la mujer, y a éstos se le añade datos que proporcionan los electrodos y sensores de modo que los codificadores saben cuando se aceleró el corazón, cuando la temperatura aumentó y cuando cambiaron de posición.

Por tanto, si se analiza una hora de conversación entre marido y mujer hay una predicción del 95% de exactitud si la pareja seguirá casada transcurridos 15 años. Si se observa durante 3 minutos el índice de éxito es del 90%⁸⁷.

Desde una perspectiva técnica se miden las categorías de emociones catalogadas como positivas y negativas durante la discusión, Gottman sugiere que para que una relación marital sobreviva la proporción entre emociones positivas y negativas tienen que ser de al menos 5 a 1.

Gottman argumenta que todos los matrimonios tienen un patrón característico, una especie de ADN marital que aflora en cualquier tipo de interacción importante, esto lo asegura cuando en la

⁸⁷ Gottman, John. "Predicting Divorce Among Newlyweds from the First Three Minutes of a Marital Conflict Discussion", *Family Process* 38, No. 3, 1999, Pag. 293-301

entrevista pregunta como se conocen ya que el patrón que ellos describen aparece de inmediato.

Este patrón consta de 4 actitudes fundamentales, que son la defensiva, obstruccionista, la crítica y el desprecio asegurándolo como más peligroso ya que es una condena general del carácter de una persona, una desvalorización del individuo y por tanto un inminente fracaso en la relación⁸⁸.

3.3. El Trabajo y las Emociones.

En la vida social, el trabajo es reconocido como una actividad social y parte fundamental de la vida humana, lo que nos retribuye es una condición, un status y nos liga a la sociedad, la falta de empleo separa al individuo de la misma.

Cumple dos funciones sociales importantes: producir bienes que la sociedad necesita e integrar al individuo a la sociedad, la condición y la función que ejerce son importantes en el bienestar psicológico del individuo, aspectos como el respeto o la admiración de sus compañeros son incentivos, así como el reconocimiento para sentirse útil, solicitado y obtener una posición social.

Los Psicólogos industriales tienen que incluir como universal estas necesidades ya que no son propias de cierta cultura, sino una característica común de todas, sentirse apreciado o disfrutar de una

⁸⁸ Gladwell, Malcolm. *Inteligencia Intuitiva, La Selección de Datos Significativos*. 1era Ed., Editorial Santillana, México 2005. Pág. 25-40.

seguridad emocional está incluido inevitablemente en primer lugar aún con incentivos como el dinero ó el status.

Se ha intentado investigar las necesidades más apremiantes que según los trabajadores, las empresas deberían satisfacer para utilizarlas como incentivo, sin embargo, han habido divergencias relacionadas con el sexo, edad, la clase y los problemas particulares que surgen en la empresa. No hay un incentivo ideal, lo que sí cabe destacar es que el plano emocional si es importante, para seguir después con factores que varían de cultura en cultura como el dinero, el tiempo libre, otra oportunidad de ascenso, etc.⁸⁹

3.4. Importancia de las Emociones y la Persuasión en el Mercado Laboral.

Con los conocimientos anteriormente documentados, el análisis facial se está implementando en empresas internacionales por su efectividad, ya que ha ayudado en diferentes puntos de venta de los publicistas así como en motivar a sus empleados.

Primeramente con la creación de marca, los publicistas investigan qué valores son los más importantes en términos emocionales a sus mercados meta para determinar la mayor venta de producto y que los consumidores sientan familiaridad y confianza al pertenecer al grupo⁹⁰.

Utilizando la persuasión como medio de atención a los comerciales, se ha aplicado el análisis gestual para determinar las

⁸⁹ Brown, J.A.C. *La Psicología Social en la Industria*.3ra Edición., Fondo de Cultura Económica, México 1998. Pág. 256-281.

⁹⁰ Peltant, S. y G. Grzybowski. *Los cinco primeros minutos*. 1ra ed., Edit. Deusto, España, 2003. Pág. 24.

emociones que hacen al grupo enfocar su atención ante comerciales que brinden una inclusión social y que respondan ante demandas que el medio aún no satisface. Es decir hacer necesario un producto para adaptarse a la sociedad⁹¹.

3.5. Estudio del Análisis Gestual y sus Limitantes.

Para empezar a trabajar con el análisis facial se requiere de un estudio minucioso de las emociones así como el conocimiento de la fisiología humana, en este caso de la expresión facial de cada emoción.

