

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

**DEPARTAMENTO DE PERSONALIDAD, EVALUACIÓN Y TRATAMIENTOS
PSICOLÓGICOS**

TESIS DOCTORAL

**DINÁMICA DE LA PERSONALIDAD EN ADOLESCENTES
FRENTE A LOS MENSAJES SUBLIMINALES DE CONTENIDO
SEXUAL**

Autor: EDGAR ALFONSO ACUÑA BERMÚDEZ

Ante todo gracias a Mi Dios, La Virgen y Los Santos

A mis hijos por su dedicación y compromiso que incondicionalmente me han significado valiosos en ésta ardua tarea, con su motivación y comprensión, respeto, cariño mutuo; de papá a Andreita, Mario Fernando y Edgar Alfonso.

A una linda mujer que me inspira por sus encantos, que doy gracias a mi Dios por haberla conocido y puesto en mí camino, tan bella, amorosa, sensual, valiosa en tan vital momento: Silvia, con profundo y sincero amor.

A mi tutor Doctor Francisco Javier de Santiago Herreros, baluarte y guía en todo este proceso arduo de investigación que finalmente se ve culminada.

A Directivos y personas cercanas de la Universidad de Salamanca- España.

A mis colegas en Colombia, Directivos de la Universidad de San Buenaventura en Cartagena y Franciscanos que confiaron en mí.

A mi madre que me dio la vida y me formó con dedicación y cariño inigualable.

A mi padre que me formó y me orientó positivamente con sencillez y motivación.

A mis familiares que son ejemplo de vida sana y productiva.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	01
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	03
1.1. Preguntas Orientadoras	04
2. JUSTIFICACION	05
3. OBJETIVOS	06
3.1 Objetivo General	06
3.2 Objetivos Específicos	06
4. MARCO REFERENCIAL	07
4.1 Investigaciones previas	07
4.2 Fundamentos conceptuales	10
5. METODO DE INVESTIGACION	83
5.1 Tipo de Investigación	83
5.2 Técnicas de Recolección de Información	84
5.3 Población y Muestra	84
5.4 Categorías	86
5.5 Análisis e Interpretación de la Información	88
6. RESULTADOS	89
7. DISCUSION Y ANALISIS DE RESULTADOS	105
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
9. REFERENCIAS	126
10. ANEXOS	146

INTRODUCCIÓN

La persona está siendo cotidianamente influenciada por los medios masivos de comunicación; problemática que cada vez más, está siendo abordada desde diferentes ópticas en la academia. En este estudio de investigación, se enlazó el análisis detenido de las características psíquicas de la persona tanto las relacionadas con su personalidad como con la percepción de personas adolescentes desde la relación con el inconsciente frente a la exposición de su yo a las demandas externas de la sociedad de consumo subyacentes en los mensajes subliminales de contenido sexual visuales.

Resulta pertinente describir a profundidad la influencia de los mensajes subliminales de contenido erótico que a diario tienen acción sobre la persona, ejerciendo influencia en su forma de ser y de pensar, lo cual compromete a la colectividad; ello a partir de la relación inconsciente -preconsciente-conciencia con la dinámica de los impulsos. El estudio del adolescente con su respectiva percepción y proyección al ser expuesta a los mensajes subliminales, permite interpretar la vivencia de cada uno en la cotidianidad dentro del contexto y el momento histórico social en donde se encuentra inmerso. Se extiende esta investigación clínica a diversas disciplinas, siendo de impacto por su connotación e influencia en el desarrollo psíquico y de la personalidad en los jóvenes de uno y otro sexo en la actualidad.

La disciplina del trabajo se enfoca al área clínica, en cuanto analiza e interpreta la influencia cotidiana de lo subliminal, que incide en la manifestación de sentimientos y comportamientos con una motivación interna conduciendo a la persona a actuar expresando sus impulsos

sexuales y agresivos adaptativa o desadaptativamente, partiendo de una realidad externa. Se destaca que la repercusión de los medios de comunicación en la juventud y otras edades reviste interés dada en la influencia especialmente en la dinámica intrapsíquica que conduce a aflorar sentimientos e impulsos eróticos y agresivos con relación a su contenido sexual implícito en propagandas, películas u otra serie de medios auditivos y visuales. Entre los estudios realizados, existe información dirigida a ésta edad con sus características de proyección e intervención que no han sido profundizadas.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la cotidianidad, la influencia de los medios masivos de comunicación social repercute en las acciones y expresión de emociones. Dichos mensajes se escapan de la percepción consciente y aunque no se pueden percibir sonidos o imágenes que están fuera del nivel normal, el preconscious capta tales mensajes sin ninguna barrera consciente. Los mensajes subliminales de contenido sexual incluyen, con frecuencia, órganos sexuales y circunstancias prohibidas como la infidelidad y la promiscuidad; sin embargo, resulta fácil entender también, en algunos casos, la utilización de estímulos subliminales de carácter sexual en los anuncios, pese a su prohibición de forma no subliminal se pueden emplear. Por tal razón, la estimulación inconsciente de los impulsos produce un aumento en sus expresiones.

1.1. Preguntas Orientadoras

Con respecto a lo anteriormente expuesto, tal como es de esperarse en una investigación de corte prioritariamente cualitativo, se presentaron las siguientes:

- ¿Cómo percibe un estímulo subliminal de contenido sexual un adolescente?
- ¿Cuál es la diferencia en la percepción subliminal visual de las mujeres y de los hombres adolescentes?
- ¿Cómo se expresa la pulsión frente a los estímulos subliminales visuales en cada adolescente?
- ¿Qué sensaciones experimenta cada adolescente frente a dichos estímulos?
- ¿Influye la estructuración psíquica de cada adolescente en la recepción y asimilación de estímulos subliminales visuales de contenido sexual?
- ¿Qué consecuencias personales trae a cada adolescente?
- ¿Qué consecuencias sociales y familiares conlleva en cada adolescente?
- ¿Cómo repercuten en su vida de pareja?
- ¿Cómo se extienden a la compra de un producto o a su consumo?

En la etapa de la adolescencia, los medios masivos de comunicación social, a través de diversas formas, utilizan los mensajes subliminales tanto visuales como auditivos para influir directamente en la sexualidad en particular del joven de uno y otro sexo. A partir de allí, surge el siguiente interrogante: ¿Cómo influyen los mensajes subliminales visuales de contenido sexual en la persona y su respectiva manifestación de los impulsos de los adolescentes?

2. JUSTIFICACION

Los motivos para la escogencia de esta investigación se fundamentan en la interpretación de la dinámica psíquica de la persona de cada adolescente, en cuanto a la influencia emocional de los mensajes subliminales sexuales partiendo de su estructuración personal, desde la infancia, y sus experiencias actuales en su interacción con otras personas frente a la expresión de sus impulsos.

La investigación se hace viable puesto que se cuenta con recurso humano, como son los estudiantes de primer semestre de las facultades de Psicología, Fisioterapia y Bacteriología de la Universidad de San Buenaventura de Cartagena, de uno y otro sexo; además, se emplearon elementos técnicos como la prueba diagnóstica: Test de Rorschach en el sistema comprensivo de Exner, ayudas audiovisuales, entrevistas, con preparación para su aplicación e interpretación integrada.

La utilidad de la investigación se representa por la inducción a la toma de conciencia del adolescente, posterior a la obtención y análisis de resultados para que de esta forma sean capaces de tomar decisiones libres de influencias externas.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Comprender el alcance de los mensajes subliminales de carácter sexual difundidos por los medios masivos de comunicación, que influyen en la estructura inconsciente del adolescente induciéndolo a realizar acciones motivados por el contenido de éstos, a través de la evaluación y el diagnóstico clínico proyectivo que permita interpretar la dinámica de la personalidad con la expresión de los impulsos.

3. 2. Objetivos Específicos

- Describir la influencia emocional de los mensajes subliminales visuales de contenido sexual en la expresión de los impulsos de los adolescentes de uno y otro sexo.
- Analizar la influencia que tienen estos mensajes en la dinámica de la estructura de personalidad.
- Determinar los principales mecanismos intrapsíquicos de defensa del yo inconsciente que se presentan en los adolescentes frente a ésta clase de mensajes.
- Estudiar la Influencia personal y la motivación para la proyección hacia el entorno social de sus impulsos sexuales.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. Investigaciones previas

A continuación se describe la síntesis de trabajos de investigación sobre los procesos de comunicación publicitaria, inicialmente la aplicación del modelo planteado por Laswell, H (2005) en el diseño del plan publicitario de la multinacional Pepsico™; posteriormente se reconocerá el modelo lineal de la comunicación en las estrategias empleadas por la Fundación FEICO-BOL, organización encargada de la realización de la XVII Feria Internacional de Cochabamba, Bolivia; y finalmente, una analogía de la psicología freudiana con el modelo de contingencias en la comunicación de masas.

El modelo de comunicación de Laswell (2005) planteado en Pepsi®:

- a. Quién: El emisor es reconocido como el Holding Pepsico®, empresa multinacional cuya presencia se extiende a los cinco continentes y es la principal competidora a nivel mundial de Coca-Cola®.

- b. Dice qué: Pepsi® ideó muchos mensajes cuyo contenido fue diferente en cada uno de ellos, pero que mantenían una frase o un eslogan. En los años setenta y ochenta, el mensaje difundido por esta empresa trataba de señalar a la audiencia, una nueva opción alternativa a la tradicional Coca-Cola®, remarcando diferencias generacionales. El mensaje que acompañaba a todo aviso publicitario como eslogan, en ese tiempo, fue: "Pepsi®, el sabor de la nueva generación".

Es preciso señalar que el estudio generacional enmarcado especialmente en el público norteamericano: indica que la población consumidora nacida entre mediados de los 70 e inicios de los 80, pertenecen a la "generación X"; quienes nacieron a mediados de los años e inicios de los años 90, fueron denominados "generación N" y quienes nacieron a mediados de los 90 hasta el presente son considerados como la "generación Digital". Todas estas generaciones fueron descritas como consumidores cuya personalidad busca diferenciarse de las anteriores al ser descrita como exigente, ecologista y ambiciosa.

Con base a éste estudio, Pepsi® diseñó nuevos eslóganes. En los años noventa Pepsi®, continuó con un enfoque generacional con una nueva frase: "Pepsi® - la próXima generación" (neXt generation). El siguiente año, una nueva frase acompaña a los comerciales de Pepsi® "Pide más", que como podemos reconocer, responden a la actitud ambiciosa y de diferenciación de las referidas generaciones.

c. Por cuál canal: Los medios utilizados por la empresa son las emisoras radiales, las vallas publicitarias en calles y avenidas, la prensa escrita y la red Internet, pero los medios más utilizados son los canales de televisión. En tales anuncios, se empleaba a personajes atrayentes para los consumidores jóvenes como actores de cine y cantantes musicales; en los años 80 se destacaron Michael Jackson, Michael J. Fox y Chayanne; en los años 90, Ricky Martin, Gloria Stefan, New Kids on the Block y Shakira, además también los protagonistas de los anuncios publicitarios televisivos comenzaban a ser deportistas como el basketbolista Shaquille O'neall. Para la presente década, los anuncios publicitarios tienen como protagonistas a deportistas conocidos, los futbolistas de mundiales: el brasileño Roberto Carlos, el inglés David Beckham, el italiano Alessandro del Piero, el paraguayo Chilavert. En mercados de las naciones latinoamericanas, los deportistas son personajes originarios de tales países.

d. A quién: Pepsi[®] se dirige a los consumidores jóvenes. En su mensaje "next generation" la audiencia meta eran los jóvenes que nacieron en la generación X. En sus nuevos anuncios publicitarios no se dirige específicamente a una sola generación de consumidores sino que trata de llegar a toda la audiencia juvenil, adolescente e incluso infantil con su mensaje: "Pide más".

e. Con qué efecto: El impacto producido en tales audiencias es completamente variado. Si se toma como criterio de evaluación el comportamiento de compra de los consumidores según el nivel de ventas, en muchos países Pepsi[®] adelantó muchísimo transformándose incluso en líder en ventas; sin embargo, Pepsi[®] aún no consigue el liderazgo en ventas respecto a su tradicional competidora Coca-Cola[®], ante todo ambas empresas se han distanciado radicalmente de sus restantes competidores.

En la comunicación publicitaria, generalmente, intervienen y se relacionan los siguientes elementos:

1. Los ruidos, representan a todo aquello que impide, distrae lo que el emisor quiere que el receptor comprenda. Los ruidos juegan un papel preponderante en la comunicación publicitaria por la frecuencia de su presencia. Como consecuencia de todos los ruidos que sufre el mensaje, desde de su emisión hasta su recepción, ocurre frecuentemente que la información a transmitir es distinta a la información transmitida y ésta a su vez es distinta a la información comprendida por el receptor. La psicología freudiana en el modelo de contingencia, en la comunicación de masas, muestra la analogía que guarda con la publicidad y en qué circunstancias afecta al inconsciente del individuo.

En el modelo de contingencia en la comunicación, nos encontramos con la comunicación publicitaria, modelo que está compuesto por cuatro

elementos: Emisor, el mensaje, el canal y la audiencia, en este modelo no se puede encontrar mucha diferencia de los primeros modelos de comunicación.

Galeano (2004) en este modelo afirma:

Lo que se analizará como un factor importante es el contenido del mensaje, ya que éste es parte de la "publicidad", y es aquí donde guarda cierta relación con los individuos y es aquí donde los mass media (medios masivos) juegan un papel importante para que se dé una buena publicidad una vez estructurada la publicidad se encuentra que atrás de estos hay un emisor y un receptor que de alguna manera es afectado por el mensaje de la publicidad. En la empresa de pinturas Monopol se aprecia un sin número de efectos, formas, fondos etc. que acompañan a lo que es su publicidad, por ejemplo en la televisión se da a conocer a una simpática señorita que disfruta de bellos colores y que a su vez pinta un mural, con esta publicidad el receptor, puede interpretar de acuerdo a su grado de conocimiento, pero también se puede ver su inconsciente por tales aspectos ya que gran parte del comportamiento humano está gobernado por motivos y deseos inconscientes (p.28).

4.2. Fundamentos conceptuales

Es imprescindible aclarar el concepto de la comunicación; según el esquema clásico que la describe, es el proceso mediante el cual alguien (un emisor) emite un mensaje y lo envía a través de un medio o canal (visual, auditivo, etc.), a alguien distinto (el receptor). Este último si recibe efectivamente el mensaje, lo interpreta y reacciona a él de alguna manera, completándose así el proceso de la comunicación.

De acuerdo con ese esquema, para que la publicidad realmente logre

su cometido, se requiere que existan básicamente dos actores: el emisor y el receptor. Pero también es requisito indispensable que el receptor para reaccionar al mensaje, primero lo "reciba", lo que implica dos condiciones: que el receptor tenga la "capacidad sensorial" para recibirlo, lo cual, no es otra cosa que la capacidad física del individuo para captar estímulos sensoriales provenientes de su entorno; y que el mensaje tenga las características mínimas (potencia, energía, magnitud, longitud, volumen, cuantía, etc.) que un ser humano requiere para captarlo a través de sus sentidos (vista, oído, olfato, gusto o tacto). La combinación de ambas condiciones es lo que determina si un estímulo puede ser captado por el sujeto o no. La intensidad mínima de un estímulo que un sujeto es capaz de captar se conoce con el nombre de umbral o "limen". Si un estímulo es lo suficientemente intenso como para que un individuo sea físicamente capaz de captarlo, no necesariamente lo hará, pues adicionalmente es necesario que le preste "atención". Es decir, si un mensaje es emitido y enviado por un canal de comunicación no será recibido si el destinatario no está atento. Una vez "recibido" el mensaje tiene que ser interpretado por el receptor. En efecto, la interpretación del mensaje está sujeta a la subjetividad de su receptor; por tanto, para que la publicidad logre su objetivo, se requiere en primer lugar que se complete el proceso de la comunicación publicitaria, y en segundo lugar, que la interpretación por parte del receptor corresponda a la intención implícita en el mensaje. Solo así el individuo reaccionará en consonancia con éste, lo cual no es nada fácil.

Los mensajes subliminales y su contenido sexual permite realizar una significativa aproximación al concepto de lo subliminal y se debe aclarar su etimología, ya que se le llama así a aquellos estímulos que se encuentran por debajo del umbral, o límite (sub= bajo, limen= umbral).

De acuerdo con lo anterior, si un estímulo no alcanza el limen, no puede ser captado por los sentidos, no puede ser percibido, no puede ser

interpretado y, por lo tanto, no puede provocar ninguna clase de reacción en el receptor del mensaje.

