



1. INTRODUCCIÓN

- El papel de las actitudes es muy importante en distintos procesos psicológicos que están relacionados con diferentes dominios de análisis de la Psicología Social: individual, interpersonal, grupal y societal.

- Si clasificamos a una persona de acuerdo con alguna de sus actitudes, también inferiremos que tiene una serie de actitudes relacionadas. **A una persona ecologista es fácil que le atribuyamos actitudes en contra de la fabricación de armas o en contra de la globalización.**

- Los prejuicios y las ideas abstractas también son actitudes.

2. ¿QUÉ SON LAS ACTITUDES?

Definición de actitud

“Es una tendencia psicológica expresada evaluando un ente determinado con cierto grado de favorabilidad o des favorabilidad”

Este ente es el **objeto de actitud** que puede ser cualquier cosa que sea susceptible de ser valorada. La valoración de un objeto de actitud depende de varios factores. Los objetos de actitud pueden ser concretos, abstractos, ideas, opiniones, conductas, personas o grupos.

La base de las actitudes

Las actitudes se basan en 3 tipos de componentes:

Componente cognitivo: Creencias y conocimientos

Componente afectivo: Sentimientos y emociones

Componente conductual: Experiencias en comportamientos anteriores

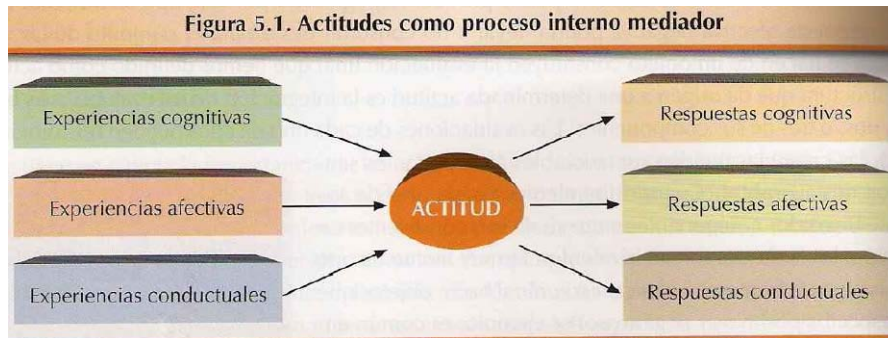
Cada uno de estos componentes pueden constituir la estructura que da origen a una determinada actitud, favorable o desfavorable, hacia un objeto.

No es necesario que los 3 componentes estén separados o unidos en la valoración del objeto.

Se puede tener la creencia de que el sushi es muy sano (componente cognitivo) pero no poder comerlo (componente afectivo). En este caso en el que los componentes no son consistentes entre sí, decimos que las actitudes son ambivalentes. Se trata de una **ambivalencia actitudinal**.

El conjunto de las valoraciones que se hacen de un objeto constituyen la evaluación final que hemos definido como actitud.

OJO!!: No confundir la actitud con los componentes en que se basa. La actitud es un constructo psicológico no observable, de carácter evaluativo, que media entre un objeto y las respuestas que da la persona ante ese objeto. Las actitudes se infieren a partir de su expresión en forma de respuestas que se dan al objeto de actitud. Estas respuestas pueden ser de tres tipos: cognitivas, afectivas y conductuales



Medida de la intensidad de las actitudes

La magnitud de una actitud depende de su valencia (positiva o negativa) y de su intensidad (grado o extremosidad de esa valencia). La intensidad o fuerza de una actitud depende de las siguientes variables:

- Importancia de la actitud para esa persona
- Intensidad o extremosidad de su evaluación
- Conocimiento del objeto de actitud
- Accesibilidad de la actitud (facilidad de activación de la actitud en la mente de la persona)

Cuanto más extensa es una actitud, más persistente es en el tiempo, más resiste al cambio y más influye en la conducta.

La medida de las actitudes se puede clasificar en 2 grandes bloques: medidas explícitas e implícitas:

Medidas explícitas (la medición es explícita cuando se pregunta directamente a la persona)

Tradicionalmente las actitudes se han medido mediante procedimientos de autoinforme.