Se necesitan cámaras de video que tengan una definición alta para poder capturar la expresión detallada de cada segundo de la expresión facial así como los sensores y demás aparatos utilizados para su medición.

Aún se necesita estudiar y analizar los casos en los que los individuos cuenten con algún tipo de desorden mental y los que tienen daños en los diferentes lóbulos cerebrales.

⁹¹ Plazo, Joseph R., *Maximum Influence Advantage*, 2ed., Edit. Exceed Global Limited, EUA 2006. Pags. 233-235.

Conclusión.

Con la presente investigación documental, se demuestra que el análisis facial engloba más que una herramienta, el inicio de nuevas investigaciones sobre la conducta humana, es abrir un nuevo descubrimiento que trae consigo incontables respuestas ante problemas en la actualidad que nos podrán garantizar nuevas teorías para la especie humana, como la detección oportuna de características y patologías en los seres humanos que pueden ser propensos a desarrollar una enfermedad mental, con pautas como el estado anímico y la cantidad de emociones que se desarrollen en el tiempo observable, se podrán realizar investigaciones entre la inferencia de algún tipo de patología y su determinada emoción; actuar a tiempo ante este tipo de situaciones nos darán una mayor calidad de vida entre los individuos.

Además el análisis facial correlacionado con la persuasión determinará que tan eficaz la información proporcionada a la

sociedad será aceptada, así como conocer que argumentos tendrán mayor atención y desechar los que no sean tan significativos en una audiencia ó también estudiar la ideología de las personas y sus creencias para actuar a tiempo ante nuevas campañas masivas que intenten manipular al individuo y como se dijo en la investigación inocular al individuo para prepararlo ante algún tipo de información errónea ó falsa sobre algún determinado tema.

Con el análisis facial se dará una mayor precisión de lo que decide el individuo, conocer que lo motiva individualmente, ya que puede decir y hacer decisiones que pueden ser sesgo si se encuentra entre personas que sean de su misma ideología ó que generen una presión social.

En el sector publicitario sería el ahorro de mucho dinero e inversión para poder sacar comerciales al aire que sean efectivos, concuerden con la ideología de la comunidad y lograr la aceptación de los individuos.

En sector salud se podrán determinar programas que puedan servir para el desarrollo de campañas efectivas hacia el público como en campañas de prevención de adicciones, así como la manera en que esta información será atendida por los receptores, con la combinación de estrategias persuasivas y conocimientos sobre el tema se pueden diseñar campañas que generen un gran impacto como incluir personas que generen la confianza, semejanza y la empatía entre los jóvenes.

En el sector clínico, por la expresión facial se puede determinar el avance de una terapia y si su resultado es exitoso, en base a la

observación del paciente así como la mejora por parte de los terapeutas para establecer la empatía y generar confianza en el paciente y como medio para determinar que puntos clave debe tomar en cuenta el terapeuta para mejorar sus consultas clínicas.

Con las herramientas obtenidas por la persuasión como la credibilidad, generación de confianza, semejanza, etc. Así como las estrategias persuasivas y una combinación de la expresión facial se lograría obtener un cambio de actitud de parte de receptores y audiencia que por consecuencia logren que el cambio de actitud dure por mucho tiempo.

Propuesta

Justificación: Cabe destacar que la presente tesina tuvo como objetivo demostrar y confirmar la importancia de conocer las principales expresiones faciales y su respectiva emoción, el conocimiento de esto nos lleva tanto a psicólogos como participantes comenzar a plantearnos diferentes investigaciones.

Un manual orientado a la descripción y capacitación de las expresiones faciales es de mucha ayuda para investigar más diferentes campos de estudio como son los siguientes:

Para comenzar en el área clínica a los psicólogos es de mucha ayuda para su capacitación al enfrentarse a pacientes y generar empatía. De igual manera desarrollar un amplio conocimiento acerca del individuo mediante su expresión facial, mediante la emoción más predominante en el paciente y podernos dirigir a trabajar con la modulación de su intensidad emocional en caso que sea su conflicto

para su desarrollo social e inclusive diseñar estrategias para trabajar y modular sus emociones.

En el área de neurología, estudiar los efectos secundarios de una extirpación u operación por lesión cerebral en la cuál el sistema límbico quede afectado y determinar si las emociones experimentadas siguen teniendo su misma expresión facial ó lleguen a existir cambios generados por la misma.