Si esto es cierto, entonces lo subliminal no puede ser realidad. En sentido estricto, hablar de subliminal sería hablar de no-perceptible. Quienes definen lo subliminal como una realidad, no se refieren a esa modalidad en sentido estricto; sin embargo, existen dos clases de umbral, para merecer el calificativo de subliminal, debe incluir dos tipos de estímulos: los perceptibles a nivel del limen utilitario y los perceptibles sólo a nivel del limen sensorial. Como si fuera "fondo y figura", lo cual implica un serio trabajo científico. Los defensores de lo subliminal aseguran que ese "fondo", constituido por estímulos subliminales, llega directamente al fondo de la conciencia, el preconscious, y suponen que por esa misma razón es capaz de motivar al individuo un nivel preconscious, de lo que dicen es infalible.

Aquel que ve el mensaje subliminal, o percibe como la palabra lo indica, a nivel subliminal, ignorando completamente que sin ser consciente en modo alguno de ello, está siendo hipnotizado, al no estar en estado de alerta o a la defensiva su conciencia y su voluntad, el mensaje se dirige directamente a su inconsciente que, efectúa una serie de asociaciones simbólicas, lo decodifica e interpreta modificando en función de éste el comportamiento del individuo.

En la hipnosis, el terapeuta por ejemplo, puede hacer que la persona hable con detalle de sucesos de un pasado muy lejano e inclusive que describa colores y olores que de manera consciente había olvidado; todo mensaje que es transmitido en un inferior a la percepción consistente es considerado subliminal, sea éste auditivo o visual, aunque no se puedan percibir sonidos o imágenes que están fuera del nivel normal, el preconscious capta tales mensajes sin ninguna barrera consciente, como

en la hipnosis. La conciencia está integrada por procesos mentales cuya presencia se advierte, es capaz de analizar, criticar, modificar, aceptar o rechazar las propuestas que recibe desde afuera. El preconscious incluye sentimientos y deseos fuera del campo de la percepción consciente, es un banco de memoria.

Freud (1928) afirmaba:

Que lo que fue consciente en un momento dado, deja de serlo en el inmediatamente posterior, pero que con un leve esfuerzo de la conciencia puede hacerse nuevamente consciente. El preconscious incluye esa biblioteca de recuerdos y solo interpolando elementos intermedios- preconsciouses se puede llegar al inconsciente con el cual guarda estrecha relación, por lo que también los mensajes subliminales generan el despertar de los impulsos eróticos y agresivos. (Tomo I p. 2058).

Se puede hablar de otra publicidad que apela al consciente por medio del gusto sexual: mujeres semi-desnudas ofreciendo con sensualidad una bebida alcohólica, jóvenes que se besan con pasión luego de haberse lavado la boca con crema dental Close up[®], mujeres que alcanzan una experiencia orgásmica mientras se lavan el pelo con Herbal Essence Shampoo[®], etc.; pueden incluir mensajes subliminales no conscientes en las nubes, líquidos, botellas o vasos, brillos sobre la superficie del agua, buenos lugares para esconder palabras o símbolos que actúen sobre el preconscious atribuyendo cualidades sexuales.

Los mensajes subliminales de contenido sexual acostumbran incluir con frecuencia órganos sexuales y circunstancias prohibidas como la infidelidad y la promiscuidad.

Los estímulos más usuales consisten en palabras o dibujos que aluden a asuntos sexuales o de muerte, escondidos en el anuncio, ejemplos variados en los mensajes subliminales de contenido sexual son:

a. Cigarrillos Camel[®]: "Joe" un camello con rasgos humanos fumando feliz, una mujer a su izquierda y un submarino emergiendo detrás se encuentra: la cara del camello, en donde su nariz y boca recuerdan los genitales masculinos: pene y testículos. También está el símbolo de la penetración (pene – vagina). El cigarrillo y la forma que tiene la boca por la que penetra. La mujer y el lugar en donde tiene la mano. El submarino emergiendo del mar fortalece su significado fálico. (ver anexo)

b. Cigarrillos Kent[®]: 3 jóvenes comparten un ascensor de esquíes, 2 están fumando, para la mayoría de la gente el mensaje sería: "la gente joven, activa e influyente fuma Kent; si quieres ser uno de ellos fuma Kent", sin embargo, el mensaje es más profundo: el centro de atención de la mujer en el joven de la derecha, su compañero, es el joven de la izquierda quien tiene su brazo alrededor de ella, este último tiene principios de calvicie y sus esquíes apuntan hacia abajo como indicativo de impotencia, este es un muchacho perdedor. La mujer tiene el pelo negro que indica plena juventud y disponibilidad por su vestimenta. La pareja lo está mirando como si estuviera diciéndoles algo muy importante e interesante. El se ve confiado como lo indica la mano izquierda levantada, allí sostiene un cigarrillo Kent; su ski derecho apunta hacia arriba y hacia la chica, lo que es signo de virilidad y potencia sexual. El interés de ella es notable. El mensaje subliminal podría ser interpretado como: "Los jóvenes viriles, activos, potentes e irresistibles para las mujeres, fuman Kent". (Ver anexo)

c. En la portada del video "la sirenita" la pornografía infantil se expresa en la forma de un "pene erecto" en la torre. En la escena del matrimonio, Ariel queda excitada. Existen varios mensajes subliminales. (Ver anexo)

El nivel consciente está integrado por procesos mentales cuya presencia advertimos. El preconscious está constituido por un conjunto dinámico de deseos, sentimientos e impulsos fuera del campo consciente, almacenando la mayor parte de la información que percibimos. La publicidad subliminal busca llegar a ese preconscious para programarlo a través de estímulos que apelan al sexo y a la muerte por el impacto emocional que estos provocan. La capacidad de pensar inadvertida la información es el éxito fundamental del mensaje subliminal.

La publicidad ha estudiado la relación entre impulso sexual y consumo, lo que le ha conducido a asociar gratificación sexual y producto que se quiere vender para así incrementar su éxito. Los mensajes son presentados para que sean captados por el preconscious del espectador sin que éste sea consciente de la situación, de manera que influyan en sus actitudes, elecciones o acciones. Sin embargo, los mensajes subliminales no determinan el comportamiento del consumidor, pero lo pueden influenciar.

La persuasión subliminal, se supone que opera a nivel inconsciente, motivando la conducta del receptor hacia objetivos predeterminados por el emisor. El sistema persuasivo de tipo semiótico exige que el receptor extraiga un segundo significado de tipo connotativo. La intencionalidad del uso de la publicidad subliminal se orienta a influir en lo referente al consumo de bienes y servicios.

Entre quienes hacen investigaciones respecto al impacto de la publicidad subliminal se encuentra Key. W (1.998) quien pide a los sujetos o colaboradores encontrar segundas connotaciones en los anuncios, siendo esto un error de origen ya que no son éstas las condiciones en las que opera normalmente un anuncio. Para que se pueda atribuir a un anuncio su capacidad persuasiva de tipo subliminal, el mensaje debe ser recibido de la misma forma en que lo perciben todas las personas del público, de acuerdo

a estudios realizados quien da sentido a la figura es el mismo receptor, pues la figura es tan ambigua que permite un amplio margen de participación del receptor. Parece que los adolescentes en general encuentran más rápidamente estos significados de penes, vaginas o personas copulando, porque son más receptivos a los estímulos sexuales por su misma predisposición anímica a la reafirmación de su identidad sexual.

La versión publicitaria subliminal más popular es llamada "simbólica", pero existe otra fundamentada en la explotación de las limitantes fisiológicas de nuestros sentidos. Ésta es la publicidad subliminal llamada de "inducción mecánica". El aparato más utilizado comúnmente para ello es el taquistoscopio, el cual dispara imágenes a una velocidad que supera tres veces la velocidad de disparo de un obturador típico de una cámara fotográfica, lo que se adelanta a los procesos de racionalización y fija el mensaje de modo inconsciente. En la actualidad no es utilizado ya que representa un proceso de manipulación del público, pues el individuo no percibe que es agredido con el influjo de información ante la cual no puede resistirse. Los mensajes subliminales se caracterizan por poseer un contenido que expresa lo que quiere transmitir el emisor, de modo que sea aceptado por todos los espectadores que lo percibirían inconscientemente. Es así como se dice, que la persuasión subliminal es un modelo comunicacional de contenidos inducidos inconscientemente en el que el receptor se encuentra indefenso, ya que no puede resistirse a ser impactado.

"los mensajes subliminales han sido objeto de estudio desde 1894, cuando el médico demostró la existencia de la comunicación subliminal, aportando así los postulados básicos de las investigaciones actuales" (Dunham, 1998, p.36)

Algunos de los medios utilizados para la emisión de estos mensajes son la televisión, cine, radio, entre otros. Basándose en la "persistencia retiniana" los publicistas intercalan entre escenas de video, el mensaje subliminal, el cual esquivo las barreras de la selección consciente, quedando anulada la voluntad.

En la técnica de audio se unen las letras utilizadas con figuras, formas imperceptibles y fondos que al observarse detenidamente revelan siluetas eróticas, palabras lujuriosas y otros símbolos sexuales.

Poetzle (2001) en su investigación Estudió la percepción subliminal en los sueños señala:

Que al hablar de mensajes Subliminales, se hace referencia a un mensaje que está adjunto a otro, de manera tan difusa y rápida, que se escapa de nuestro nivel de percepción consciente, pero es captado por nuestro preconscious. (p.131)

Muchos teóricos, y entre ellos los teóricos de Poetzle, han postulado que lo subliminal actúa como una bomba de tiempo, pero de acuerdo al tipo de persona será la reacción.

Dentro de las técnicas subliminales se encuentran:

a. Enmascaramiento: El efecto subliminal se consigue presentando dos estímulos, de tal manera que el segundo impida que se tenga conciencia del primero. Se puede proceder de dos formas:

Se presentan dos estímulos a la vez, pero variando la intensidad de su naturaleza, con ello queda enmascarado u oculto el primer estímulo y recibimos conscientemente el segundo. Este procedimiento es llamado "metacontraste".

Se presentan dos estímulos de la misma intensidad y naturaleza, pero variando el tiempo de exposición de uno en relación a otro. El primero es de escasa duración; inmediatamente se presenta el segundo con una duración idónea para ser percibido por la conciencia, este será el que recibamos.

b. Emborronamiento: Consiste en camuflar el mensaje subliminal elegido en el lugar deseado, ya sea en la página de una revista, en un cuadro, en un grabado de una escena cinematográfica. Se consigue difuminando el estímulo hasta conseguir que forme parte del fondo.

c. Estrategias anamórficas: Consiste en distorsionar un dibujo o figura, de tal modo, que si la miramos de frente sólo veremos una imagen distorsionada, algo sin sentido, pero si se va modificando poco a poco el ángulo desde el cual lo observamos hasta llegar a encontrar el punto donde el autor se situó para pintarlo o fotografiarlo, veremos la imagen real.

d. Estrategias de defensa perceptiva: Se emplea cuando queremos deslizar mensajes que normalmente repugnarían a nuestro sentido de la moral. La táctica consiste en mezclarlo con los demás, de tal modo que, aunque se perciba claramente, como no esperamos recibir un mensaje semejante en ese contexto inofensivo, nuestra visión consigue ignorarlo y no llega a percibirlo. De esta forma logra defendernos de él.

e. Frecuencias auditivas límites: Esta técnica se consigue o se utiliza en la modalidad auditiva, consiste en grabar de forma superpuesta sobre una música, otra en frecuencia que está al límite de nuestra capacidad auditiva, ya sea en infrasonidos o en ultrasonidos. De este modo, la persona sólo recibe a nivel consciente la música grabada dentro de las bandas de audición normal, actuando la grabada a frecuencia límite como subliminal, un ejemplo de esto es el conocido "silbato silencioso para perros". Los demás no escuchamos nada, únicamente el silbato emite el sonido en

ultrafrecuencias, no audibles a la banda consciente de audición humana pero si dentro de las que escucha el perro.

Resulta importante destacar que el lenguaje del inconsciente son los Símbolos y Arquetipos, signos que sirvieron al hombre para comunicarse desde la época de las pinturas rupestres. El famoso psicólogo Carl Gustav Jung distinguió los símbolos de los signos conscientemente inventados en la vida cotidiana, tales como términos, nombres o incluso imágenes que hallamos a diario, pero que también poseen connotaciones específicas sin perder su significado obvio y convencional. Por ello, implican algo vago, oculto y desconocido para nosotros.

El símbolo se genera en el inconsciente, pero que no podemos verbalizar en palabras. Se convierte en un constante desafío a nuestras emociones y sentimientos. Jung, C (1966) en su obra Formaciones del Inconsciente definió otro concepto que es importante: los arquetipos. Estos son modelos profundos, dominantes en la mente humana que continúan siendo potentes y permanentes aún después del paso de los siglos. Se encuentran en el inconsciente colectivo percibiéndose en los sueños, fantasías, etc., del mismo modo que los símbolos. Aprovechándose de que el hombre tiene una gran necesidad emocional, los publicistas procuran utilizarlo para tomar posesión de nuestra intimidad. Los símbolos y arquetipos, como propuso Jung, tienen carácter universal, tampoco olvidemos que tienen un significado individual en contextos específicos, pero los publicistas se encargan de aplicar el simbolismo más adecuado, aquel que muestre significados muy similares para el mayor número de las personas que integran el mercado o mercados que son su objetivo. Existen símbolos transculturales; es decir, símbolos compartidos por todas las culturas y estos se agrupan en dos grandes etapas: de una parte, el origen de la vida, la procreación, el amor y el sexo; por otra, el gran tema tabú, la muerte y todas sus implicaciones en relación con la violencia y la agresión.

Los símbolos para el primer gran tema son:

Para el simbolismo fálico: objetos alargados como serpientes, lápices, puros, automóviles, cañones, plumas, flechas, etc.

Para el simbolismo vaginal: objetos redondos u ovalados, como la cara temprana rodeada de cabello, naranjas, cerezas, bolas, ojos, labios, etc.

Para el simbolismo que representa el acto sexual: encuentro entre un objeto alargado con uno redondo u ovalado, o bien instrumentos que sugieran dominio como palos de hockey, discos de goma etc.

Para el segundo grupo, encontramos carros, jinetes del Apocalipsis, escenas bélicas, acciones policíacas, acontecimientos que inspiren sentimientos de miedo, culpabilidad religiosa y competiciones de todo tipo.

El primer objetivo de la vida es la reproducción y preservación de la misma. Vivir y sobrevivir está grabado en lo más profundo de los genes de todos los seres, desde la antigüedad se han hecho gráficos relativos al erotismo. Sigmund Freud y otros, a comienzos de 1900 comienzan a explorar el inconsciente y la relación de éste, con los símbolos que rodean al hombre, encontrando una clara relación entre los símbolos y la sexualidad. El hombre busca satisfacer necesidades básicas como el hambre, la sed, el sexo, etc.

Después de la segunda guerra mundial nace la "psicología aplicada", que es la aplicación de la ciencia del comportamiento a las actividades comunes, llega a las agencias de publicidad y se empieza a manipular a los consumidores, utilizando toda clase de mensajes, que no son visibles a simple vista, pero que son percibidos y captados por el inconsciente. Es

denunciada en USA, por considerarse contraria al interés público.

El libro "Aventuras subliminales en arte erótico" de Wilson Bryan Key en 1980, denuncia el uso de los mensajes subliminales con erotismo para vender productos de necesidades básicas, como cubos de hielo ó alimentos.

Key (1991) argumenta:

Que la lógica intuitiva o interior parece basarse sobre una percepción implícita a un nivel que no puede ser definido como pensamiento consciente. En apariencia el inconsciente no percibe las cosas sino que de alguna manera capta su significado. Los dominantes simbólicos comunes a todas las culturas conocidas del mundo, están organizadas alrededor de dos polos de la vida: el primero, origen de la vida, la procreación, el amor y el sexo y el segundo el fin de la vida, la muerte y sus implicaciones de agresión y violencia. (p.282)

La subliminalidad es un arma poderosa de los comunicadores para poder transmitir exactamente lo que se quiere y que el consumidor lo capte de la manera que el fabricante lo desea.

La subliminalidad logra que las imágenes cobren vida y que el sujeto empiece a no reconocer la diferencia entre la realidad y la fantasía.

Haciendo un paralelismo, el mensaje subliminal, estimula el deseo de compra por medio de recursos auditivos, que provocan un relajamiento en el individuo, luego de haberlo sometido a una tensión, similar al alcance del orgasmo.

Los mensajes subliminales de tipo visual se aprovechan mucho del espectro de luz, que no es visible al ojo humano, utilizando de esta forma una gama de intensidades de luz, como en el caso de los pokémon que

emiten luces intermitentes que pueden actuar en forma inconsciente en los niños, estimulando en forma negativa su glándula pituitaria.

En la actualidad el suceso del año es la Película Harry Potter y sus libros, que han despertado a nivel publicitario un consumo masivo en función de los deseos de los niños y no de sus necesidades. Esta estrategia de venta de ilusiones y de fantasías es necesario analizarla.