Tipo Likert: La persona manifiesta su grado de acuerdo o de oposición con una serie de enunciados. La medida de la actitud se obtiene a partir de la suma de todos los ítems. (Cuadro 5.1 pág 171)

Diferencial semántico: Consiste en una serie de escalas bipolares definidas por dos características opuestas, una positiva y otra negativa, en las que se pide a la persona que señale un punto intermedio (Cuadro 5.2 pág 172)

Medidas implícitas (cuando se estudian indirectamente respuesta que se piensa que están asociadas a esas actitudes)

Hay temas difíciles de medir ya que las personas tienden a responder en función de lo aprobado socialmente (cuestiones sobre inmigrantes o sobre igualdad de géneros). En éstos casos se emplean procedimientos que impiden que los sujetos sean conscientes del objetivo de medida de la investigación. Para medir este tipo de actitudes se utilizan medidas implícitas:

- Observación de conductas no verbales
- Medidas fisiológicas
- Medidas basadas en la latencia de respuesta. 2 tipos:



CAPÍTULO 5: ACTITUDES

- Priming: Exposición del objeto de actitud en la pantalla de un ordenador durante fracciones de segundo y a continuación se presenta un conjunto de palabras para que el sujeto evalúe el contenido de éstas como bueno o malo. Se mide el tiempo de reacción del sujeto.
- Test de Asociaciones Implícitas. Consiste en clasificar las palabras que aparecen en el centro de una pantalla de ordenador como pertenecientes a dos categorías establecidas. También mide el tiempo de reacción.

Sin embargo la correlación entre actitudes explícitas e implícitas no siempre ha sido fácil de hallar. Para algunos autores las medidas implícitas recogen asociaciones automáticas que son frecuentes en un determinado ambiente social y que pueden ser inconscientes y estar culturalmente determinadas, sin que las personas respondan ante el objeto de actitud de acuerdo con estas asociaciones cuando tienen la oportunidad de pensar sus respuestas.

Modelo de disociación (Devine, 1989): Establece una clara diferencia entre estos dos tipos de procesos. **Este modelo distingue 2 tipos de actitudes prejuiciosas:**

- Esteretipos culturales: Son creencias compartidas dentro de una sociedad sobre características asociadas a los miembros de un grupo. Se aprenden a lo largo de la socialización del individuo y se activan de manera automática. **(se refleja en medidas implícitas como el Test de Asociaciones Implícitas (IAT))**
- Creencias personales: Reflejan la aceptación o no de los estereotipos culturales. Se activan de manera controlada. **Se refleja en mediciones explícitas.**

3. FUNCIONES DE LAS ACTITUDES

Función de conocimiento

Nos ayudan a comprender nuestro entorno y a darle significado. La división en positivo y negativo nos permiten diferenciar entre lo que es beneficioso y dañino para cada individuo.

Influyen en el procesamiento de la información, siendo esta influencia más potente cuanto más fuerte es la actitud.

Las actitudes sesgan el procesamiento de la información porque:

- a) Seleccionan lo que se procesa (atención)
- b) La interpretación de lo que se procesa tiende a hacerse congruente con la actitud previa (percepción)
- c) Tratamos de ignorar la información que es incongruente, por lo que la información congruente con las actitudes se almacena en la memoria que la incongruente,

Función instrumental (función de ajuste o utilitaria)

Las actitudes pueden servir a la persona para obtener refuerzos o evitar castigos. Clasifica los objetos de actitud de acuerdo a los resultados que proporcionan. **Mostrar una actitud favorable hacia un grupo de música puede ser útil para un adolescente para integrarse en un grupo de amigos.**



Función defensiva del yo

Las actitudes también pueden contribuir a aumentar la autoestima. **Culpar a los inmigrantes por el hecho de encontrarme en el paro.**

Función expresiva de valores

Expresar públicamente actitudes que son centrales en su sistema de valores permite a la persona mostrar creencias que le sirven de principios generales. De este modo pueden servir para reafirmar aspectos importantes del autoconcepto (autoafirmación).

Una misma actitud puede cumplir diferentes funciones para distintas personas y una misma actitud puede servir para varias funciones a una misma persona.