En el área de mercadotecnia y publicidad, establecer mensajes más persuasivos utilizando las emociones que culturalmente sean aceptadas para el cambio de creencia y aceptación sobre los individuos.

En el área social, delimitando la seguridad social: estudiar si las expresiones emocionales que delatan la mentira en algunos países tienen la misma similitud con México, así como la detección de posible terrorismo y lucha contra la delincuencia.

Cada aportación generará conclusiones que podrían corroborar lo anteriormente expuesto, así como el lenguaje no verbal ocupa mayor porcentaje en nuestra comunicación, también nos aporta mayor información.

En el estudio de la persuasión, establecer qué tipo de argumentos ó qué tipo de estrategia responder ante la expresión facial, es decir ante el manejo de esa emoción, y el objetivo del cuestionario sobre la persuasión aportará conocer la manera en que el individuo intenta persuadir, tener este conocimiento por consecuencia nos permite adaptarnos ante esos cambios ó diseñar

estrategias para poder inmunizar el impacto persuasivo, así como establecer diferentes alternativas que generen otras estrategias ó argumentos que demuestren la validez de un mensaje.

Dirigido a: Investigadores y psicólogos en distintas áreas de la salud, clínica, laboral, educativa, legal, penitencial y social, así como investigadores en el área de medicina como psiquiatría, neurología y ciencias afines, así como artistas plásticos, y personal de actuación teatral.

No. De Participantes: En grupos de aproximadamente 10 participantes.

Objetivos:

- Adquirir conocimiento sobre las expresiones faciales y su utilidad.
- Capacitar a los participantes para que puedan señalar y conocer las expresiones faciales y su correspondiente emoción.
- Conocer las estrategias persuasivas y aplicarlas de manera que se intente que el participante conozca las principales características y la importancia de conocer el proceso de comunicación y sus diversas fuentes.

Material: Programa del Estudio del Análisis Facial y el Formato del Análisis Sistemático del Impacto Persuasivo.

Procedimiento - La primera sesión teórica consta de 11 horas distribuidas en la descripción del análisis facial, para posteriormente

comenzar con la evaluación de cada emoción descrita. Para empezar a leer las expresiones faciales, se puede basar en el estudio de esta tesina.

Una vez concluido el estudio sobre las expresiones faciales y con el conocimiento de las 6 emociones universales se realizará una evaluación práctica en la cuál los individuos señalaran mediante imágenes, láminas y fotos la expresión facial de cada una.

El estudio del cuestionario sobre persuasión se podrá utilizar para analizar diferentes videos, comerciales ó campañas en las cuáles se decida que rol está jugando el personaje o el mensaje en la persuasión, el tipo de argumentos y poder analizar los pros y los contras del mensaje, junto con el análisis facial estudiar que expresiones son más predominantes en este tipo de mensajes.

Evaluación de Resultados - Al concluir los estudios del Análisis facial y el Persuasivo, el individuo identificará la emoción y su correspondiente expresión facial así como conocerá las diferentes estrategias persuasivas en el proceso de la comunicación, identificará cada una de las estrategias persuasivas, observará las expresiones faciales de los emisores del mensaje, los individuos a quiénes los dirigen y observará la manera en cómo se realizan dichos mensajes e incluso conocerá los tipos de argumentos que se dan a la audiencia para intentar realizar un cambio de creencia a nivel cultural y social.

Sugerencia.

Implementar este tipo de análisis en el área clínica para los psicólogos en el entrenamiento ante el ámbito clínico y mejorar la empatía y confianza que les den a sus pacientes valorando las emociones positivas y negativas que los psicólogos presentan ante la consulta y posteriormente capacitarlos para mejorar la expresión corporal y el manejo de las emociones.

En el área educativa diseñar estrategias de aprendizaje que tengan como objetivo enfocar la atención de los alumnos de acuerdo a su edad y su desarrollo mental mediante estrategias persuasivas que hagan interesarse a los alumnos en sus conocimientos.

Otra estrategia educativa para estudiantes de psicología es implementar una materia dedicada a la expresión facial, con la respectiva fisiología emocional, su expresión, que sea de tipo práctica y teórica en la cuál, alumnos en formación detecten oportunamente los estados anímicos de los individuos para llevar a cabo prácticas que indiquen la manera de mejorar la empatía y generar rapport ante sus pacientes.