Es evidente que en la película se utilizan lenguajes simbólicos y subliminales que pueden hacer mucho daño a los niños, el uso de la brujería, de las escobas, de los brebajes, son mensajes directos relacionados con la magia. Lo mismo que la cicatriz que tiene Harry en su frente, representa el signo de poder del dios Tor, considerado trascendental en la mitología germana de Hitler (usado en uniformes y en la mitad de la esvástica). Para la película es producto de una maldición. Por otra parte también puede ser considerada como un rayo de luz similar al que colocó el gobierno en la antena parabólica de la nueva base militar de tres equinas.

No solamente en películas tan impactantes como "El exorcista" o "Psicosis" se encuentran mensajes subliminales, sino que también en inocentes películas de Walt Disney como "La Sirenita", "El rey León" o "Aladino" podemos encontrar imágenes subliminales. De hecho, la American Life League, Los estímulos más usuales consisten en palabras o dibujos que aluden a asuntos sexuales o de muerte normalmente escondidos en el anuncio. Son incitaciones que no suelen ser captadas conscientemente, a no ser que alguien nos indique exactamente dónde están y en qué consisten. Los mensajes subliminales de contenido sexual acostumbra a incluir, con frecuencia, órganos sexuales y circunstancias prohibidas como la infidelidad y la promiscuidad. Con el paso del tiempo, la manera que se utilizó para introducir el sexo en la publicidad fue a través del uso de la publicidad subliminal. Uno de los anuncios más recientes ha sido el de la empresa

"Martíni", que en uno de sus anuncios del año 1999 hizo uso de ella mediante la aparición en pantalla de tres personajes. Estas figuras eran dos señoritas que se encontraban vestidas con franjas negras y blancas y el famoso "hombre Martíni", que en una de las fases del anuncio se convierten en dibujos que adoptan diferentes representaciones y formas, siendo en estas escenas donde se transmiten mensajes subliminales relacionando el consumo de esta bebida con el éxito sexual. Para conocer mejor esta técnica que mejor que conocerla a través de imágenes.

El cine también protagoniza casos similares. Quizás uno de los filmes que más se ha comentado por su empleo de mensajes subliminales es "El exorcista". En esta escalofriante película, el director William Friedkin (2001) ha empleado técnicas subliminales visuales y auditivas para reforzar los efectos emocionales. Por ejemplo, entre los efectos de la banda sonora se incluye el zumbido de un enjambre de abejas enfurecidas, así como gruñidos de cerdos al ser degollados, rugidos de león y maullidos de gatos. Entre los subestímulos visuales, cabe destacar una máscara de la muerte, proyectada en numerosas ocasiones durante el filme. que ocupaba toda la pantalla. También Hitchcock (1985) empleó la estimulación subliminal para aumentar el efecto emocional de "Psicosis". Si analizamos la escena final de esta película fotograma por fotograma, podremos ver un estímulo que ha pasado inadvertido a millones de espectadores: en esta última escena, cuando la cara de Norman (Anthony Perkins) ocupa toda la pantalla se sobreimpresiona de forma subliminal la calavera de la madre de Norman. De hecho, si recordamos, Norman tiene una psicosis de doble personalidad, por lo que el hecho de que estén sobreimpresionadas las dos caras refuerza esta idea.

Con la publicidad subliminal, sin embargo, resulta más complicado y costoso verificarla y todavía más probar su eficacia.

Fruto de esta polémica, los términos consciente e inconsciente -especialmente este último- estuvieron proscritos dentro de la psicología científica, por lo que la investigación experimental en psicología se llenó de términos sustitutivos como los de procesamiento automático, implícito, sin esfuerzo o no atencional para referirse al inconsciente, y utilizó los términos procesamiento controlado, explícito, tácito, atencional o con esfuerzo para referirse a la conciencia (Posner, 1984, p. 352).

Además, ni la conciencia ni el inconsciente fueron nunca objeto de estudio como tal sino que eran considerados sólo como una característica de las distintas fases o modos de actuar de los procesos cognitivos. Si a esto añadimos la extremada especialización a la que se ha llegado en los distintos campos que estudian cada una de las funciones mentales, entenderemos lo extremadamente complejo que, a día de hoy, resulta tratar de tener una noción clara acerca de las dimensiones consciente e inconsciente de nuestra mente.

Por otro lado, la evidencia se ha acabado imponiendo a la polémica una vez superadas las dificultades metodológicas para estudiar el inconsciente de forma experimental. Hoy en día la mayoría de la investigación cognitiva versa sobre los aspectos inconscientes de procesos como la percepción, la memoria, la atención, las emociones, el pensamiento, el aprendizaje, etc, ya que en la mayoría de los casos la investigación se centra en desvelar las reglas y los algoritmos de cálculo que posibilitan dichos procesos, así como los efectos de ciertas variables sobre los mismos (Anderson, Kirsner, MacLeod, Maybery, O'Brien-Malone & Spelman. 1998), siendo todos ellos aspectos de los que no podemos dar cuenta porque quedan al margen de nuestra conciencia. De hecho, se podría afirmar que la mayoría de nuestra actividad mental es inconsciente y sólo una ínfima parte es actividad consciente. La paradoja surge al ser esta pequeña parte de actividad consciente el único conocimiento directo que

tenemos de nosotros mismos y del mundo.

No se cree que hablar de los cálculos que realiza nuestra mente para determinar el color o la forma de los objetos, para ver en tres dimensiones, para diferenciar el frío del calor, para entender cómo se clasifican, se codifican y se descodifican los datos al ser almacenados y al ser de nuevo recuperados, cómo fluye la información de unos centros nerviosos a otros, cómo se adquiere la lengua materna y las diferencias con el aprendizaje de una segunda lengua, las características de los estímulos que determinan su paso a conciencia, las reglas de pensamiento que utiliza cada persona para resolver los problemas cotidianos y sus aplicaciones en inteligencia artificial, etc., arroje mucha luz al problema que nos ocupa o no, al menos, sin antes haber aclarado aspectos más básicos del procesamiento consciente e inconsciente y, por tanto, fundamentales para poder comprender mejor la relación entre ambas formas de procesamiento de información . A fin de cuentas, consciente e inconsciente son una sola cosa. Constructos hipotéticos que configuran nuestra mente. Un sistema bien engrasado y coordinado que precisamente gracias a la exquisita interacción lograda nos ha permitido colocarnos no sólo en la cúspide de los organismos vivos conocidos sino a mucha distancia del resto.

“El que no haya un modelo teórico estructurado que dé cuenta del fenómeno de la conciencia permite que exista una gran confusión entre los conceptos de conciencia, procesamiento controlado, procesamiento atencional, etc.” (Norman, 1981, p 25).

La Real Academia Española de la Lengua (2001) define el término “conciencia” en su primera acepción, la única estrictamente equiparable al proceso psicológico, como: “propiedad del espíritu humano de reconocerse en sus atributos esenciales y en todas las modificaciones que en sí mismo experimenta”. Y define el término conciencia como: “el conocimiento

inmediato que el sujeto tiene de sí mismo, de sus actos y reflexiones y/o la capacidad de los seres humanos de verse y reconocerse a sí mismos y de juzgar sobre esa visión y reconocimiento”.

“Nosotros llamaremos consciencia al sistema compuesto por el conjunto de contenidos, actividades y procesos cognitivos de los que el organismo tiene una vivencia propia y que le permite dar cuenta de ellos en un momento dado”(Núñez, 1998, p.82).

Puede notarse que la conciencia es un estado psíquico en el que un individuo se da cuenta de las sensaciones que recibe procedentes de sus sentidos y de su acto de pensar.

Es importante que se observe como se repite la voz pasiva, “reconocerse”, “conocimiento inmediato”, “darse cuenta”, refiriéndose a algo que acontece sin actividad intencional. Implícitamente se está relacionando la conciencia con el inconsciente y los procesos psicológicos que permiten y propician la existencia de sus contenidos, como son la percepción, la memoria, la atención, las emociones, etc. Sin ellas no habría conocimiento ni reconocimiento de ningún tipo. Por esta razón es por lo que, a través del estudio de dichas funciones, se ha empezado a delimitar mejor qué es la conciencia. De hecho, no puede haber conciencia de algo antes de que ese algo haya sido en alguna medida procesado previamente a nivel inconsciente. Cronológicamente, la conciencia estaría situada básicamente al final de una cadena de procesos mentales. Se dice “básicamente” porque el acuerdo no es ni mucho menos unánime en cuanto al papel que la conciencia juega como elemento de dicha cadena.

Velmans (1991), al hacer una revisión encontró lo siguiente:

La conciencia en el procesamiento de información y revisar los métodos de investigación, modelos y atribuciones teóricas que

subrayan la importancia del procesamiento sin conciencia, concluye que la conciencia no interviene en ninguno de los procesos cognitivos. En sí misma es una consecuencia de ellos, en algunos casos colateral. Su papel efectivo en el procesamiento de información es inexistente. Su importancia para la psicología radica en que toda persona, incluidos los científicos, tienen una visión del mundo y de nosotros mismos en primera persona, es decir a través de lo que nuestra conciencia nos permite conocer. Esta es la razón por la que nos parece que la conciencia desempeña un papel fundamental en la cognición. Pero sólo nos lo parece. (P.293)

Poner un ejemplo sencillo que permita entender la afirmación de Velmans no es fácil aunque, ciertamente, se hace más evidente cuanto más se estudian los procesos mentales. Uno de los ejemplos que puede valer para conseguir su propósito. Se le pediría al lector que tomara conciencia del roce que el calcetín, la media o el mismo zapato están produciendo en el talón de su pie izquierdo. Supongo que en la mayoría de los casos la sensación del calcetín no se ha hecho consciente hasta que no se ha leído la sugerencia. Pero el calcetín, el pie y el zapato siempre han estado ahí, la estimulación de la piel no ha cesado ni variado de intensidad en ningún momento (aunque pudiera empezar a resultar molesta a partir de ahora), y ninguno había decidido conscientemente que dicha sensación no pasara a la conciencia, ni ahora, cuando sí está pasando a la conciencia, se sabe cómo lo ha hecho, cómo ha transformado los estímulos mecánicos que ejerce determinado material sobre la piel en impulso electroquímico y cómo se ha transformado dicho estímulo electroquímico en la sensación consciente de roce (o quién sabe si ya a estas alturas habría que hablar de picor, ardor o incluso dolor) y menos aún saber qué se está haciendo con los miles de estímulos táctiles que la ropa supone para el mayor órgano sensorial que es la piel, ni cómo se transforma la luz en formas y colores, ni los garabatos que suponen estas letras en mensajes verbales que irrumpen

irremediablemente con un significado concreto en la conciencia, etc...

Nuestra consciencia permanece pasiva en cuanto a la elaboración de la mayoría de sus contenidos ya que de ello se encarga el inconsciente realizando una serie de complejísimas tareas de las que ni nos enteramos, y ésta es una de las razones de la argumentación de Velmans (¡ya puede quitarse el calcetín si lo estima oportuno!).

Es curioso observar cómo el método científico, uno de los legados más importantes de la cultura occidental a la humanidad, está cuestionando precisamente, con sus avances en el terreno de la psicología, la concepción occidental del ser humano como ser excepcional, dotado de libertad y distinto al resto de los organismos vivos. Tal vez sea el más complejo de los organismos, regido por mecanismos tan sofisticados que hacen difícilmente predecible su comportamiento, pero cuanto más se investiga sobre la mente mayor es el papel del inconsciente y, por tanto, mayor es el automatismo y menor es el control que se tiene sobre la vida de la persona.

Obviamente la cultura occidental se resiste y el debate en torno a nuestra esencia como seres humanos y a nuestra presunta libertad de decisión, si bien viene de lejos, alcanza hoy sus máximas cotas de efervescencia, generando incluso planteamientos teóricos confusos e interpretaciones forzadas de algunos de los datos que generan las investigaciones. No vamos a profundizar en estas cuestiones pero, lógicamente, la posición defendida por Velmans y otros muchos también tiene su respuesta.

Johnson-Laird, P (1988) encontró que:

Para este experto en modelos computacionales de la mente, la conciencia es el gran controlador de la actividad de los procesos inferiores inconscientes. Su función principal consiste en establecer

las metas de los procesadores inferiores, que son los encargados de ejecutarlas, y supervisar la actuación de éstos. Además, diferencia entre dos niveles de conciencia: la conciencia común y la autoconciencia. La primera es el "resultado de un modo especial de procesamiento que crea la experiencia subjetiva que consiste en darse cuenta de las cosas" (pág. 339)... la segunda es un nivel superior de procesamiento que nos permite ser conscientes de nuestra propia actividad consciente y que, por tanto, nos posibilita el controlarla en alguna medida. (Ibid. p.370)

El nivel superior de conciencia, con un papel más activo, pudiera ser aquel al que se refirieren todos aquellos autores que tratan de hacer de la conciencia la estructura fundamental de nuestra mente. Al menos este tipo de organización en "dos niveles" parece imprescindible para conseguir, en el terreno de la inteligencia artificial, que los sistemas expertos o sistemas basados en conocimiento sean capaces, como nuestra conciencia, de manejar conocimiento de forma no preestablecida por ningún algoritmo concreto gracias, precisamente, al hecho de tener datos específicos de un ámbito de actuación explícitamente representados y separados del resto del sistema.

Adarraga (1994) encontró lo siguiente:

La conciencia, que se ha denominado común, de tipo emergente, supone esa representación y separación de determinados contenidos del resto del sistema (inconsciente) lo que posibilita el que puedan ser usados por la conciencia de nivel superior, en modos y maneras muchas veces impredecibles, llenos de creatividad. (p. 201)

La conciencia supone evolutivamente una variación cualitativa en la forma de procesar la información. Se ha desarrollado a partir del procesamiento no consciente de información, cuando de repente se dio un

salto a un nivel de procesamiento "experiencial" y subjetivo unido a una creciente capacidad de abstracción simbólica de los procesos inconscientes. Nuestra conciencia combinaría excepcionalmente ambas formas de conocimiento. El nivel emergente de la conciencia puede trabajar simbólicamente pero, sobre todo, está conectado al mundo de las sensaciones. Así, podemos ser conscientes de sensaciones puras o de conceptos que, al ser elaborados a partir de sensaciones, cuando son utilizados "reactivan" en alguna medida estas sensaciones a través de procesos no conscientes. Después, en un segundo salto evolutivo apareció la autoconsciencia y este segundo nivel de conciencia es el que posibilita el uso estratégico de los contenidos emergentes en el primer nivel. La actividad de este segundo nivel permite generar nuevos contenidos de conciencia a través de las relaciones y combinaciones que realiza con los directamente emergentes. El ser humano organiza estructuralmente dicha información en bloques de información simbólicamente representados, que se convierten en nuevas unidades con significado complejo e independiente de las sensaciones que las originaron. Este alto grado de abstracción sería lo que Zubiri (1980, 1986) llamó hiperformalización y que ha permitido a los seres humanos la configuración de una identidad personal, del concepto de Yo. Es, por tanto, la interacción entre ambos niveles lo que generaría la sensación de autoconsciencia, ser consciente de la propia conciencia. (Piaget, 1967).

Esa sensación de "control", esa actividad autorreferencial que es nuestra autoconsciencia nos hace distintos al resto de las especies vivas conocidas. Nos ha llevado al conocimiento, a la ciencia, a la moral, en definitiva a la reflexión, a la misma reflexión que nos hace preguntarnos cuál es la magnitud real de esa sensación de control que acompaña nuestra existencia., aunque puede que simplemente se ejerza dicho control de una forma indirecta y distinta a como la habíamos imaginado.

Valga decir que la principal característica de la conciencia, sin la cual el resto carecería de sentido, es su naturaleza, el constituir en sí misma una vivencia subjetiva, un conocimiento experiencial de nosotros mismos y del mundo. Tal vez la única forma de conocimiento digno de denominarse como tal y la característica más esquivada al método científico. Todo lo que se diga de la conciencia supone esta característica.

La conciencia, la atención o la Memoria a Corto Plazo tiene una capacidad de procesamiento muy limitada, apenas unos siete items "a la vez" (Miller; 1956). "Así, cuando decimos estar concentrados en algo, lo que ocurre es que ese algo ocupa toda nuestra capacidad de conciencia" (Gurwitsch, 1979).

En cualquier caso, esta limitación exige que no todos los datos e información que acceden a nuestros órganos sensoriales, o que se activan en nuestros bancos de memoria pasen a la conciencia y que sólo lo hagan unos pocos tras un proceso de selección. Es fácil imaginarse el caos interno, la incapacidad para actuar y la dificultad para responder a la estimulación externa e interna que supondría, ser consciente absolutamente de todo en todo momento.