4. ORIGEN DE LAS ACTITUDES

Tienen sus raíces en el aprendizaje social, ya que se aprenden, se expresan y se modifican en contextos sociales. Sin embargo también tienen una base biológica:

Influencias biológicas

- Muchas actitudes pueden estar influenciadas por aspectos genéticos para favorecer la supervivencia (**fobia a las serpientes o afición por el dulce o las grasas**).
- Diferencias biológicas en el temperamento de cada persona también predisponen hacia determinadas actitudes, (**deportes de riesgo**)

Sin embargo, no sólo los factores genéticos explican totalmente la formación de actitudes en un individuo, ya que los factores de socialización también intervienen.

El efecto de mera exposición

Este fenómeno es el aumento de la favorabilidad hacia un estímulo inicialmente neutro al aumentar la exposición repetida al mismo. (**la música que nos gusta más cuando la hemos oído repetidas veces**)

Lógicamente, si existe una actitud negativa previa hacia el objeto, las exposiciones repetidas aumentan la negatividad de la evaluación. Por otra parte, la repetición exagerada puede llevar a una especie de hartazgo que no favorecería, precisamente, una actitud positiva, sino todo lo contrario.

Condicionamiento de las evaluaciones, aprendizaje e imitación

Las actitudes se pueden formar y modificar por condicionamiento clásico. Nos puede llegar a gustar algo porque la exposición a ese objeto está apareada con experiencias que provocan un afecto positivo; o desagradar porque esté asociado a estímulos que provocan un efecto negativo.

La investigación sobre condicionamiento de las actitudes, o condicionamiento evaluativo, demuestra que los procesos implicados no son exactamente iguales que los del condicionamiento clásico. El **condicionamiento evaluativo** tiene las siguientes características:



CAPÍTULO 5: ACTITUDES

- a) Es duradero y resistente a la extinción
 - b) Puede producirse incluso con una única asociación
 - c) No es necesario que la persona sea consciente de la asociación entre estímulos incondicionado y condicionado.
- Las actitudes hacia un objeto también se pueden aprender por refuerzo de la conducta (condicionamiento operante o instrumental). Si a un niño se le retira un castigo después de manifestar determinada actitud, se reforzará esa respuesta evaluativa.
 - Las respuestas evaluativas también pueden aprenderse mediante la observación de las consecuencias de las respuestas evaluativas de otros. (aprendizaje vicario)
 - En determinadas actitudes, como las que tienen que ver con la religión, los valores sociales, la política, etc, todas aquellas basadas más en creencias que en afectos, el papel de la socialización en su formación y cambio es más importante que el de la propia experiencia.

Ignorancia pluralista: Tendencia a creer erróneamente que conocemos lo que pasa por la mente de los demás y cuáles son sus actitudes. Como consecuencia muchas veces acabamos actuando en contra de nuestra actitud porque creemos que eso es lo que quiere la mayoría. Demostrar privadamente estar en contra del consumo exagerado de alcohol pero defenderlo públicamente ya que se piensa que el resto de los integrantes del grupo también lo defienden.

Influencia del contexto en la formación y cambio de actitudes

No siempre evaluamos de la misma manera el mismo objeto. Las actitudes dependen de la información accesible en cada momento, por lo que están sujetas a la influencia del contexto. En un momento concreto un amigo nos gustará más si pensamos en las veces que nos ha hecho algún favor en lugar de pensar en las veces que nos ha dejado plantados en una cita.

La accesibilidad de la información depende de sus cualidades, de su organización en la memoria, de la frecuencia de activación y de la "recencia" (lo que se ha activado más recientemente) de esa activación. Consecuentemente, las actitudes varían dependiendo de la información accesible temporalmente.