Utilizar esta herramienta en el área de reclutamiento laboral para la selección de personal, detectar las posibles estrategias utilizadas al abordar al individuo, así como para implementar la motivación de los empleados y observar que estrategias serán eficaces para lograr este objetivo.

El análisis facial aún sigue siendo un campo poco explorado para los mexicanos ya que la bibliografía consultada sobre expresiones faciales se halla en otro idioma, impulsar este conocimiento en nuestro país sumaría vital importancia para la actualización de la enseñanza de la psicología, el estudio en campo mexicano sobre este fenómeno ayudaría a estudiar conductas observables que podría ser motivo de nuevos descubrimientos, actualmente se ha investigado si las expresiones faciales son parte de la genética del individuo, en este caso, sería una investigación importante determinar que rasgos y emociones son más dominantes en la cultura mexicana y poder así establecer una modificación conductual en base a una teoría que se puedan determinar ciertos patrones culturales que afectan ciertas problemáticas del país como el machismo, la violencia, la corrupción, podrá sonar utopía sin embargo, comenzar con un pequeño paso como una implementación en un programa escolar sobre dicho tema en bases más claras y concisas adaptadas a nuestro país, pueden ser la clave de esta gran investigación.

Bibliografía

1. Brown, J.A.C. *La Psicología Social en la Industria*. 3ra Edición., Fondo de Cultura Económica, México, 1998. Pág. 256-281.
2. Chóliz, M. *La expresión de las emociones en la obra de Darwin*. *Prácticas de Historia de la Psicología*. Valencia: Promolibro. 1995. <http://www.uv.es/choliz/ExpresionEmocionesDarwin.pdf> , (3 de marzo de 2011).
3. Cialdini, Robert. *Influencia, La Psicología de la Persuasión*, 3ra. Edición, Edit. Collins Essentials. España, 2007. Pag. 321.
4. Coon, Dennis. *Psicología, Exploración y aplicaciones*, 8va. Edición, Edit. International Thomson Editores, S. A. de C. V. México, D.F. 1999, Pag. 433.
5. Desmond, Morris. *El Mono Desnudo*. Traductor J. Ferrer Aleu; 1ra edición, Plaza y Janés, S. A. Editores, Barcelona, 1971. pag. 30-70.

6. Ekman, Paul. *Emotions Revealed. Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life.* 1st ed., Times Books Henry Hold and Company, New York, 2003. Pag 82-212.
7. Ekman, P. & Friesen, W. V. *Unmasking the Face: A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues.* 1st Edition, Edit. Prentice Hall, Nueva Jersey, 1975. Pag. 135.
8. Ekman, Paul. Friesen V. Wallace. *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial expressions.* 1st ed., Malor Books, Cambridge MA, 2003. Pags. 45, 62, 76, 112, 120, 127.
9. Feldman, S. Robert. *Psicología con aplicaciones en países de habla hispana*, 6ta edición, McGraw-Hill, México, 2005. pp. 329.
10. Gladwell, Malcolm. *Inteligencia Intuitiva, La Selección de Datos Significativos.* 1era Ed., Editorial Santillana, México, 2005. Pág. 25-40.
11. Guyton C. Arthur. *Anatomía y fisiología del sistema nervioso. Neurociencia básica,* 2da Edición, Editorial Medica Panamericana. New York, 1994. Págs.298-309.
12. Hill, Dan. *Emotionomics.* 1era edición. Edit. Patria, México, 2010. Pág. 47.
13. J. F. Morales y otros. *Psicología Social.* 1ra edición, McGraw-Hill/Interamericana de España. Madrid, España, 1994. Págs.527-534
14. Klineberg, Otto. *Psicología Social.* 2da Edición, Fondo de Cultura Económica, México, 1986. Pág. 459.