Pero que la conciencia sea limitada no quiere decir que no pudiera haber sido de otra manera. Aunque no tengamos experiencia de ello, podemos imaginarnos una super-conciencia capaz de procesarlo todo. De hecho, como quedará claro más adelante, nuestra propia mente es capaz, a través del procesamiento inconsciente, de procesar una cantidad infinitamente mayor de información e incluso, si es necesario, lo hace organizándola en unidades con significado para que pueda ser utilizada por la conciencia. Mandler (1992) entiende que la conciencia tiene esta capacidad limitada porque debe proporcionarnos una experiencia integrada y unitaria de la realidad y que la forma que tiene de hacerlo es formando

grupos de elementos para evitar un flujo continuo y caótico de estímulos. La conciencia busca dotar de congruencia sus contenidos, normalmente estableciendo relaciones entre ellos para formar nuevas unidades que aumenten nuestra capacidad de predicción de los acontecimientos. Obviamente estas relaciones no pueden fundamentarse en razonamientos lógicos deductivos porque en la mayoría de los casos no se cuenta ni con el tiempo ni con la información necesaria para así hacerlo, por lo que estas conexiones se basan fundamentalmente en la vivencia experimentada y subjetiva que es la esencia de la conciencia. Por otro lado, gracias a esta actividad, su limitación de capacidad se rentabiliza al máximo. Por ejemplo, una serie inabarcable a nivel consciente de 28 dígitos (1492178918121914193619451982) si se convierte en 7 fechas históricas resulta más fácil de retener en la conciencia (el descubrimiento de América, el asalto a la Bastilla, la "primera" constitución española, inicio de la primera guerra mundial, inicio de la guerra civil española, final de la segunda guerra mundial y el mundial de fútbol celebrado en España).

Para nosotros, las características de la conciencia son una exigencia intrínseca a la principal función que ha venido a desempeñar evolutivamente hablando, el permitirnos enfrentarnos eficazmente a situaciones nuevas (Popper y Eccles, 1982), poco regulares o muy complejas (p.ej: las situaciones sociales), de las que tenemos poca información y para las que un sistema automatizado no puede tener respuesta, simplemente, porque ésta no ha sido establecida. Además, desarrolla un papel fundamental flexibilizando las respuestas al medio, "reorganizando" la distribución de recursos en cada momento y, por tanto, aumentando las posibilidades de adaptación (Rozin, 1976).

Cuando una situación es nueva no tenemos una respuesta seleccionada, por lo que hay que diseñar ésta por primera vez, proceso que ha de hacerse paso a paso (procesamiento secuencial o en serie), lo que

supone que casi todo el sistema esté preparado por si es requerido en un momento dado (es como si metafóricamente hablando casi todos los operarios de la fábrica estuvieran pendientes para poder ejecutar las órdenes de la conciencia si fueran requeridos). El gasto de energía en estas situaciones es muy elevado por lo que la coordinación ha de ser exquisita ya que cualquier error, aparte de poder resultar irreversible, supone un despilfarro energético considerable. Por eso debe restringirse y seleccionarse la información a la que se va a responder; si la conciencia diera muchas órdenes a la vez respondiendo a toda estimulación, bloquearía el sistema y desperdiciaría energía.

Pero la conciencia no selecciona los contenidos que en ella irrumpen, no tenemos experiencia subjetiva de ello, cuando la información llega a la conciencia, ya viene organizada, jerarquizada, seleccionada, pero su existencia sí "exige" que se realice dicha selección. Y entre los criterios de selección que se utilizan y que son muchos, hay tres especialmente relevantes: que se dé prioridad a "lo nuevo o desconocido", "lo complejo" y también a aquellos elementos relacionados con los contenidos que ya estén presentes en ella en un momento dado. Así, los contenidos activados en la conciencia a su vez afectan a la selección posterior de los estímulos que vayan llegando, dando paso a la información útil para los objetivos del momento (Bobrow y Norman, 1975; Posner y Snyder, 1975; Neely, 1977) lo que nos permite mantener un pensamiento congruente, una línea de acción y unos objetivos a largo plazo (James, 1890; Johnson-Laird 1983, 1988; Umiltá, 1988; Popper y Eccles, 1982). Más aún, los contenidos de la conciencia afectan a la forma de procesar la información que nos llega posteriormente (Zeigarnik, 1972). Por ejemplo, es muy normal la experiencia de creer ver constantemente a alguien cuando lo buscamos entre una multitud, confundiéndole muchas veces con personas poco parecidas. Es decir, malinterpretamos estímulos porque nuestro interés consciente sesga la información que nos llega. Por tanto, los contenidos de

la conciencia no son solamente el resultado del procesamiento inconsciente, como proponen algunos autores (Kahneman, 1973; Norman y Bobrow, 1975; Navon y Gopher, 1979; Jackendoff, 1987; Velmans, 1991; Bajo y Cañas, 1991), sino que la conciencia es activa y puede afectar al procesamiento inconsciente. Como vemos, los contenidos de la conciencia afectan a procesos muy básicos del sistema cognitivo. Un mismo proceso, como el aprendizaje por condicionamiento, tiene características distintas si se realiza o no con la intervención de la conciencia (Núñez y De Vicente, 2004).

El inconsciente es un mecanismo altamente eficaz para responder a situaciones para las que la respuesta ya está definida (en este caso cada operario de la fábrica sabe qué tiene que hacer en cada momento, la posibilidad de error es mínima y nadie está parado a la expectativa de las posibles órdenes que pudieran venir). Los organismos sin conciencia, una ameba por ejemplo, también seleccionan puesto que no responden a todo, pero lo hacen de una forma automática exclusivamente, tanto en la selección de los estímulos como de las respuestas prefijadas que emiten. La conciencia no sólo altera ese automatismo, ampliando así las posibilidades de respuesta de la especie y del individuo, sino que tiene un papel prioritario en las situaciones nuevas donde, entre otras cosas, realizamos una "segunda selección", ya que de entre todos los estímulos que han accedido a la conciencia decidimos conscientemente a qué y cómo responder. A fin de cuentas, de la conciencia depende, casi en exclusiva, el control del sistema motor (aunque no la ejecución de la respuesta). Toda acción motora requiere de la intervención de la conciencia a excepción de los reflejos automáticos que, además de ser pocos, podrían incluso en muchos casos ser inhibidos por una decisión consciente.

Ya hemos hecho referencia con anterioridad a la otra característica fundamental de la conciencia, su forma de procesamiento en serie, es decir

paso a paso, siguiendo un orden, una actividad en cada momento, frente a la forma fundamental de procesar información del inconsciente que es en paralelo, es decir, procesando mucha información simultáneamente.

La primera diferencia salta a la vista. En un mismo espacio de tiempo, el procesamiento en paralelo analiza más información, ejecuta más tareas y es un sistema mucho más rápido.

La segunda diferencia no es tan fácil de ver. El sistema en paralelo es más rígido, tiene más dificultades para dar marcha atrás o alterar sus criterios de funcionamiento. Un buen ejemplo para entender lo que queremos decir es imaginarse un estadio de fútbol momentos antes de un partido importante. Sería un sistema en paralelo si la entrada al estadio se realiza por varias puertas a la vez, y en serie si todo el mundo ha de pasar en fila india por una misma puerta. Una vez que se permite la entrada al estadio, la policía llama a las oficinas centrales y pide a las autoridades que colaboren en la detención de un peligroso delincuente que se sabe va a ir al partido. A la hora de transmitir el aviso al personal de las puertas para que estén atentos, se tardará más tiempo cuantas más puertas haya. Las probabilidades de que el sujeto ya haya entrado, también son mayores al aumentar el número de puertas. Cuando llegue la policía, se necesitarán más policías y más tiempo para reanudar la entrada normal al estadio porque, en cada puerta se requiere al menos un policía con una fotografía del sujeto en cuestión. Pero lo que es más importante, ¿qué pasaría si sólo hubiese un policía capaz de reconocer al sujeto? Como vemos, un sistema en paralelo es menos controlable una vez que ha iniciado su actividad, menos flexible a la hora de adaptarse a las circunstancias, requiere mucha más información (un policía en cada puerta) para hacer lo mismo que un sistema en serie. Si el objetivo es adaptarse lo antes posible a una realidad cambiante, de la que tenemos poca información (sólo un policía conoce al delincuente), qué duda cabe que un procesamiento en serie es lo ideal.

Asumiendo, aunque no sea estrictamente así, que la conciencia actúa básicamente con procesamiento en serie, es fácil entender por qué a la hora de seleccionar información y distribuir recursos, la conciencia es un sistema sumamente eficaz. Por eso la conciencia tal y cómo funciona nos permite tomar decisiones en situaciones poco conocidas y su ámbito de actuación prioritario es lo nuevo y cambiante ya que puede ir diseñando la respuesta paso a paso y rectificar en cuanto las consecuencias no sean las esperadas. De ahí que la probabilidad de un estímulo para pasar a la conciencia sea directamente proporcional a la cantidad de información nueva que aporte (Sokolov, 1963; Baars, 1988).

La conciencia complementa de esta manera el papel del procesamiento inconsciente que se centra en lo conocido y constante y trabaja básicamente en paralelo. El inconsciente puede ejecutar muchas tareas a la vez, pero sin flexibilidad (Bargh, 1992) y con grandes dificultades para interrumpirlas una vez que se han iniciado (Logan y Cowan, 1984).

El procesamiento serial de la conciencia permite, además, la organización cronológica y secuencial de los acontecimientos, ideal para poder predecirlos basándonos en sus regularidades (Hardy y Jackson, 1998).

La complejidad de la actividad que puede llegar a desempeñar es difícilmente calculable. Entre sus actividades básicas fundamentales se encuentran el poder de iniciar acciones estratégicas como buscar información, emitir órdenes, reproducir situaciones, manejar símbolos y reglas complejas, etc. Puede mantener activados los objetivos durante gran cantidad de tiempo, planificando a largo plazo las acciones necesarias para su consecución. Esto supone que puede reorientar muchos de los recursos disponibles para alcanzar el fin propuesto. Básicamente es como si diera órdenes y recibiera los resultados de las acciones realizadas, pero

interviniera poco o nada en el desarrollo de las mismas.

Kihlstrom, Barnhardt y Tataryn (1992) encontraron el primer experimento psicológico realizado en EEUU, el cual fue llevado a cabo por C.S. Pierce y J. Jastrow en 1884 sobre percepción subliminal. Según Froufe (1996, 1997), en Europa veinte años antes ya Suslowa (1863) había publicado una investigación sobre la discriminación de estimulaciones subliminales de tipo eléctrico, es decir, aquéllas que se presentan por debajo del umbral absoluto. Parece, además, que el inconsciente estuvo presente en el pensamiento filosófico de todas las épocas, desde Aristóteles hasta Nietzsche (González y cols., 1989). Pero fue la publicación en 1868 de la obra "Filosofía del Inconsciente" de E. Hartmann la que, debido al impacto que tuvo dentro de los círculos intelectuales, científicos y filosóficos occidentales, marcaría el nacimiento definitivo del concepto del inconsciente en la época moderna.

Sin embargo, a quien siempre se relacionará con el inconsciente es a Sigmund Freud, ya que fue quién le dio un papel predominante en la psicología del ser humano. Se mantuvo firme en la defensa de la importancia del inconsciente, a pesar de los vientos reinantes en la psicología de la época. Toda su teoría gira en torno al inconsciente (ver Freud, obras completas en castellano, 1981-1987). Él le atribuyó, con mayor o menor acierto, unos contenidos específicos, unas reglas y unas funciones. Y ya desde sus primeros escritos nos hablaba del proceso primario, como lo inconsciente y el proceso secundario como el preconscious y el consciente (Freud, 1900)

Desde un punto de vista cognitivo, podríamos definir el inconsciente como el sistema compuesto por el conjunto de contenidos, actividades y procesos cognitivos propios del organismo que son relevantes para explicar su funcionamiento tanto interno como externo, pero de los que no puede dar

cuenta por carecer de una vivencia subjetiva clara de los mismos.

Exclusivamente, como estrategia teórica, se diferencian dos tipos de procesos inconscientes:

Por un lado, los que denominaremos procesos inconscientes primarios, que son procesos abajo-arriba (procesos en los que la información fluye de los órganos sensoriales y de las capas inferiores del cerebro hacia el córtex superior) y que mayoritariamente son anteriores a la conciencia, tanto filogenética como ontogenéticamente hablando. Más aún, procesos de este tipo serían los responsables de la aparición de ésta. Un ejemplo sería el flujo de la información en los procesos perceptivos, desde que la señal externa estimula el órgano sensorial hasta que se genera la experiencia que ha de irrumpir en la conciencia.

Por otra parte estarían los procesos inconscientes secundarios que son procesos arriba-abajo (desde el córtex superior hacia el resto del sistema nervioso), siendo muchos de ellos resultado directo de la actividad desencadenada por los contenidos de la conciencia. Un ejemplo sería el flujo de la información cuando damos la orden de mover un miembro de nuestro cuerpo o de recuperar un dato de memoria: la orden se origina en la conciencia, pero la ejecución corre a cargo del inconsciente por lo que la información viaja desde las capas superiores más cercanas a la conciencia hacia los niveles inferiores encargados de llevar a cabo dicha tarea. En algunos casos, como cuando buscamos un dato en memoria, el ciclo termina con un nuevo proceso abajo-arriba donde el dato una vez hallado es "enviado" a la conciencia. Algunos autores consideran estos procesos como propios de la conciencia por ser allí dónde se originan aunque parte del proceso se realice a nivel inconsciente (Millar, 1960; Piaget, 1967; Newell y Simon, 1972; Sacerdoti, 1977; Marcel, 1983). Por supuesto, no todos los procesos arriba-abajo tienen porque iniciarse en la conciencia, como

veremos más adelante muchos procesos emocionales tienen su origen en una evaluación inconsciente del estímulo (capas altas del cerebro), lo que origina la activación del patrón de respuesta emocional (centros internos del cerebro) lo que a su vez provoca el envío de órdenes concretas (a través de las distintas capas neuronales hasta llegar a sus niveles "inferiores") a los distintos órganos del cuerpo involucrados en la respuesta emocional.

Los procesos inconscientes primarios serían los responsables de procesar la información que proviene de los órganos sensoriales al máximo nivel de abstracción posible (procesos de entrada y reconocimiento de patrones (Newell y Simon, 1972). En coordinación con los procesos secundarios, también serían los encargados de seleccionar la información que ha de irrumpir en la conciencia. Entre sus criterios selectivos han incorporado uno nuevo: el que los estímulos estén "relacionados" con los contenidos, objetivos, etc., activados en cada momento en conciencia (Norman, 1969; Kahneman, 1973; Kihlstrom, 1984, Dixon, 1981). Esta información les llega a través de procesos secundarios que sensibilizan y activan ciertas áreas de significados, contextos y experiencias e inhiben otras (procesamiento guiado conceptualmente (Bobrow y Norman, 1975; Rumelhart, 1977), control neuronal eferente (Pribram y Martín, 1995). La información inhibida que no accede a conciencia no queda necesariamente inactiva, pudiendo producirse asociaciones y operaciones diversas vinculadas con ella (Montserrat, 1998).

El procesamiento automático, preatencional o inconsciente se considera que actúa en paralelo, a gran velocidad y manejando una cantidad ingente de datos. Por eso cuando las conexiones entre los estímulos, los objetivos y las respuestas han sido altamente reforzadas por su uso continuo, pierden prioridad de acceso a conciencia, dejan de ser novedosas y pueden desarrollarse sin necesidad de que la conciencia intervenga directamente, es decir, sin atención y sin esfuerzo y por tanto bajo el control

del inconsciente. Como la coordinación y puesta en marcha de estas actividades se ha ido ajustando con la práctica o con la evolución de la especie, interfieren poco entre ellas. Esta eficacia probada ha debilitado la posibilidad de reajuste o rectificación, por lo que una vez iniciadas se ejecutan hasta el final (Logan y Cowan, 1984; Bargh, 1992). El ejemplo más claro que se nos ocurre es la conducción. Cuando estamos aprendiendo, y por tanto todo es nuevo y no tenemos la respuesta definida, es la conciencia quien se encarga del control. Sus limitaciones de capacidad hacen que nos cueste enormemente "atender" a todo lo que tenemos que hacer. En la medida que las distintas respuestas se van fijando, así como la coordinación entre ellas, el inconsciente se va haciendo cargo del proceso de forma que cuando ya está bajo su control y se ha automatizado por completo, nuestra conciencia queda liberada y puede dedicarse a otras cosas, pudiendo así hablar por el móvil, fumar y cambiar la emisora de radio si la música no nos gusta, conductas que eran impensables realizar al principio del proceso cuando estábamos aprendiendo.

Vale destacar que los objetivos que guían las acciones de los procesos inconscientes pueden estar activados tanto consciente como inconscientemente y en ambos casos esta activación puede ser permanente -si los objetivos son cruciales para la supervivencia del individuo y la especie- o momentánea, dependiendo más del estado interno y de las circunstancias ambientales. Cuando el objetivo que dirige la acción está activado conscientemente, el proceso inconsciente es supervisado e interactúa por etapas con el procesamiento consciente (Johnson-Laird, 1988).