Hay varios factores que pueden afectar a la evaluación:

- a) Las metas que se desea conseguir: Se evaluarán más positivamente aquellos objetos de actitud que favorecen el logro de un objetivo que aquellas que impidan lograr ese objetivo.
- b) Estado de ánimo: Influye directamente en cómo evaluamos las cosas. Percibimos las cosas de manera más positiva cuando nos encontramos de buen humor, al contrario cuando estamos de mal humor.
- c) Estados fisiológicos y corporales: La expresión corporal y facial son manifestaciones de nuestro estado de ánimo. Esto también funciona en sentido inverso: Experimento en estudiantes a los que se pedía que sonriesen y luego se les enseñaba un comic para que lo evaluaran. Los resultados mostraron que las personas a las que se les había pedido que sonrieran encontraban el comic más divertido. (¿el pájaro canta porque es feliz o es feliz porque canta?)
- d) El estándar usado para la evaluación: Cualquier evaluación será más o menos positiva en función de con qué comparemos el objeto de actitud.



Las actitudes se basan más en información habitualmente accesible que en información temporalmente accesibles, ya que son más estables en diferentes situaciones y contextos.

5. INFLUENCIA ENTRE ACTITUDES Y CONDUCTAS

Influencia de las actitudes en la conducta

Existe una creencia generalizada de que las actitudes predicen el comportamiento. Sin embargo hay algunas condiciones en las que esto no ocurre así (Azjen y Fishbein, 1977):

- Que ambas (actitudes y comportamientos) se midan en diferentes niveles de generalidad. Medir una actitud general como puede ser la actitud al medio ambiente junto a comportamientos específicos como puede ser el reciclado de papel. Es posible que al encontrarse cada pregunta en niveles de generalidad distintos no sea posible encontrar una correlación. Es decir, una persona puede tener una actitud positiva hacia el medio ambiente pero no reciclar el papel. Si en cambio le preguntásemos qué piensa sobre el reciclado de papel por el ser humano (pregunta general) probablemente su respuesta si que correlacionaría con su actitud positiva hacia el medio ambiente ya que habríamos logrado enmarcarlas dentro del mismo nivel de generalidad.
- La conducta puede estar condicionada por factores situacionales, internos o externos a la persona, y no corresponderse con la actitud real de la persona. Por lo tanto se propone medir la "intención de conducta" en lugar de la "conducta real" de la persona.

La conclusión a la que se ha llegado después de décadas de investigación sobre la relación entre actitudes y conducta, es que cuando se tienen en cuenta una serie de condiciones que garanticen la correspondencia entre la medida de la actitud y la de la conducta, las actitudes sí predicen la conducta.

El modelo MODE

¿Cómo influyen las actitudes previas hacia un objeto en el procesamiento de la información relacionada con ese objeto?

Las actitudes pueden guiar el comportamiento hacia un objeto mediante dos tipos de procesamiento cognitivo:

- a) Procesamiento espontáneo, basado en la activación automática de una actitud relevante:** Se produce de forma automática y sin que la persona sea consciente de esa activación, con actitudes muy accesibles para la memoria. Cuanto más accesible sea la actitud, mayor va a ser la influencia que ejerza sobre percepciones posteriores y sobre las conductas basadas en esas percepciones.
- b) Procesamiento elaborado, en que se analiza detalladamente la información disponible:** En vez de guiarse por actitudes preexistentes, analiza cuidadosamente los atributos que caracterizan al objeto y tiene en cuenta los aspectos negativos y positivos de esas características. La "teoría de acción razonada" y la "teoría de acción planificada" ejemplifican este tipo de procesamiento. Los principales determinantes de este procesamiento son la Motivación y la Oportunidad (posibilidad de llevar a cabo el esfuerzo de analizar todos los atributos del objeto, lo que supone que la persona disponga de



tiempo, de recursos y de capacidad cognitiva). Aquí entendemos el nombre **MODE: Motivación y Oportunidad como DEterminantes** de las actitudes hacia procesos de conducta.

Si la motivación y la oportunidad son bajas, las actitudes previas guían la conducta en mayor medida que la información presente en la situación.

La teoría de la acción razonada

Se centra en la influencia de la actitud hacia un comportamiento específico.