15. Lemerise E. & Dodge K. *El enojo y la interacción hostil*. 2da edición, Editorial The Guilford Press, New York, 2000, Pag. 135.
16. Madero, María del Carmen. *Persuasión, El poder Excepcional*. 1ed., Editorial Vergara, México, 2010. Pág. 299-302.
17. McGuire, M. & Troisi, A. *Anger: An evolutionary view*. 1st edition, Editorial Academic Press, New York, 1990. Pag. 220.
18. Moscovici, Serge. *Psicología Social I, Influencia y Cambio de Actitudes: Individuos y grupos*. 2da Edición, Edit. Paidós, España, 1985. Pag. 118.
19. Murphy, Joseph. *El poder de la mente subconsciente*, 1ra ed., Edit. Diana, México, 2006. Págs., 27-29.
20. Myers, David G. *Psicología Social*, 8^a. Edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores, México, 2005. Pág. 249.
21. Ostrosky-Solís F. *¡Toc, toc! ¿Hay alguien ahí? Cerebro y conducta*. 2^o reimpresión, Editorial Infored, México, 2001. pag. 222-250
22. Plazo, Joseph R., *Maximum Influence Advantage*, 2ed., Edit. Exceed Global Limited, EUA, 2006. Pags. 233-235.
23. Peltant, S. y G. Grzybowski. *Los cinco primeros minutos*. 1ra ed., Edit. Deusto, España, 2003. Pág. 24.

24. Rodríguez, Aroldo. *Psicología Social*. 5ta edición. Trillas. México, 2002. Pag. 87-103.
25. Smart, J.K., *Influir realmente*, 2ed., Edit. Pearson, España, 2003. Págs. 90-115.
26. Sternberg, C. R., & Campos, J. J. *La expresión del enojo en la infancia*. 1era. Ed. , Edit. Lawrence Erlbaum Associates. Hillsdale, N. J., 1990. Págs. 247-282.
27. Tavis, Carol. *Anger: the misunderstood emotion*, 1ra ed., Editorial Simon & Schuster. EUA, 1989. Pags. 275-300.
28. Wittaker James O., *La Psicología en el Mundo de Hoy*. 2a. Edición, Trillas. México, 1999. Pag. 269.
29. Worchel, Stephen. *Psicología: Fundamentos y aplicaciones*. 5ta edición, Prentice-Hall, Madrid, 1997, pag. 408.

INTERNET

1. Wolf, Mauro. *La Aguja Hipodérmica*. <http://comunicacionycultura.espacioblog.com/categoria/teorias-y-modelos-comunicacion/2>, 24 de Junio de 2011.
2. <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/analfabeta.aspx?tema=P> (17 de mayo de 2011).
3. <http://psicopsi.com/INFLUENCIA-SOCIAL>, 24 de Junio de 2011.

REVISTA

1. Díaz Nosty Bernardo. "León Festinger, Pensamiento y Expresión Científica". *Revista Iberoamericana de Comunicación*. <http://www.infoamerica.org/teoria/festinger1.htm> (15 de mayo de 2011).
2. Gottman, John. "Predicting Divorce Among Newlyweds from the First Three Minutes of a Marital Conflict Discussion", *Family Process* 38, No. 3, 1999, Pag. 293-301.
3. Holden, C. "The violence of the lambs". *Science*, No. 289, Año 2000, Págs. 580-581.
4. Rynearson, E. K. "El suicidio internalizado: Un secuestro existencial". *Revista Americana de Psiquiatría*. No. 184. Año 1981, Pag. 84-87.
5. Vingershoets, A. J. J. M., Cornelius, R. R., Van Heck, G. L. & Becht, M. C. "El llanto adulto: Modelo y Revisión de la literatura". *Revista de Psicología General*. Año 2000. No. 384. Pág. 34.

PROGRAMA DEL ESTUDIO DEL ANÁLISIS FACIAL

Dirigido a: Investigadores en el área de la salud, como psicólogos, neurólogos, psiquiatras, así como sociólogos, actores

Sesión	Objetivo	Material	Dinámicas a realizar	Tiempo
1	Conocer las Expresiones Faciales de la Alegría	Videos, Imágenes y Fotos que expresen dicha emoción, así como material didáctico que enseñe anatómicamente cada expresión facial.	Los participantes tendrán que detectar las expresiones faciales de la alegría señalando mediante imágenes y fotos las principales expresiones musculares. Conocer el concepto de la emoción, las principales expresiones faciales que determinen dicha emoción, los diferentes factores que la desencadenan así como fisiológicamente los cambios experimentados y el análisis de cada músculo facial que denote la expresión natural.	2 horas.
2	Conocer las Expresiones Faciales de la Tristeza		Los participantes tendrán que detectar las expresiones faciales de la tristeza señalando mediante imágenes y fotos las principales expresiones musculares. Conocer el concepto de la emoción, las principales expresiones faciales que determinen dicha emoción, los diferentes factores que la desencadenan así como fisiológicamente los cambios experimentados y el análisis de cada músculo facial que denote la expresión natural.	2 horas.
3	Conocer las Expresiones Faciales del Enojo		Los participantes tendrán que detectar las expresiones faciales de el enojo señalando mediante imágenes y fotos las principales expresiones musculares. Conocer el concepto de la emoción, las principales expresiones faciales que determinen dicha emoción, los diferentes factores que la desencadenan así como fisiológicamente los cambios experimentados y el análisis de cada músculo facial que denote la expresión natural.	2 horas.
4	Conocer las Expresiones Faciales de la Sorpresa		Conocer el concepto de la emoción, las principales expresiones faciales que determinen la sorpresa, los diferentes factores que la desencadenan así como fisiológicamente los cambios experimentados y el análisis de cada músculo facial que denoten la expresión natural.	1 hora