La activación de un objetivo supone la activación inconsciente en la memoria a largo plazo (MLP) de todos los aspectos relacionados con él, como objetivos intermedios, información relevante, respuestas emitidas con anterioridad, estados emocionales, etc. Lo que es activado depende de la

experiencia previa del individuo, experiencia que constantemente "reorganiza" las conexiones de estas áreas. Con esta afirmación nos desligamos desde este momento de cualquier postura que conciba los procesos inconscientes como rígidos e inalterables. Si bien asumimos que las alteraciones de sus características son lentas y graduales, de ahí que el aprendizaje inconsciente sea más lento (Núñez y De Vicente 2004).

Una de las preguntas que podemos hacernos y que tiene que ver con una de las funciones del inconsciente más relevantes para entender la relación de éste con la conciencia es: ¿Qué determina que cierta información pase o no a la conciencia?

Son las investigaciones en torno al concepto de filtro selectivo o atención selectiva las que nos darán la respuesta a esta pregunta.

1. El filtro selecciona la información en función de sus características físicas (Broadbent, 1958): intensidad, duración, tamaño, color, movimiento, posición en el campo visual, contraste con el entorno, etc.

2. También lo hace -y esto afectaría también a la información interna activada en memoria- atendiendo a sus características semánticas (Deutsch y Deutsch, 1963; Treisman; 1969): una de las más importantes sería la relevancia emocional que el estímulo tiene para el sujeto, pero también si es desconocido, sorprendente, su complejidad, si está relacionado o no con los contenidos que ya están en la conciencia. Se recuerda que este último criterio es que el dota de coherencia a nuestra actividad consciente, por eso cuando el filtro funciona mal (durante el sueño, estados alterados de conciencia o incluso alguna patología) los contenidos de conciencia, el pensamiento, pierden su coherencia, ya que los contenidos acceden de forma más caótica. Son muchos los estudios que, por ejemplo, relacionan síndromes como la esquizofrenia con alteraciones en la atención, la

conciencia, el procesamiento controlado etc. (Ruiz-Vargas, 1991; Wexler 1997).

3. Teniendo en cuenta que las actividades intencionales requieren mayor esfuerzo y gastan más energía que las actividades de tipo reactivo y la energía es limitada, otro factor muy importante son, por tanto, los recursos disponibles a nivel consciente (si estamos ocupados en algo o no y la dificultad de la tarea) y los requeridos por el estímulo (unos son más complejos que otros), (Kahneman, 1973; Norman y Bobrow, 1975).

Se podrán realizar varias tareas a la vez siempre y cuando los recursos que utilicen sean distintos, es decir, si dependen de canales sensoriales diferentes (Allport, 1972; Shaffer, 1975; y Wickens, 1976). Por ejemplo, leer y escuchar música es posible manteniendo un buen rendimiento en ambas tareas, mientras que leer y ver la tele resulta casi imposible. Obviamente, también influye, como ya hemos señalado con anterioridad, la habilidad que tengamos para realizar cada tarea en concreto, la cual se desarrolla con la práctica. Cuanto mejor sabemos hacer algo más fácil nos resulta y menos "atención" le tenemos que dedicar, pudiendo delegar el control de su ejecución al sistema de procesamiento automático que trabaja en paralelo, liberando así los recursos centrales (conscientes) para que realicen otras tareas ya que al trabajar en serie se sobrecargan fácilmente. Por eso las situaciones conocidas y entrenadas apenas acceden a la conciencia ya que han perdido relevancia. Las conexiones que regulan los mecanismos de respuesta en estos casos están bien establecidas y se saben eficaces. Como la secuencia estimular es conocida, el organismo no tiene por qué programar o supervisar continuamente la ejecución de la tarea, como cuando todo es nuevo y no existe una respuesta seleccionada (Klatzky, 1984). De hecho, si lo hace, el rendimiento será peor por las limitaciones que la conciencia tiene como tal.

¿Qué pasa con la información que no es seleccionada para acceder a la conciencia?

En este caso serán las investigaciones que se sigan realizando en el campo de la percepción subliminal las que nos aclaren la respuesta.

1. Conviene recordar que todo estímulo sensorial, antes de acceder a la conciencia, ya ha sido procesado de forma inconsciente al máximo nivel de abstracción posible (Marcel, 1983), es decir, dando estructura y sentido a lo que llega segmentado y caótico a través de las distintas vías sensoriales. No olvidemos que nuestros órganos sensoriales no captan la realidad tal y como es, cada órgano sensorial está especializado en captar determinadas señales físico-químicas del entorno y las neuronas de cada área sensorial de nuestro cortex reaccionan sólo a aquellas variaciones en dichas señales a las que son sensibles, por lo que la información cuando llega al cerebro es un auténtico caos de señales inconexas y elementales, como un puzzle de miles de piezas. Este continuo flujo de información sensorial no para y los datos se ven constantemente modificados y desplazados por la información que sigue llegando. La percepción consciente se construye a través del ajuste entre, por un lado, los datos sensoriales y las hipótesis perceptuales que se van activando para poder dar sentido y poder "reconstruir" ese puzzle de miles de piezas elementales y, por otro, las expectativas. Para que una hipótesis activada inconscientemente pase a conciencia debe cumplir unas exigencias mínimas para que se verifique como válida. Y el resto de hipótesis hasta ese momento activadas, son inhibidas.

Por esta razón, una palabra polisémica procesada sólo a nivel inconsciente, donde se mantienen activadas varias hipótesis a la vez, facilita el procesamiento de cualquier palabra relacionada con alguno de sus múltiples significados. Sin embargo, si es procesada de forma consciente, sólo facilitará el procesamiento de las palabras que compartan el significado

con el que fue seleccionada para acceder a la conciencia de entre todos los posibles (Posner y Klein, 1973; Marcel, 1980). Pero que en el inconsciente puedan mantenerse activadas varias hipótesis a la vez no implica que todas lo estén en igual grado. Por eso, el nivel de activación que permite el paso a la conciencia es relativo, y depende de las hipótesis activadas en cada momento y de la información más reciente que va llegando. Así, por ejemplo, las distintas técnicas de percepción subliminal consiguen que un estímulo más atendido, reciente, relevante o de mayor calidad, impida el paso a la conciencia de otro que, de haberse presentado en solitario, habría accedido a la conciencia sin problemas. No olvidemos, por tanto, que el estímulo subliminal ya ha sido analizado y organizado al más alto grado de abstracción, con el máximo nivel de unidad y sentido posible, y todo ello de forma jerárquica, donde el concepto "perro" tiene un mayor grado de activación que el de "gato" según la información que ha ido llegando por procesos abajo-arriba (entradas sensoriales). Las hipótesis activadas están basadas en posibilidades reales de objetos que comparten las características físicas procesadas a nivel sensorial, lo único que las vincula entre sí. Y sólo se activaría la red semántica en memoria del estímulo seleccionado para acceder a la conciencia.

Por otro lado, la selección de la hipótesis definitiva que ha de pasar a la conciencia implica también procesos arriba-abajo, inconscientes, como son la "reactivación" de la hipótesis (una vez que ha sido seleccionada se activa al 100% aunque no hayan llegado todos los datos necesarios) y, conscientes, como la influencia de las expectativas, intereses, lo que explicaría por qué nuestras percepciones pueden ser engañosas en algunas circunstancias.

2. La información procesada sólo a nivel inconsciente puede ser utilizada aunque de una forma distinta a la que ha accedido a la conciencia, entre otras cosas porque no podemos controlarla, ni "corregir" sus efectos, como

sucede con la procesada a nivel consciente.

2.1. Los estímulos subliminales pueden activar respuestas emocionales, con intensidades mayores si están relacionados con la patología del sujeto (fobias, víctimas de acoso sexual, etc.) Y, curiosamente, cuando "más se dificulta" metodológicamente que un estímulo pase a la conciencia más claros aparecen estos efectos.

2.2. Los estímulos subliminales afectan a la generación de juicios de preferencia/desagrado y de actitudes y prejuicios sociales.

2.3. La información procesada a nivel inconsciente tiene correlatos psicofisiológicos distintos a la procesada de forma consciente.

2.4. En distintas lesiones cerebrales o patologías neurológicas (agnosias visuales, prosopagnosia, cerebro dividido, visión ciega, etc) se observa que el paciente puede utilizar determinada información sin ser consciente de ello y sin poder acceder conscientemente a la misma en ningún caso. Estas personas han perdido la visión de parte de su campo visual, o la capacidad para reconocer los objetos aunque los vean. Aunque estas personas son incapaces de nombrar el objeto que se les presenta, pueden sin embargo realizar ciertas tareas con la precisión de una visión normal, o reaccionar incluso emocionalmente a dichos objetos. Y si se les pregunta el porqué de su comportamiento, dan explicaciones sin sentido, manejando atribuciones absurdas.

2.5. Los efectos de la información inconscientemente procesada se manifiestan más claramente cuando la tarea permite a los sujetos adoptar una actitud pasiva, cuando la conciencia está "relajada" o distraída. Y los efectos son más difíciles de encontrar cuando el sujeto se encuentra en una actitud de alerta o tratando de forma explícita de resolver la situación con

los datos que maneja conscientemente. Es decir, la información inconscientemente procesada se utiliza más fácilmente cuando nos dejamos llevar intuitivamente que cuando actuamos de forma estratégica y racional. Dicho de otra manera, lo que es procesado como "no relevante", (es decir, lo subliminal por tener menos intensidad, duración etc...), es principalmente usado en situaciones de no-emergencia, en momentos de pasividad consciente. Y lo conscientemente procesado y marcado como "relevante", lo que accede a la conciencia, es lo que mayoritariamente utiliza ésta cuando trabaja activamente en resolver una situación, aunque no necesariamente le facilite la consecución de sus objetivos.

¿Qué duración tienen los efectos de la información procesada a nivel inconsciente? ¿Podemos aprender inconscientemente?

En este caso serán las investigaciones en el campo de la memoria y el aprendizaje implícita/o o inconsciente los que guíen la respuesta. De nuevo, recomendamos para una revisión sobre el tema las lecturas de Froufe (1996) y Núñez (1998).

Se encuentra que toda persona presenta contenidos que almacenamos en la Memoria a Largo Plazo (MLP), que es inconsciente, están conectados unos con otros a través de una red de conexiones y relaciones basadas en múltiples criterios de clasificación y organización. De esta forma, cuando un dato es procesado supone la activación en la memoria de todos los aspectos relacionados con él según la experiencia previa del individuo, experiencia que constantemente altera estas conexiones, si bien en la mayoría de las ocasiones, como ocurre en general con el procesamiento inconsciente, estos cambios se producen lentamente. Nuestra memoria es el pilar de lo que somos, donde los contenidos de nuestra vida -ya sean experiencias vitales (Memoria Episódica), habilidades aprendidas (Memoria Procedimental) o conocimientos abstractos (Memoria Semántica)- están almacenados y son la estructura sobre la que se organiza nuestra respuesta

al medio.

1. La memoria como función psicológica no es sólo retener información, es un proceso mucho más complejo. Se asume que la custodia de la información, su organización y activación a lo largo de las distintas redes de conexiones, es un proceso inconsciente asociado al concepto de MLP. Pero lo que se entiende por memoria implícita son los procesos de entrada y salida de información, es decir, el almacenamiento de información sin intervención de la conciencia y el uso inconsciente de información almacenada conscientemente. Mientras que el aprendizaje implícito o inconsciente consiste en la adquisición de respuestas más o menos complejas sin conciencia de estarlo haciendo.

2. Lo que discute es, por tanto, si es posible y en qué circunstancias, almacenar y usar información o adquirir y emitir respuestas sin intervención de la conciencia.

3. Nuevamente una actitud pasiva y relajada por parte de los sujetos facilita el uso y adquisición de información procesada a nivel inconsciente, tanto en tareas de memoria como de aprendizaje.

4. Los pacientes amnésicos pueden adquirir habilidades motoras, perceptivas y cognitivas sin recordar haberlas aprendido o el contexto de su adquisición y pueden usar la información aprendida sin problemas, siempre y cuando no tengan que hacerlo intencionalmente.

5. La adquisición de información y el aprendizaje son mucho más lentos a nivel inconsciente. Además, nunca se ha conseguido que a nivel inconsciente se establezcan asociaciones al primer ensayo, algo que a nivel consciente es relativamente fácil y frecuente. Por tanto, son necesarias muchas repeticiones para que un dato sea almacenado sin la intervención

de la conciencia. Esto es lógico porque el sistema de procesamiento en paralelo necesita asegurar la regularidad de una cadena de sucesos para fijar sus conexiones como tal, ya que una vez que así lo haga le resulta mucho más difícil "rectificarlas" o cambiarlas.

Probablemente por esta razón los contenidos de la Memoria Procedimental y también en parte de la Memoria Semántica son utilizados mayoritariamente sin intervención de la conciencia. Hablamos de un conocimiento que en sí mismo se ha adquirido a través de muchas repeticiones y apariciones regulares, donde lo que queda es como la "abstracción" de dichos acontecimientos desligado ya de las particularidades de cada uno de los sucesos que sirvieron para configurarlo. Mientras que los contenidos de la Memoria Episódica son justo lo contrario, son los sucesos únicos, nuevos e irrepetibles que conforman nuestras vidas a diario y que contienen muchos y variados datos, pero que, al menos tal y como se presentan, sólo están relacionados por las coordenadas espacio-temporales en las coincidieron. De ahí que accedan a la conciencia fácilmente y como un todo, para que sean las claves de análisis consciente las que extraigan la información relevante para cada ocasión de entre todas las facetas y matices que cada situación tiene.

6. Los cambios en la modalidad sensorial (auditiva/visual) entre la fase de estudio y la de recuperación de la información, o el cambio del tipo de estímulo dentro de una misma modalidad (palabra/dibujo) afectan más a la recuperación inconsciente que a la consciente.

Probablemente sea así porque es crucial para la supervivencia que las reacciones afectivas asociadas a cada estímulo y controladas en gran parte, como veremos, por el inconsciente, no sean ajenas a la modalidad sensorial del estímulo ya que el rugido del león, su imagen real, una fotografía, la palabra escrita, etc., no requieren idéntica respuesta. Y en el proceso

consciente ocurre lo contrario: primero se accede al concepto, la cima de una pirámide que organiza las señales del exterior que lo componen y significan y, gracias a esta organización, una vez que se ha accedido al concepto, están disponibles todas las modalidades sensoriales y físicas de éste para que sean activadas, mediante procesos arriba-abajo, según los objetivos que en cada momento se vaya planteando la conciencia para resolver la tarea.

7. A la recuperación consciente le perjudica más el transcurrir de las horas y de los días que a la inconsciente, es decir, que cuando olvidamos algo la información no se ha perdido aunque no le recuperemos en el momento que nos "interesa", ya que si es necesario podría activarse de forma automática aunque haya pasado mucho tiempo.

8. Tanto a nivel consciente como inconsciente es más fácil encontrar la información que ha sido reciente y activamente utilizada ya que sus conexiones de acceso están fortalecidas. Con el tiempo, si la información no es utilizada las conexiones de acceso pierden fuerza y resulta mucho más difícil recuperarla. Este mecanismo es una forma más de priorizar la información con más probabilidad de ser relevante para la situación presente (que es a la que hay que responder), ya que la tarea a resolver es probable que esté relacionada con el contexto espacio-temporal y subjetivo en el que aparece, es decir, los contenidos recientemente procesados tanto a nivel perceptivo, como de ideas o emocional.

9. Si bien hay suficientes datos en ambos casos que avalan tanto el aprendizaje de respuestas simples a través del condicionamiento clásico o instrumental como del aprendizaje de respuestas complejas, el consenso es mayor en cuanto a que la conciencia no es necesaria para en el primer tipo de aprendizaje. En el caso de las respuestas complejas, aparecen evidencias experimentales en el aprendizaje tanto de gramáticas artificiales como de

secuencias de aparición de determinados estímulos o en el control de sistemas complejos. En todos los casos estas tareas están controladas por algoritmos más o menos complejos que el sujeto desconoce. Con el entrenamiento, el sujeto acaba mejorando significativamente su rendimiento en la tarea y apenas si puede dar cuenta de la regla que subyace a la misma. Y en ese "apenas si puede dar cuenta" es donde radica la polémica ya que eso que conoce conscientemente de la regla, aunque sea poco, podría justificar su aprendizaje, su mejora en el rendimiento y por tanto no se podría hablar de aprendizaje inconsciente.