Fue diseñada para explicar y predecir el comportamiento en contextos específicos y es aplicable a conductas deliberadas. Todos los comportamientos están bajo el control del sujeto y por lo tanto el principal determinante de la conducta va a ser que la persona tenga **intención** o no de realizar ese comportamiento. La intención va a depender de 2 factores:

1. **La actitud hacia la conducta** (factor personal): Se refiere al grado en que la persona evalúa favorablemente o no realizar esa conducta. Se trata de un modelo de “expectativa-valor” (expectativas relacionadas con la conducta y la valoración que cada persona hace de las consecuencias de realizarla).

$$\sum c_i v_i = A$$

C= Fuerza de cada creencia sobre las consecuencias de realizar la conducta. **Pienso en un grado 8 que la Psicología ayuda a las personas.**

V= Valoración de esas consecuencias. **Para mi ayudar a las personas lo valoro con un 9.**

A= Actitud hacia la conducta. Es la suma del producto de las n creencias por la evaluación que la persona hace de las consecuencias.

2. **La norma social subjetiva** (factor que refleja la influencia del contexto social sobre el individuo): Depende de dos factores:

- Las creencias sobre lo que piensan determinados individuos respecto de si la persona debe realizar o no la conducta.
- La motivación de la persona para acatar esa opinión.

$$\sum c_n m_i = NS$$

Nota: subjetiva, porque es la percepción que el individuo tiene de la opinión de otros.

c_n = Creencia normativa sobre un referente (**Mi padre tiene un interés 7 en que elija carrera**)

m = motivación de la persona para complacer al referente (**tengo motivación 8 de complacer a mi padre**)

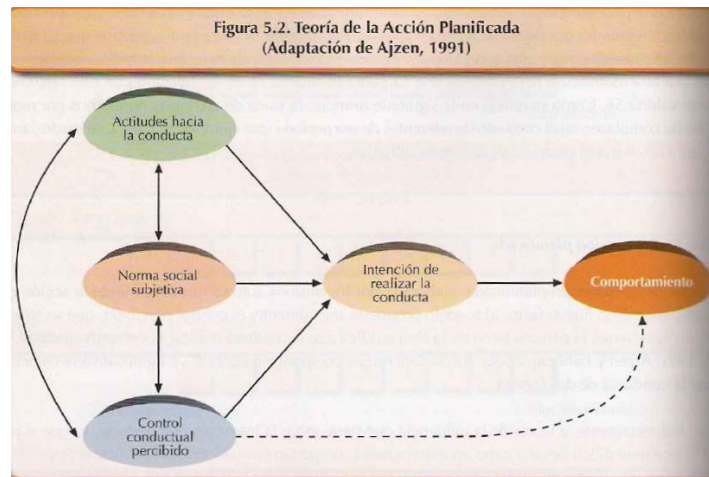
NS= Magnitud de la norma subjetiva (**7 x 8 = 56**). Es la suma del producto de las c_n del conjunto de referentes por la motivación para complacer a cada uno de ellos.

La teoría de la acción planificada

Añade el **control percibido** a la anterior teoría, que se refiere a la percepción que la persona tiene de lo fácil o difícil que le resultará realizar el comportamiento y contribuye a explicar la conducta de dos formas:

- Indirectamente: A través de la influencia que tiene sobre la intención de conducta.
- Directamente: Afecta a la posibilidad real de ejecutar la conducta.

Una vez que se han formado, las actitudes, la norma subjetiva, la percepción de control y la intención, pueden ser muy accesibles y rápidamente disponibles para la realización de la conducta. Los tres componentes están muy relacionados entre sí.



Influencia de la conducta en las actitudes: La teoría de la disonancia cognitiva

Objetivo de la teoría: Explicar el cambio de actitud que sigue a determinadas conductas, es decir, cómo la conducta puede cambiar las actitudes.

El deseo de coherencia es una de las principales motivaciones humanas. Esta teoría, junto con otras que surgieron en la década de los sesenta, giran en torno a la necesidad de mantener coherencia entre creencias, entre diferentes actitudes, y entre actitudes y conducta para así mantener el bienestar psicológico.

Teoría de la disonancia cognitiva

(Leon Festinger, 1957) – Las personas difícilmente reconocen su inconsistencia, sino que tratan de justificarla. El proceso, por lo tanto, no es la búsqueda de consistencia, sino la racionalización de las inconsistencias.