5	Conocer las Expresiones Faciales del Miedo		Los participantes tendrán que detectar las expresiones faciales del miedo señalando mediante imágenes y fotos las principales expresiones musculares. Conocer el concepto de la emoción, las principales expresiones faciales que determinen dicha emoción, los diferentes factores que la desencadenan así como fisiológicamente los cambios experimentados y el análisis de cada músculo facial que denote la expresión natural.	2 horas.
6	Conocer las Expresiones Faciales del Disgusto		Los participantes tendrán que detectar las expresiones faciales del disgusto señalando mediante imágenes y fotos las principales expresiones musculares. Conocer el concepto de la emoción, las principales expresiones faciales que determinen dicha emoción, los diferentes factores que la desencadenan así como fisiológicamente los cambios experimentados y el análisis de cada músculo facial que denote la expresión natural.	2 horas.

Formato Evaluativo del Análisis Sistemático del Impacto Persuasivo.		(Hoja 1)
Instrucciones: Marcar con una X las opciones que correspondan con el video analizado, Si cumple con la pregunta hecha anotar una X en el paréntesis, en caso contrario, dejar el espacio en blanco.		
Duración del Video	Horas/Minutos/Segundos : H() M() S()	
Tipo de Mensaje	Verbal () Escrito ()	
Dirección del Mensaje	Niños () Jóvenes () Adultos () Adultos Mayores ()	
Género	Masculino () Femenino () Ambos ()	
Características del Emisor	1. ¿Es atractivo? () 2. ¿Sus ideas y creencias son afines a los individuos a persuadir? () 3. ¿Genera veracidad y credibilidad hacia los individuos? () 4. ¿Enfatiza oportunidades exclusivas? ()	
Tipo de Mensaje	Racional () Emotivo () Ambos () ¿Utiliza emociones negativas en el manejo de su argumento? (Palabras de referencia relacionadas con miedo, desesperación, angustia) ()	
	Mensaje Unilateral (Ventajas y aspectos positivos de la posición propuesta.) () Mensaje Bilateral (Ventajas y Desventajas de su Posición Propuesta) ()	
	Argumentos estructurados () / Argumentos con poca información ()	
Uso de Información	Estadística () Percentual () Ninguna () Ambas ()	

Análisis Sistemático del Impacto Persuasivo.		(Hoja 2)
¿Es un Tema Conocido para la Audiencia?	SÍ ()	NO ()
Tipo de Fuente Informativa que se conoce el tema	Periódico () Radio () Televisión () Internet () Revistas ()	
Hay Reglas Heurísticas Incluidas en el mensaje	SÍ ()	NO ()
Canal de Comunicación	Escrito () Oral () Bombardeo Masivo (radio, televisión, internet) () Contacto Directo (De Persona a Persona) ()	
Audiencia	Edad Promedio: 4 a 11 Años () 12 a 18 Años () 19 a 25 Años () 26 a 40 Años () Más de 40 Años () Escolaridad de los individuos: Primaria () Secundaria () Bachillerato () Licenciatura y Especialidades ()	
¿Se maneja algún tipo de Disonancia entre las creencias de la audiencia y la propuesta?	SÍ ()	NO ()
¿Se utiliza algún tipo de Estrategia Persuasiva?	Bola baja () Aguja Hipodérmica () Pie en la puerta () Pie en la cara. ()	
Tipo de Expresiones Faciales más utilizadas en la Expresión del Mensaje	TRISTEZA () ENOJO () ALEGRIA () MIEDO () DISGUSTO () SORPRESA ()	