A este respecto es interesante señalar que:

a. El aprendizaje de conductas complejas probablemente requiera de la combinación de los dos sistemas de procesamiento de información, el consciente y el inconsciente. Más aún, ni siquiera podemos afirmar algo así mientras metodológicamente no se garantice la intervención de un solo sistema, y en situaciones naturales ambos sistemas actúan a la vez irremediamente, al igual que en el laboratorio ya que en este tipo de metodología es impensable trabajar con estímulos subliminales.

b. Desde el momento en que se trabaja con estímulos que son procesados conscientemente y cuyas respuestas también están bajo el control de la conciencia (son respuestas motoras), por muy pasivo que sea el papel que se le atribuya a ésta, no puede lógicamente garantizarse que el aprendizaje sería posible o, al menos, que sería exactamente igual sin su presencia a lo largo del proceso. Recordemos que la activación perceptiva de los estímulos a nivel inconsciente es mucho más generalizada y que, una vez que el elemento más activado pasa a conciencia, el resto de hipótesis son inhibidas. ¿Sería tan rápido el aprendizaje implícito de reglas si tuvieran que mantenerse activados todos los elementos semánticos relacionados con cada uno de los estímulos utilizados durante la realización de la tarea?. Además la irrupción cronológica de los estímulos en la conciencia fortalece

aún más su relación secuencial y, por tanto, facilita la abstracción de reglas (qué antecede a qué y qué sigue a qué).

c. No hace falta un sistema consciente para aprender reglas o algoritmos complejos, como lo demuestran los modelos computacionales de redes conexionistas (McClelland y Rumelhart, 1986; Jordan, 1986; Hanson y Kegl, 1987; Cleeremans y McClelland, 1991; Keele y Jennings, 1992; Cleeremans, 1993, 1994; Kugel, 1996). Pero la cuestión no es si un sistema artificial sin conciencia puede aprender reglas complejas, el problema es si el ser humano podría hacerlo igual de rápido sin la intervención de la conciencia. De hecho, todos estos modelos computacionales no tienen que percibir y manejan directamente símbolos donde cada uno de los cuales se corresponde a un sólo input, sin necesidad de descartar hipótesis alternativas. Asimismo, la distribución de ponderaciones para construir la regla suele tener como uno de sus principales criterios la ordenación secuencial de todos los inputs. Es decir, que funcionan "como si" sus elementos ya hubieran pasado por la conciencia. Más aún, estas redes son "entrenadas" procesando en minutos la experiencia que un sujeto no adquiriría en toda una vida. Conectadas a bases con cientos de miles de datos, pueden permitirse el lujo de enfrentarse a una situación concreta ajustando y reajustando su respuesta miles de veces hasta que ésta alcanza un alto grado de eficacia. Pero, sobre todo, hay que tener en cuenta que la definición de lo que es una respuesta correcta y lo que no lo es, les fue dada por la conciencia del programador, porque dicha definición o la hace un sistema con conciencia que experimenta las cosas (aunque luego la conciencia no sea la única, ni la principal responsable de la elaboración de la respuesta necesaria para obtener el éxito) o, como le ocurre a los organismos sin conciencia como plantas, insectos y animales inferiores, se necesitarían varias generaciones de evolución para determinar qué es lo más ventajoso (a través de las alteraciones de su código genético y las consecuencias para su supervivencia).

d. Por tanto, este tipo de aprendizaje pone de manifiesto la interacción entre la conciencia y el inconsciente. Aunque la regla se aprenda inconscientemente, se hace de una forma mucho más rápida gracias a la intervención de las experiencias conscientes. Además, el sujeto tiene elementos suficientes, como son los estímulos percibidos, sus respuestas y los resultados de las mismas, para acceder a parte de la información. Esto lo hará siempre que pueda o sea necesario, es decir, cuando la regla sea sencilla, lleve ya mucho tiempo de práctica o cuando se le pregunte al respecto, ya que a este conocimiento se puede acceder a través de un proceso deductivo e intencional de análisis de la propia conducta. Pero, además, este conocimiento pudiera serle enviado directamente por el inconsciente a través de lo que conocemos como intuición (Bowers, 1984; Reber, 1989; Berry y Dienes, 1991) y que no es más que un mensaje afectivo simple, que apenas contiene información conceptual. A fin de cuentas, ante una situación nueva el inconsciente está acostumbrado a interactuar y comunicarse con la conciencia y, como ya hemos anunciado con anterioridad, las reacciones afectivas son un canal privilegiado de esta comunicación.

e. La adquisición de la lengua materna, de sus reglas gramaticales, se realizaría de este modo. El niño interactuaría conscientemente con el entorno recibiendo mensajes que son cruciales para que su inconsciente pueda adquirir, elaborar y corregir las destrezas requeridas para el uso de dicha lengua (pronunciación, gramática etc...). El niño es ajeno a todos los procesos necesarios para desarrollar este aprendizaje, de hecho maneja más reglas y conocimiento del que conoce (Chomsky, 1980; Kohlers y Roediger, 1984). Existen otros aprendizajes de este tipo. Todos hemos aprendido a percibir tridimensionalmente o a atribuir color a los objetos, y lo hacemos a diario manejando las reglas computacionales que nos permiten no golpear nos con las paredes y percibir constantes los colores, aunque ninguno somos capaces de explicar cómo lo hacemos. Aunque el

aprendizaje de estas reglas está programado biológicamente, esto no impide que las estructuras que lo posibilitan pudieran utilizarse en la adquisición de otro tipo de reglas, no hacerlo así sería un despilfarro absurdo.

La conciencia es resultado de un salto evolutivo del sistema nervioso, es decir, del procesamiento inconsciente, el cual es anterior a ésta tanto filogenética como ontogenéticamente. Por lo que, obviamente, la integración, la coordinación y la interacción armoniosa entre ambos sistemas es el principio básico que regula nuestra actividad psíquica. Nuestra mente ha evolucionado de esta forma para aumentar nuestra capacidad adaptativa, y la primera limitación que la conciencia está llamada a suplir es la rigidez y lentitud del sistema inconsciente para responder y adaptarse a las continuas variaciones del medio. La conciencia no va a realizar aquellas tareas que ya hacía el inconsciente de forma eficaz, siendo éste el que se encargará de realizarlas cuando sea necesario. No tiene sentido que ambos sistemas se dediquen a hacer lo mismo, duplicando estúpidamente el esfuerzo, especialmente cuando el inconsciente es un sistema de cómputo extremadamente potente y rápido. Por lo que la conciencia no hace nada sola en sentido estricto y está en constante y coordinada interacción con el inconsciente. Otra forma de no duplicar esfuerzos inútilmente es diferenciando los campos de actuación y estableciendo reglas que coordinen el trabajo de ambos sistemas para que la actuación global del organismo no sea un caos. La conciencia tiene cierta prioridad de acción, primero, porque se supone que es el último gran "fichaje" del sistema nervioso y segundo, porque necesita que el inconsciente le ayude constantemente. El procesamiento inconsciente, por otro lado, sigue desarrollando básicamente las mismas funciones que realizaba hasta la aparición de la conciencia. Unas las lleva a cabo completamente solo y otras en coordinación con la conciencia, cuando esto supone una mejora.

Lo sensorio-emocional es la principal y primera vía de interacción entre estos dos sistemas. A veces plantear este continuo entre lo sensorial - perceptivo y lo emocional genera cierta sorpresa. No vamos a entrar en detalle a explicar esta cuestión, pero para facilitar su comprensión en vez de fijarse en las percepciones visuales o auditivas, se recomienda que lo haga en las táctiles como frío, calor, dolor, suavidad, aspereza, o en sensaciones internas como el placer, el hambre o la sed. En el "continuo" de las percepciones sensoriales a las sensaciones físicas y de éstas a las emociones, lo que va cambiando es la importancia que adquiere el yo. En las percepciones, la experiencia consciente está muy marcada por el estímulo, y de nuestra parte sólo ponemos lo que nuestra naturaleza genética como seres humanos nos lleva a procesarlo y recrearlo de una manera determinada, distinta a como lo hacen otras especies. En las sensaciones, además, se hace presente nuestro estado corporal, y lo que notamos es la diferencia de temperatura entre nuestro cuerpo con el exterior, o cómo el líquido que ingerimos reestablece la necesidad que de él tenía nuestro organismo. Y en las emociones se hace presente además nuestra historia, nuestras experiencias vitales que son las que definen nuestras alegrías y tristezas, lo que nos duele y a lo que nos hemos acostumbrado, etc.

Todas estas experiencias son subjetivas y conscientes, pero son reguladas inconscientemente desde las estructuras más internas y primitivas de nuestro cerebro. Son mensajes biológicamente antiquísimos, sin estructura simbólica alguna (no traducibles en palabras: si no has experimentado el frío, el color rojo o el amor un diccionario no puede ayudarte), son lo que son, modificaciones de nuestros estados corporales que no controlamos y se experimentan directamente en la conciencia. ¿Por qué el inconsciente envía este mensaje a la conciencia? Él ya sabe que nos hace falta líquido cuando fabrica la sensación de sed, como también sabe que ya no necesitamos más cuando nos hace sentir saciados. ¿Para qué entonces este gasto de energía? No puede tratarse sólo de un adorno

biológico, sería absurdo que la evolución nos llevara a fabricarnos estas experiencias si no tuvieran utilidad. Su papel en la adaptación al medio es incluso, y en cierta medida, independiente de la causa que las origina. Así, una rata sedienta sentirá cómo sacia su sed si pone su lengua bajo un chorro de aire frío, pero esto lo único que hará será acelerar el consumo de líquidos, por lo que si se retira del chorro de aire su sed será más intensa, esto la mantiene pegada al chorro de aire de forma que morirá deshidratada, pero sin sensación de sed (Johnson-Laird, 1988). Es como cuando bebemos alcohol para entrar en calor. El alcohol dilata los vasos sanguíneos por lo que liberamos más calor corporal al exterior, sintiéndonos calentitos pero acelerando la hipotermia (estos ejemplos también ponen de manifiesto las limitaciones del sistema en algunas situaciones, pero no cuestionan su eficacia en la mayoría y, obviamente, no existe un sistema infalible para cualquier situación posible).

Damasio (1994) tiene claro que las emociones favorecen nuestra flexibilidad de respuesta ya que nos permiten extraer información de situaciones parecidas y, por tanto, aumentar nuestro repertorio prefijado de respuestas. Toda emoción empieza con la evaluación de un estímulo, no surgen aleatoriamente y sin razón alguna. Esta evaluación puede ser tanto consciente como inconsciente (James, 1884; Damasio, 1994) y el estímulo puede ser externo o interno (una percepción, un recuerdo, una idea) y procesado conscientemente o no (Zajonc, 1980). A esta evaluación, que puede referirse a una sola característica del estímulo, le sigue una reacción fisiológica que altera nuestro estado corporal, incluida la actividad cerebral. Este cambio corporal nos prepara para enfrentarnos a dicha situación, las emociones son el motor para la acción, de ahí también que accedan a la conciencia por ser ésta la coordinadora de la actividad motora. Sin emociones (sensaciones) no tendríamos objetivos que dirigieran nuestra acción, o de tenerlos estarían prefijados (genéticamente) y nuestro comportamiento sería rígido, como el de un robot (Johnson-Laird, 1988).

Sólo excepcionalmente, por tanto, puede darse una reacción corporal tan leve que si la conciencia estuviera distraída no nos diéramos cuenta de nuestro estado emocional (Ortony, 1987), ya que las emociones están hechas para ser experimentadas conscientemente y llevarnos a la acción. Si bien esta afirmación no afecta al ser conscientes de lo que la ha provocado. Recordemos que tanto la evaluación como el propio estímulo podrían ser procesados inconscientemente, no hacer esta diferenciación confunde a veces el debate en torno a si las emociones pueden ser inconscientes o no. La puesta en marcha de la emoción es lo que puede quedar al margen de la conciencia, pero lo normal, como ya hemos dicho, es que se experimente conscientemente. Conviene recordar que tenemos reacciones afectivas muchísimo antes de que el niño adquiera el habla, la conciencia de sí mismo (Meltzoff y Moore, 1977; Izard, 1979). El papel del inconsciente en las emociones se pone de manifiesto en las investigaciones en psicología social que revelan una mayor importancia en la comunicación personal de los aspectos no verbales, que normalmente se procesan inconscientemente, que de los verbales (Dawes y Kramer, 1966; Argyle 1970; Scherer, 1972; Schneider, 1979). O las investigaciones sobre disonancia cognitiva de Festinger (1964), en la que los sujetos justifican racionalmente las decisiones que han tomado movidos, en el fondo, por aspectos emocionales o afectivos. Hay que tener en cuenta, además, que las reacciones afectivas ocurren sin esfuerzo y son inescapables. Sólo podemos controlar su expresión, y los juicios afectivos tienden a ser irrevocables (por ejemplo: "me gusta o no me gusta"), aunque se invaliden las razones que aparentemente los justificaban. Algo parecido ocurre en las relaciones interpersonales en las que, olvidado el motivo del conflicto, se mantiene la reacción afectiva. Por último, también es importante fijarse en que las reacciones afectivas son difíciles de comunicar, pero, en cambio, su expresión facial es universal, así como que los juicios afectivos implican al Yo, mientras que los cognitivos sólo al objeto (Zajonc, 1980).

El que una emoción pueda experimentarse sin razón aparente lleva a la conciencia, que necesita dotar de congruencia sus contenidos y "explicarse" las cosas, a establecer asociaciones entre la emoción y los estímulos que acceden a la misma, por lo que muchas veces atribuimos erróneamente nuestras emociones a razones que no son la verdadera causa de las mismas (Johnson-Laird, 1988).

Hay que recordar que el procesamiento de un estímulo, tanto externo como interno, comienza con un análisis inconsciente del mismo: el análisis de las señales sensoriales y la posterior activación en MLP de su red de conexiones (este último paso sería el único si se tratase de un estímulo interno como un recuerdo etc...). La activación de las conexiones en memoria supone simultáneamente la activación de la valencia afectiva asociada a cada significado. Es importante tener en cuenta que la memoria usa como uno de sus principales criterios de almacenamiento y codificación los estados afectivos asociados a cada estímulo (Isen et al., 1978; Bower, 1981). Es decir, que la carga afectiva de un estímulo se activa durante el procesamiento inconsciente de éste, antes de su acceso a la conciencia. El hecho de que el tálamo, principal receptor de la información proveniente de los órganos encargados del procesamiento sensorial, tenga una conexión directa con la amígdala, relacionada con las respuestas emocionales, le permite a ésta reaccionar 40 ms antes que las áreas sensoriales del neocórtex, con las que el tálamo mantiene conexiones más complejas, lo que aporta la base neurológica que fundamenta la prioridad de la reacción afectiva sobre la experiencia consciente del estímulo (LeDoux 1995; Iwata, 1987).

Según la intensidad, relevancia o complejidad del estímulo, el filtro selectivo podría determinar o no su paso a la conciencia, lo que facilita o dificulta el saber cuál es la causa de nuestra emoción. Prepararse para la respuesta es prioritario para conocer la causa que ha motivado dicha

reacción. Si los sistemas de emergencia y seguridad de nuestra ciudad (policía, bomberos, ambulancias) sólo se pusieran en marcha cuando tuvieran toda la información precisa sobre el acontecimiento para el que se les reclama, probablemente no nos serían útiles. Su eficacia radica en la inmediatez de su reacción y, si ésta no se produjese a tiempo, si llegan tarde, de nada les habría servido conocer con precisión para qué se les requería. Gracias a este reparto de tareas, las limitaciones de capacidad de la conciencia no suponen un inconveniente mayor y permiten que sus recursos puedan emplearse en actividades más complejas que buscar constantemente señales de alarma, al poder confiar en la segura reacción del inconsciente ante los estímulos relevantes. En cualquier caso, por tanto, la emoción sí irrumpiría en la conciencia interrumpiendo el resto de procesos en marcha, porque es un mensaje prioritario donde la conciencia no puede imponerse al inconsciente y éste toma el mando. Podemos controlar nuestra respuesta motora y no dejarnos llevar por la emoción, podemos intentar controlar su expresión, pero no podemos evitar sentirla. Como mucho podríamos distraernos durante un rato si estamos concentrados en algo y si la intensidad de la emoción no es mucha, pero si persiste o su intensidad aumenta, acabará imponiéndose. Hay que entender que para enfrentarse a situaciones de emergencia de la forma más adecuada posible es vital que la activación general del organismo sea lo primero que se produzca sin opción a ser bloqueada por la actividad consciente.

La reacción afectiva desencadenada facilita, además, la identificación de lo que es relevante en el medio, al introducir un sesgo de búsqueda de información positiva o negativa según corresponda. Esta actividad afectiva nos prepara también para recibir dicho estímulo y nos ayuda a encontrar los recursos necesarios y las respuestas más adecuadas que, por estar relacionadas afectivamente con la situación, han sido activadas en memoria y son más accesibles. Por tanto, gracias a que experimentamos conscientemente el dolor podemos conocer, afrontar y evitar las situaciones

que lo producen.

Por otro lado, la conciencia puede directamente dar origen a distintas emociones. Pero una vez que determinada reacción afectiva se ha desencadenado, ésta escapa a su control. Lo único que el sujeto puede controlar es la ideación que la ha puesto en marcha, que es donde, además, los aspectos culturales y sociales tienen un peso elevado. Estas emociones son las que se pretenden manejar y controlar en las terapias cognitivas de la depresión etc... (Ellis, 1962; Beck, 1967, 1976). Algunas de estas emociones tienen un papel fundamental en la relación del individuo consigo mismo, con su propia imagen. Son, en definitiva, fruto de su autoconciencia.