Postulados básicos de la teoría

La existencia de cogniciones que no son coherentes (consonantes) entre sí, produce en la persona un estado psicológico de incoherencia que es incómodo y que la persona se esforzará en paliar intentando hacer esas cogniciones más coherentes.

Sustituye los términos consistencia e inconsistencia por consonancia y disonancia.

Las dos hipótesis básicas de la teoría son:

- La disonancia es psicológicamente incómoda, por lo que las personas tratarán de reducirla para lograr consonancia.



CAPÍTULO 5: ACTITUDES

- Cuando la disonancia está presente, además de intentar reducirla, la persona evita activamente las situaciones e informaciones que pudieran aumentarla.

De acuerdo con la teoría, entre dos elementos de conocimiento que formen parte del sistema de las actitudes de una persona pueden existir 3 tipos de relaciones:

1. Que sean irrelevantes (que una cognición no tenga nada que ver con la otra).
2. Que sean consonantes (de una cognición se puede inferir la otra).
3. Que sean disonantes (las cogniciones son contradictorias o incoherentes entre sí).

Grado de disonancia

La disonancia cognitiva induce cambios psicológicos dirigidos a reducir el malestar que provoca. Su magnitud depende de dos factores:

- A) De la proporción de cogniciones disonantes en relación con las cogniciones consonantes
- B) De la importancia de cada una de esas cogniciones para la persona.

Hay 3 maneras de reducir la disonancia:

- 1ª Añadir nuevos elementos consonantes con la conducta realizada.
- 2ª Aumentar la importancia de los elementos consonantes.
- 3ª Quitar importancia a los elementos disonantes.

A continuación vamos a ver paradigmas que explican situaciones que pueden producir disonancia. En total son 4 paradigmas los que vamos a ver:

El paradigma de la libre elección: disonancia después de tomar una decisión

Una vez que se ha elegido una opción entre dos posibles, permanecen en nuestra mente los aspectos positivos de la opción descartada y los aspectos negativos de la opción elegida. Todas esas creencias, que aún persisten, son disonantes con la conducta realizada.

Después de una conducta de elección la magnitud de la disonancia aumenta dependiendo:

- De lo importante que sea la decisión.
- Del grado de similitud entre las alternativas posibles.
- Del atractivo de la alternativa rechazada.

Hay varias maneras de reducir esta disonancia:

- a) Restar importancia a la decisión tomada
- b) Considerar que el resultado final habría sido el mismo
- c) Cambiar el atractivo de ambas alternativas (aumentar la proporción de elementos consonantes con la decisión tomada):
 - c.1: Aumentando la importancia de los elementos consonantes con la elección y disminuyendo la importancia de los relativos a la opción rechazada.
 - c.2: No teniendo en cuenta algunos de los elementos negativos de la opción escogida o algunos de los elementos positivos de la opción rechazada.
 - c.3: Aumentando el número de elementos positivos de la opción escogida.



El paradigma de la complacencia inducida

Se produce cuando una persona se ve forzada a decir o hacer algo contrario a su actitud. Con frecuencia, la discrepancia entre las actitudes y la conducta se debe a algún tipo de coacción externa.

Experimento con 3 grupos realizando una tarea aburrida. Posteriormente los sujetos debían decirle a otras personas que la tarea había sido divertida y para ello les pagaban las siguientes cantidades:

- Grupo 1: 1 dólar
- Grupo 2: 20 dólares
- Grupo 3: Grupo de control

Posteriormente, el grupo que recibió 20 dólares por mentir manifestaron actitud negativa hacia la tarea; este grupo justifica su conducta debido al dinero recibido (no disonancia). Sin embargo, el grupo que había recibido 1 dólar por mentir cambió su actitud hacia la tarea y ya no pensaba que era tan aburrida. De esta manera se autojustificaban al haber recibido una cantidad tan pequeña por mentir evitando la disonancia.

Cuando en vez de recompensas se imparten castigos después de realizar una conducta, también funciona un mecanismo de racionalización, de forma que, cuanto mayor sea el castigo que sigue a una conducta, menor será el cambio de actitud. La explicación es que si se cambia la conducta porque existe la amenaza de castigo, la nueva conducta se puede justificar por dicha amenaza (pero la actitud sigue siendo la misma)

El paradigma de la desconfirmación de creencias

Cuando una persona recibe información que es incompatible con sus creencias, esa nueva información puede generar nuevas cogniciones que sean incongruentes con las ya existentes, y esto produciría disonancia.

Esa disonancia se puede reducir por varias vías, una de las cuales sería cambiar las creencias previas.

Pero, si esas creencias son importantes, es común que esa información se malinterprete, o que se rechace y se busque nueva información que reafirme las anteriores creencias. Esta disonancia lleva con frecuencia a buscar información sesgada con el objeto de aumentar los elementos consonantes y evitar los disonantes.

El paradigma de la justificación del esfuerzo

Siempre que se emprende cualquier actividad que supone un esfuerzo desagradable, aunque se para lograr algo deseado, se produce disonancia. Creer que una actividad no es agradable es disonante con emprender dicha actividad. Lo que más esfuerzo cuesta es lo que más se valora, por lo tanto, aumentar el esfuerzo puede ser una buena táctica para aumentar la valoración de una meta concreta.



Reformulaciones de la teoría

Teoría de la autopercepción (Bem, 1967): Reinterpreta los resultados de los experimentos con el paradigma de la complacencia inducida aduciendo que no se produce disonancia, sino que las personas infieren sus actitudes a partir de su conducta. Las personas se atribuyen a sí mismas actitudes coherentes con su propia conducta, a no ser que tengan una explicación externa para ella. (Luego se demostró que esto no es así, sino como plantea la teoría de la disonancia)

Aquí vamos a ver las aportaciones que más contribuido al desarrollo de la teoría de la disonancia:

Corriente new look de la disonancia: Lo novedoso de esta teoría fue que aportó dos conclusiones que deberían cumplirse para que se experimentara disonancia:

- Que la persona crea que su conducta ha originado consecuencias negativas
- Que la persona crea que es responsable de su conducta

Teoría de la consistencia del yo: (Ha abordado la relación que existe entre el autoconcepto y la disonancia cognitiva). Se produce disonancia cuando la persona realiza un comportamiento que no es coherente con la imagen que tiene de sí misma. Cuando percibimos que actuamos de manera hipócrita experimentamos disonancia.

Cuadro 5.4 Disonancia cognitiva a través de las culturas

La disonancia existe porque la cultura define lo que es consonante y lo que no lo es. Los asiáticos orientales muestran menos incomodidad cuando sus cogniciones entran en conflicto con las acciones que han llevado a cabo.

Los japoneses poseen un autoconcepto interdependiente, es decir, en él desempeñan un papel fundamental sus relaciones con el grupo. Por lo tanto no sienten su propia imagen tan amenazada por la disonancia al tomar una decisión personal que sólo les afecta a ellos, como les puede suceder a los norteamericanos que son más independientes.

El hecho de que las personas nos sintamos incómodas cuando mantenemos simultáneamente creencias contradictorias forma parte de la naturaleza humana (**sea cual sea la cultura**). Por lo tanto, es la cultura lo que determina qué situaciones activarán disonancia y cuáles no.

¿Qué ventajas le puede aportar al ser humano experimentar disonancia?

El modelo de la disonancia cognitiva basado en la acción explica la disonancia como un aviso de que existe una interferencia entre el pensamiento y la acción y que por lo tanto no somos capaces de controlar nuestra conducta dirigida a una determinada meta. **Por todo ello decimos que la disonancia tiene un carácter adaptativo.**

Cuadro 5.5 Mujeres maltratadas por sus parejas: el cambio hacia la sumisión

Las razones que explican que la mujer no busque ayuda pueden ser afectivas (dependencia emocional de la pareja), económicas o sociales. Sin embargo la mayor parte de las veces son razones psicológicas.

Una vez que se ha tomado la decisión de compartir la vida con una persona, se aumentará la importancia de las creencias que sustentan la relación y se minimizará cualquier temor a que fracase. Poco a poco la víctima se ve envuelta en una dinámica a través de la cual minimiza su problema sin que tome consciencia de la gravedad del mismo. Cuando se desencadena la violencia la mujer se culpa por no haberlo evitado.