Una vez que la emoción irrumpe en la conciencia puede verse afectada por el trato que ésta le dé, pudiendo dotarla de aspectos simbólicos, culturales, relacionales, que la matizan en gran medida y que llegan a alcanzar niveles insospechados de complejidad, variedad, especialización, etc. La emoción puede ser, a la vez, expresada, ocultada, exagerada, no tomada en cuenta, sufrir distorsiones, atribuciones erróneas, etc., que obstaculizan la función para la que surge y tiene sentido. Las emociones muy elaboradas son fruto de una actividad consciente superior. Si bien es verdad que el bagaje emocional del individuo podría, lentamente y con el paso de los años, permitir una organización más compleja, con un mayor número de asociaciones de los contenidos de la memoria, que añadirían más matices emocionales. La activación inconsciente de dichos contenidos supondría, por tanto, la activación de cargas afectivas más sofisticadas.

Con lo dicho hasta aquí se pueden sacar algunas conclusiones prácticas en torno al mundo de las emociones y el papel diferencial de la conciencia y el inconsciente.

Hablar de emociones es hablar del cuerpo y por eso nuestras

emociones nos agotan, nos cansan. Por eso sólo podemos sentir una por vez, aunque puedan alternarse con cierta rapidez, pero el escenario es el mismo para todas y mientras haya una presente no puede salir otra a escena. También por eso el estado previo del organismo afecta a la vivencia emocional. No siempre experimentamos igual nuestra alegría. Por todo ello pudieran, excepcionalmente, darse situaciones en las que por agotamiento físico el cuerpo no reaccionara y nuestra emoción fuera experimentada de forma gris, fría, dando lugar a lo que Damasio (1994) denomina sentimientos "como sí". Sentimientos que sólo se han configurado a nivel cerebral, pero que el resto del cuerpo no ha podido ejecutar. La muerte de su marido podría llevar a una viuda, agotada tras la larga agonía de éste, a dudar de su cariño hacia él porque las lágrimas ya no le salen. Pero de alguna manera "sabe" que le duele su pérdida aunque no "sienta" el dolor ni la pena.

Que la emoción acceda a conciencia, que notemos los cambios corporales, no significa que seamos conscientes de lo que nos pasa. El mensaje que irrumpe no es "estás triste", el mensaje son sensaciones físicas que tal vez no sepamos identificar si no estamos acostumbrados a hacerlo. Podríamos incluso nombrarla equivocadamente o desarrollar una incapacidad relativamente estable de no saber lo que nos pasa, aunque sepamos que algo sentimos, no sería más que una amalgama de sensaciones corporales incómoda a la que hace tiempo nos hemos acostumbrado sin saber identificar sus variaciones.

Las emociones no surgen caprichosamente, hablan de nosotros, de nuestra historia personal, de lo que nos rodea y de la relación entre lo uno y lo otro. Por eso, al no tenerlas en cuenta o no comprenderlas, no sólo perdemos información fundamental con respecto a la situación, sino con respecto a nosotros mismos.

Un estímulo mínimamente complejo, según sus distintos aspectos puede provocar varias reacciones emocionales, por ejemplo, un dulce para un diabético goloso es una fuente de placer y malestar simultáneamente. Esta es otra de las razones por las que las emociones son enviadas a conciencia y por las que los estímulos complejos tienen prioridad de paso a la misma: para que la consciencia valore a cuál de las distintas facetas con sus distintas cargas emocionales vamos a responder según las circunstancias. Y es en las relaciones personales donde más útil es este mecanismo de interacción consciente-inconsciente ya que las personas, sin lugar a dudas, son los estímulos más complejos a los que nos podemos enfrentar. Sólo podemos poner en marcha una emoción por vez y si ésta fuera intensa tal vez no podamos responder al resto de aspectos y características del estímulo. Cuando una pareja discute y responden sólo a lo que no les gusta del otro, no pueden sentir simultáneamente el cariño que se tienen.

La activación inconsciente de las emociones no está bajo nuestro control, no podemos hacer que nos guste lo que en ese momento aborrecemos o que nos alegre lo que nos entristece. Nuestra actividad consciente sólo puede, en ese momento, poner en marcha otro proceso emocional que podría quitarle el puesto al primero en cuanto a vivencia consciente, pero eso no cambiaría la carga afectiva asociada a nivel inconsciente al primer estímulo. Eso sólo puede cambiarlo la vida, las experiencias etc. Sólo estamos poniendo en marcha un nuevo proceso emocional que se superpone al anterior. Cuando pensamos en los aspectos positivos de algo malo, podemos sentirnos mejor mientras esos contenidos ocupen nuestra consciencia, pero no dejaremos de sufrir si de nuevo nos fijamos en lo negativo. Sería gravísimo para nuestra adaptación al medio que caprichosamente pudiéramos cambiar el impacto que las cosas han tenido para nosotros. Para no sufrir lo convertiríamos todo en color de rosa y no evitaríamos las situaciones dolorosas porque habrían dejado de serlo,

con las terribles consecuencias que esto tendría. Que la conciencia pueda repasar todos los aspectos de una situación, incluso hacer valoraciones nuevas con respecto a lo que la situación significa es muy útil para tener una percepción más completa de la realidad y nos ayuda a ampliar nuestras posibilidades de respuesta, pero sabiamente, lo normal, es que ello no acarree una desvirtualización de la realidad.

Las intuiciones son mensajes emocionales sobre las cosas que nos llegan del inconsciente y por eso no son fácilmente justificables. Pero el mensaje que nos traen nuestras intuiciones, como toda emoción, habla tanto de nosotros como del estímulo, por lo que obviamente no son necesariamente fiables. El problema es que tienden a parecernos fiables ya que cuando nos equivocamos es más difícil establecer la asociación entre la "predicción" intuitiva y la verdadera consecuencia, es como si el paréntesis quedara abierto eternamente, porque simplemente no se recibe el dato esperado (incluso llegamos a justificarlo conscientemente cuando nos damos cuenta ya que "nunca se sabe" lo que podría pasar en el futuro y, por tanto, "podría acabar teniendo razón yo"). En cambio, la asociación se establece sin problemas cuando la predicción se confirma, lo que refuerza nuestra sensación de fiabilidad con respecto a nuestras intuiciones.

Puesto que los estados afectivos son una de las principales líneas de conexión entre los contenidos de nuestra MLP, cuando se activa una emoción se activan a nivel inconsciente todos los contenidos de dicha red que además tendrán prioridad de paso a conciencia por estar relacionados con los contenidos que en ella están. Esto, como ya hemos señalado anteriormente, nos permite manejar datos útiles para la tarea con un alto grado de eficacia, así como establecer asociaciones entre situaciones muy dispares en todo lo demás. Así, aparte del miedo, ¿qué más tienen en común un incendio y una inundación? Nada, pero todo aquello que nos sirvió para salvar la vida en una, pudiera salvarnos la vida en la otra. Esta irrupción de

contenidos con cargas afectivas equivalentes permite explicar, por ejemplo, por qué en estados depresivos nuestra mente se llena de contenidos tristes.

De lo dicho anteriormente se deduce cómo, aparte de los cambios fisiológicos que se dan a nivel cerebral, las emociones influyen sobre nuestro pensamiento. Pero no como un obstáculo para el ejercicio intelectual eficaz y racional, aunque a veces pudieran serlo, sino como una fuente de información fundamental para poder afrontar las situaciones con éxito.

El razonamiento lógico deductivo es una forma "infalible" de razonar siempre y cuando se base en conocimiento preciso. Si bien nuestro conocimiento del mundo no es perfecto y, por tanto, el error es ineludible, para muchos esta forma de pensar sería el objetivo a alcanzar. El problema es que es altamente desadaptativa en la mayoría de las situaciones a las que ha de enfrentarse una persona, ya que este tipo de razonamiento sólo es aplicable si se tiene toda la información necesaria; de hecho, la conclusión ya está contenida en las premisas y el razonamiento lógico sólo la desvela. Pero en la vida cotidiana debemos tomar decisiones basadas en muy pocos datos. Las reglas de la vida, especialmente en las relaciones sociales, no están escritas, no son claras ni permanecen estables. Nuestra mente se enfrenta a esa situación a diario y, aunque no es infalible y comete errores, toma decisiones, sobrevive y no se bloquea. Que de momento sigamos existiendo como especie, demuestra la eficacia del sistema. Esta forma de razonar basada en nuestra experiencia se conoce como pensamiento heurístico y es la que tratan de reproducir los sistemas expertos en el ámbito de la inteligencia artificial (Adarraga y Zaccagnini, 1994).

Por tanto, y para terminar, cuando contemplamos nuestra mente, lo que contemplamos es, entre otras cosas, un sistema capaz de adaptarse rápidamente a una situación de la que apenas tiene unos pocos datos, lo que

consigue gracias a la interacción entre sus modalidades de procesamiento consciente e inconsciente. (Govier y Govier, 1991).

Bruner y Minturn (1955); Bugelsky y Alampay (1961). Plantean que:

Un estímulo ambiguo era percibido según los estímulos que lo precedían. En el primer caso, el estímulo ambiguo era interpretado como la letra B o el número 13, según siguiese a una serie de letras o números. El segundo de los ejemplos es el dibujo conocido como el "hombre-rata", hombre si era presentado tras una serie de dibujos de personas o rostros y rata si era posterior a la presentación de una serie de dibujos de animales. Así pues, los contenidos ya presentes en la consciencia influían en el procesamiento de las señales que posteriormente recibía el organismo. (P. 428)

Además, ya se han identificado algunas de las conexiones neurológicas por lo que los procesos arriba-abajo pueden afectar a los procesos abajo-arriba (Pribram y Martín, 1995). El procesamiento consciente es más flexible porque "sigue" reglas pero no está "gobernado" por ellas (Smolensky, 1988).

Por percepción subliminal o inconsciente se entiende el procesamiento de información del exterior que, gracias a distintas técnicas, no accede a consciencia, pero sí es utilizada en distintas tareas.

Existe una línea de investigación, conocida como "activación psicodinámica subliminal" en la que se comparaba la respuesta a frases como "Mamá y yo somos uno" (p.ej. la fantasía simbiótica en esquizofrenia) y a frases neutras como "La gente está paseando" tanto a nivel subliminal como supraliminal, así como las diferencias entre sujetos normales o aquejados de una patología relacionada con el mensaje subliminal (Silverman y Weinberger, 1985; Orbach et al., 1994). El problema es que,

además de los errores metodológicos cometidos, sólo encuentran resultados positivos el grupo de Silverman y no los investigadores independientes (Brody, 1988; Weinberger y Hardaway, 1990). Y tienden a interpretar los datos como una confirmación del modelo psicodinámico en su totalidad sin tener en cuenta otras posibles explicaciones más elementales (Weinberger y Hardaway, 1990).

La complejidad en la regla, el tiempo de práctica y cómo se pregunte por la regla al sujeto son variables que no son ni mucho menos equivalentes entre unas investigaciones y otras, lo que justifica las diferencias en los resultados encontrados.

Un ejemplo de estas reglas de interacción se da cuando tenemos algo "en la punta de la lengua". En ese momento, paradójicamente, sabemos que poseemos una información que desconocemos. A veces, podemos nombrar algunas de sus características, por ejemplo, la letra por la que empieza, pero sin acceder a ella. Y muchas veces cuando, hartos de no dar con ella, abandonamos la búsqueda, es cuando instantes después irrumpe en nuestra conciencia con total claridad. La incapacidad para recuperar la información que buscamos ejemplifica la primacía de la actividad consciente ya que da órdenes de búsqueda equivocadas, pero que el inconsciente obedece. La certeza de que tenemos la palabra es un ejemplo del flujo de la información del inconsciente a la conciencia. Y el que recuperemos la información después de haber renunciado a encontrarla, quiere decir que la búsqueda de dicha información se había mantenido a nivel inconsciente, lo que pone de manifiesto, por un lado, cómo la conciencia marca objetivos al inconsciente y, por otro, cómo éste no lidera la acción hasta que la conciencia está "relajada".

Basta que un estímulo sea presentado repetidamente sin que el sujeto lo perciba conscientemente para que genere una reacción afectiva de

preferencia que no puede ser atribuida, por tanto, al reconocimiento del objeto (Zajonc, 1968; Kunst-Wilson y Zajonc, 1980; Seamon, 1984; Zajonc, 1984; Bonano y Stilling, 1986; Mandler, 1987). Esta reacción de preferencia es mayor cuando los estímulos se presentan de forma subliminal que cuando son presentados supraliminalmente (Bornstein y D'Agostino, 1992).

Cuatrocientos años antes de Cristo, el griego Demócrito ya nos advirtió de que "hay muchas más cosas perceptibles de las que observamos" conscientemente. Muchos otros filósofos hablaron de ello y son legión los artistas de distintas épocas, especialmente del Renacimiento, que enmascararon mensajes de todo tipo en sus obras.

En 1917, el doctor O. Poetzl, discípulo de Freud, cifró en unos 100.000 los estímulos diarios que recibe el ojo humano. Somos conscientes de muy pocos de ellos.

Lucía Sutil, doctora en Psicología por la Universidad Complutense de Madrid, gracias a su tesis "Los mensajes subliminales en la publicidad" (2005), es una de las mayores especialistas del mundo hispano en este tema. Actual directora del Centro de Estudio y Gestión de la Inteligencia y profesora de la madrileña Universidad Carlos III, lleva veinte años estudiando el uso de técnicas subliminales y advierte de que está mucho más extendido de lo que podría creerse.

Como ejemplo práctico e impactante sugiere la contemplación del cuadro de Picasso "El sueño", que retrata una mujer de expresión feliz en apariencia durmiendo en un sofá. "Esta pintura no es inocente. Para saber qué está soñando la mujer observemos la cabeza y las manos", indica Sutil. "La cabeza está rota en dos y si nos fijamos en la parte superior veremos un pene disimulado". En cuanto a las manos, la derecha la apoya sobre el bajo

vientre y "tiene seis dedos en lugar de cinco. Obviamente, es un efecto de movimiento". La mano izquierda está junto a la derecha pero se insinúa también en movimiento sobre su seno derecho. "Conclusión: la pintura de Picasso nos muestra a una mujer satisfecha porque se está masturbando".

Cuando los publicistas descubrieron que el enmascaramiento de la realidad se podía aplicar a sus productos para mejorar las ventas, aquéllos con menos escrúpulos comenzaron a hacerlo. De hecho, algo parecido al cuadro de Picasso se aprecia en un viejo anuncio de un diario británico, popular entre los estudiosos de lo subliminal, en el que aparece una mujer con una copa en una mano y su otra mano sobre el hombro. Si se invierte la imagen, el efecto es parecido al cuadro del pintor malagueño.

El experimento más conocido sobre la influencia de la publicidad subliminal se realizó en un cine de New Jersey, EE. UU., en 1957, cuando el psicólogo norteamericano James Vicary utilizó un aparato denominado taquitoscopio sincronizado con el proyector que ofrecía la película "Picnic".

Vicary insertó en días alternos dos mensajes: "Bebe Coca-Cola" y "¿Tienes hambre? Come palomitas" que lanzó a una velocidad de 1/3.000 segundos. Ahí está la clave: el ojo humano es lento y una imagen proyectada con semejante rapidez no es captada a nivel consciente pero sí preconscious. Los días en los que incluyó publicidad subliminal, la venta de palomitas creció casi un 60% y la del refresco un 20%. El análisis final concluía que el mal tiempo climatológico redujo el consumo de bebida y afirmaba que si su frase hubiera incluido un "hace calor" o "tengo sed", la venta se hubiera incrementado de manera equivalente a la del maíz.

En la misma época, otro estadounidense, Vance Packard, empezó a sensibilizar a la opinión pública con su libro "Los persuasores ocultos", donde recogía testimonios reales de publicistas como aquel de Mikwaukee

que le dijo textualmente: "las mujeres pagan 2 dólares y medio por una crema para el cutis pero no más de 25 centavos por una pastilla de jabón. ¿Por qué? Porque el jabón sólo promete limpiarles y la crema promete hacerlas hermosas. Resultado: los jabones han empezado a prometer belleza además de limpieza."

La técnica publicitaria subliminal es entonces la venta de una promesa. El consumidor no compra un refresco, sino juventud y belleza; no compra zumo de frutas, sino salud; no compra un coche, sino prestigio, potencia o aventura.

En su libro "Subliminal, escrito en nuestro cerebro", el periodista de Radio- Televisión Española (RTVE) Eduardo García Matilla cuenta cómo descubrió que Alfred Hitchcock utilizó esta técnica en una de sus películas más famosas, "Psicosis" al sobreimpresionar la calavera de la madre del personaje Norman Bates sobre el rostro del actor Anthony Perkins. Las cuencas vacías y los dientes descarnados del cadáver disecado coincidían sobre la boca y ojos vivos y así consiguió un efecto inadvertido para millones de espectadores, que simplemente sintieron el miedo producido por el impacto de la combinación de imágenes.

"Los publicistas niegan la existencia de mensajes subliminales, entre otras cosas porque esta práctica es ilegal, y si se descubre alguno invocan la casualidad", denuncia Sutil (Ibid.), quien añade que estos mensajes no obligan directamente "pero sí generan la necesidad inconsciente de que la persona compre o haga una cosa. Si se aplica con tiempo e intensidad suficientes, acaba actuando como si realmente fuera su voluntad." (p. 352)

Para demostrar la existencia y mensurabilidad de la estimulación subliminal se utilizan dos aparatos: el que registra la RPG o Respuesta

Psicogalvánica que mide las emociones y el EEG o Electro Encefalograma que registra la actividad de la corteza cerebral. Cuando a un sujeto se le conectan ambas máquinas y se le muestran láminas sin trucaje, las respuestas son normales. Cuando hay trucaje, la normalidad se mantiene en el EEG pero no en la RPG que revela el impacto emocional.

¿Es verdad que se ven mujeres desnudas en los cubitos de hielo, como dice la leyenda urbana? "No es una leyenda", especifica Sutil, "se ven dos tipos de seres: mujeres y monstruos, según el tipo de consumidor al que se dirija el producto. Lo comprobé por casualidad durante el tratamiento de una paciente que era heroinómana aunque no lo supe hasta que ella descubrió los llamados monstruos negros o derretidos en un anuncio, similares a los que contemplaba cuando atravesaba su fase de 'mono' por carencia de droga". (p. 256)

Pese a todo, hay esperanza. "El efecto subliminal se puede controlar", afirma la doctora, "al descubrir su existencia y por tanto hacernos conscientes de ella. Entonces, el mensaje abandona el preconsciente y su efecto queda anulado". (p. 125)

En La Gestalt inconsciente y la percepción subliminal, se encuentra que los procesos de organización de los estímulos primarios en formas funcionan no sólo al nivel de lo que nuestra atención enfoca. Los conceptos de figura y fondo, en situaciones reales, no son tan simples como en un diagrama didáctico. A una de las figuras se le presta la mayor atención y es percibida de forma consciente. Pero aún el fondo se compone de un número indefinido de figuras secundarias, de las cuales no estamos al tanto de manera consciente, y penetran en nuestro sistema a través de los llamados "canales colaterales". A estos estímulos se les denomina subliminales.

Los mensajes subliminales (sub-liminal: por debajo del umbral) son aquellos que acceden a nuestro sistema cognitivo sin que nos percatemos conscientemente de que esto sucede.

Ya en el siglo IV A.C. el filósofo griego Demócrito afirmaba que "hay muchas más cosas perceptibles de las que podemos percibir conscientemente". Platón, Aristóteles y Leibniz reconocieron fenómenos equivalentes. O sea, es un error creer que sólo existe percepción de aquello de lo que se es consciente.

Al leer un periódico o página Web prestamos poca atención a los anuncios publicitarios, apenas unos milisegundos y de refilón. Pero eso basta para lograr el efecto deseado: el mensaje entra en nuestro sistema informacional.

En 1966 los psicólogos Wolitzky y Klein mostraron a un grupo de sujetos experimentales una figura encubierta -un pato- formada por los contornos de la figura perceptual dominante -una rama de árbol-. La figura oculta influyó poderosamente en otras imágenes posteriores presentadas a dichos sujetos, aunque al describir el estímulo no mostraron evidencia de percatarse conscientemente del mismo, incluso tras varias exposiciones.

Las figuras disimuladas o emborronadas que no rebasan el umbral de la conciencia, implican que el proceso gestáltico de organización afecta la entrada de información sensorial en un punto más allá de aquel al que esta información tiene acceso (inatención selectiva).

Los creadores de anuncios publicitarios conocen esto y lo aplican en sus anuncios. Camuflan estímulos por diversas partes del anuncio sabiendo que se harán efectivos en sueños (efecto Poetzl), o en cualquier momento posterior.

Otro fenómeno que provoca estímulos subliminales es la "defensa perceptual" (el estímulo supraliminal actúa como subliminal). Se plantea que todo lo que agrede a la conciencia y al sistema ético con implicaciones emocionales negativas, es ignorado por la mente. El ser humano tiene la capacidad de bloquear información cuando ésta se opone a sus valores conscientes. Dicha información, no obstante, evoca sentimientos o deseos y llama la atención sobre cosas de las que la conciencia no tiene noticia. (Ej: estímulos de naturaleza homoerótica en anuncios de cigarrillos o bebidas).

En los óleos y también en cuadros creados con otras técnicas se pueden incluir mensajes emborronados o enmascarados, mediante imágenes que evoquen estados de terror, lujuria o dependencia. También a través de frases textuales aunque estas, según algunos autores, pierden universalidad debido al idioma. Los hay que discrepan sobre este punto y sostienen que puede ser efectivo un mensaje subliminal en una lengua extranjera. Velázquez, Goya, Klee, Ernst, Dalí y Picasso, entre muchos otros, emplearon magistralmente esas prácticas.

En el cine se usa la técnica de imágenes estroboscópicas o fotogramas insertados en la secuencia del filme. Estos trabajan sobre los impulsos primarios provocando sensaciones como las mencionadas en párrafos anteriores. Quizá una de las obras que más directamente toca el tema es La Agencia de George Kaczender (1980, traducida a veces como Juegos Mentales), cuyo protagonista se descubre viviendo en un mundo donde las masas son manipuladas mediante mensajes subliminales por doquier. Otros filmes que no se refieren al subliminal pero que usan o abusan de esta práctica son La Guerra de las Galaxias de George Lucas (1977), Fantasía de Walt Disney (1940), El Exorcista de William Friedkin (1973), JFK de Oliver Stone y Fight Club de David Fincher. Otros han insertado mensajes publicitarios subliminales de sus patrocinadores, como la propaganda de Smarties en E.T., o la de Nike en Terminator.

Los mensajes subliminales o implícitos son mensajes que llegan al cerebro en fracciones de segundo sin que el consciente lo capte y quedando almacenado en el preconscious, condicionando a las personas para un fin específico, ejemplo: comprar algo, decidir algo, etc. son usados en televisión, cine, programas computarizados, etc. El poder de la música: Un estudio realizado en la Universidad de Stanford Hartman, E (2007) reveló que la música es uno de los estímulos más poderosos que existen para evocar sensaciones en el cuerpo humano, gracias a que los nervios auditivos son los que más predominan dentro de todos los sentidos humanos.

Ese poder ha sido utilizado a través de los años por hombres astutos que han notado el impacto que tiene la música sobre el comportamiento humano. En China por ejemplo, 2000 años a. c., un emperador llamado Chum monitoreaba la salud de su vasto reino a partir de la música que producían, años después Platón se hizo eco de las palabras del emperador chino al decir: "cuando las formas de la música cambian, las leyes fundamentales del estado cambian con ella", ya en el siglo XX Lenin, cofundador del comunismo, añadió: "Una manera fácil de destruir una sociedad es a través de su música".

Los musicoterapeutas saben de ese poder y lo están utilizando para ayudar en el tratamiento y curación de enfermedades tanto físicas como mentales. Los empresarios por su parte, también se aprovechan y montan complejas redes comerciales alrededor de la música cuyas ganancias son multimillonarias gracias a la venta de discos compactos, cintas, sistemas de audio, conciertos etc. De hecho, la revista National Review clasificó a la industria del audio como una de las más prósperas de nuestro siglo.

A nivel consciente la clave para vender siempre ha sido la misma: observar que generó musical domina el interés de las masas y desarrollar canciones con letras y ritmos que logren captar la atención de las

multitudes. El sexo, al igual que en la publicidad, juega un papel clave para lograr ese objetivo.

Hacer anuncios relacionados con el sexo es una táctica que los publicistas han encontrado como muy efectiva para que el consumidor compre productos, la razón es casi obvia, todos piensan en sexo; las hormonas están a la orden del día a todas horas, ya que todas las personas son seres sexuales y gracias a que la misión por la vida es reproducirse, es natural que se piense en la sexualidad todo el tiempo, claro, gran parte de estos pensamientos están en el preconsciente, los sueños y las cosas que no se razonan.

Cuando los publicistas hacen un comercial con imágenes o frases que inciten al sexo o simplemente a echar un "taco de ojo" a las curvas de una chica en bikini anunciando un refresco, es seguro que ese refresco aumentará sus ventas. El sexo es una necesidad intrínseca y natural del ser humano y es por eso que cuando se ve al refresco y a la chica (o viceversa) y se compara ese anuncio con uno que solo tiene una simple lata fotografiada, es fácil saber cuál se inclinará.

El problema que surge con esta publicidad es que el espectador del anuncio es víctima de estímulos al preconsciente y estos influyen en las decisiones (de compra sobre todo). Es difícil cuantificar los anuncios que utilicen la técnica subliminal y cuántos consumidores responden a los efectos del anuncio.

Sin embargo, las cosas cambiaron después de la segunda mitad del siglo XX, cuando los publicistas se iniciaron en las técnicas para inducir a la compra de productos a través de mensajes subliminales sexuales en los anuncios. Un claro e inocente ejemplo de ello lo podemos percibir en la botella del refresco Coca - Cola; parte de su éxito radica en la clásica forma

con curvas que tiene su botella, muy afines a las de una chica.

Aunque el ejemplo anterior se puede considerar que no tiene mucho que ver con el sexo en la publicidad subliminal, o al menos un ejemplo no tan desarrollado como los actuales, los anuncios subliminales están hoy en día muy bien cuidados, ya que hacer ese tipo de anuncios está penado en muchos países.

Key (1983) plantea:

El Sexo presentado como en forma de Placer Subliminal destacando estudios en Estados Unidos donde publicó su libro llamado "Seducción subliminal" en el cual reveló muchos aspectos sobre las técnicas que hacen uso del sexo en la publicidad subliminal y también denunció la negligencia de los publicistas por seguir utilizando dichas técnicas y no poner atención a sus efectos. Este mismo profesor realizó en 1971 un estudio entre mil hombres y mujeres, y los puso a que observaran con detenimiento un anuncio de Ginebra Gilbey's en un tiempo determinado, los resultados del estudio arrojaron que 38% de los mil sólo pudieron percibir una botella y un vaso con hielos, pero 62% sintieron sensaciones de lujuria y satisfacción al ver tal anuncio. El de Gilbey's se trata de un anuncio aparentemente normal, el cual costó 7 mil dólares su trabajo de arte y casi 65 mil dólares su publicación en la contraportada de la revista Time Edición Mundial (aunque también fue publicado en Playboy), y en total lo vieron 24 millones de personas generando unas arrolladoras ventas. (p.202)

Al fijar la vista en los cubos de hielo, se observa que en el tercer cubo empezando por arriba, se ven 2 trazos gruesos paralelos, en la que se descubre una E. Más arriba, en la unión de la raja de limón con el hielo, aquí es más difícil verla, pero hay una letra S. En el hielo de abajo, hay un pequeño triángulo en la parte inferior y unos trazos que forman un aspa, ahí

aparece una letra X muy oculta. Así se forma la palabra SEX, que en español es SEXO. (ver anexo)

En las películas de Walt Disney se incluye mensajes subliminales en muchas de sus producciones; por ejemplo, en la película de Bernardo y Bianca (The Rescuer) 1977, aparecen fotos pornográficas en la ventana de un edificio de apartamentos. (Ver anexo).

Muchos teóricos, y entre ellos los colegas de Poetzle, postularon que lo subliminal actúa como una bomba de tiempo sobre el comportamiento humano. Es decir, el efecto de un estímulo subliminal sembrado hoy pudiera verse a los pocos minutos, horas, semanas, meses o años más tarde.

Existe una variante conforme a la persona que lo recibe y en base a ello se establecen dos posiciones adicionales: puede que nunca estallen y más importante aún, pueden ser desactivados.

Para desactivar el efecto de los mensajes subliminales se necesitan una red de criterios. Los criterios son leyes que dirigen la vida. Estas leyes están en la conciencia de cada individuo y con ellas se pueden "filtrar" los mensajes subliminales y sus efectos.

La desnudez humana no tiene nada de malo o de bochornoso. El cuerpo es una expresión bella de la perfección y la armonía tanto en lo físico como en lo espiritual. Pero la desnudez del cuerpo implica un acto de entrega y de intimidad que requiere respeto, valoración, aprecio y pudor para poder guardar del abuso algo que es tan valioso. La información amenazadora depositada en el inconsciente debe ser enterrada o transformada en algo relativamente inofensivo antes de ser admitido en la conciencia.

De alguna manera, el contenido percibido subliminalmente es aislado y transformado para su reproducción posterior en los sueños. El descubrimiento sugiere que los estímulos inducidos de modo subliminal actúan con un efecto de reacción retardada de "alarma de reloj" o "bomba de tiempo" sobre el comportamiento.

Poetzle (1919) afirma:

Una relación entre los estímulos subliminales, la sugestión poshipnótica y la neurosis compulsiva. Un individuo realiza los actos que se le han indicado o programado que haga sin ningún conocimiento de por qué está haciendo dichas cosas. La relación entre los estímulos subliminales y las sugerencias poshipnóticas son muy importantes. (p.565)

Aunque nunca entró en vigor, se introdujo una ley en seis de las legislaturas estatales y en el Senado de Estados Unidos, a fin de prohibir legalmente el uso de técnicas subliminales en los medios de comunicación masiva.

La mayor parte de los mecanismos para atraer a la gente se basan en estrategias de seducción, ya que no se trata de convencer, sino de seducir. La seducción se basa en el dominio de las emociones y la transferencia global, es decir, focalizar la atención del sujeto en una característica fascinante y segundo, hacer que se transfiera eso que le agrada al total del ser. La seducción tiene sus efectos provocando la activación de los mecanismos del psiquismo humano: el adormecimiento de la racionalidad y la transferencia globalizadora.

La Legislación Vigente Sobre Publicidad Subliminal teniendo en cuenta una serie de disposiciones generales señala lo siguiente:

Art. 1 El presente ordenamiento tiene por objeto reglamentar el control sanitario de la publicidad de los productos, servicios y actividades a que se refiere la Ley General de Salud.

Art. 2 Para los efectos de este Reglamento, se entenderá por:

I. Agencia de publicidad, a quien tenga como actividad principal la creación, diseño, planificación y ejecución de campañas publicitarias, así como la contratación, por cuenta y orden de anunciantes, de espacios para difusión a través de los distintos medios de comunicación.

II. Anunciante, a quien utiliza la publicidad para dar a conocer las características o beneficios de sus productos y servicios.

III. Anuncio publicitario, al mensaje dirigido al público o a un segmento del mismo, con el propósito de informar sobre la existencia o las características de un producto, servicio o actividad para su comercialización y venta o para motivar una conducta.

IV. Artículo promocional, al objeto que se obsequia al público y que contiene impresa la marca, nombre, logotipo o frase publicitaria de algún producto o servicio.

V. Campaña publicitaria, a la difusión programada de varios anuncios publicitarios sobre el mismo producto o servicio, adaptados a los diferentes medios de comunicación.

VI. Ley, a la Ley General de Salud.

VII. Medio de difusión, al que se utiliza para difundir los anuncios publicitarios a la población en general y que incluye a la televisión, cine, radio, espectacular, laterales de transporte, anuncios luminosos, carteles, prensa, revistas, correo directo, catálogos, folletos, volantes, material de punto de venta, así como a cualquier otro medio de comunicación, sea impreso, electrónico, telefónico, informático, de telecomunicaciones o mediante otras tecnologías.

VIII. Patrocinio, al respaldo económico otorgado para la promoción de una persona física o moral o para la realización de una actividad o evento.

IX. Publicidad, a la actividad que comprende todo proceso de creación, planificación, ejecución y difusión de anuncios publicitarios en los medios de comunicación con el fin de promover la venta o consumo de productos y servicios.

X. Secretaría, a la Secretaría de Salud.

Art. 3 La aplicación e interpretación del presente Reglamento corresponde a la Secretaría, así como a los gobiernos de las entidades federativas en sus respectivos ámbitos de competencia de conformidad con los acuerdos de coordinación que, en su caso, se suscriban, sin perjuicio de las atribuciones que en materia de publicidad correspondan a otras dependencias del Ejecutivo Federal.

Art. 4 La publicidad destinada a ser difundida en el territorio nacional, independientemente de su procedencia, se ajustará a lo dispuesto en la Ley, este Reglamento y demás disposiciones aplicables.

Art. 5 No estará sujeta a este Reglamento la publicidad que se realice sobre ofertas o promociones comerciales relacionados exclusivamente con el precio de los productos, servicios y actividades, pero cuando se refiera a ellos en forma particular o por sus marcas deberá incluir la leyenda que, en su caso, corresponda.

Art. 6 La publicidad será congruente con las características o especificaciones que establezcan las disposiciones aplicables para los productos o servicios objeto de la misma, para lo cual no deberá:

I. Atribuirles cualidades preventivas, terapéuticas, rehabilitatorias, nutritivas, estimulantes o de otra índole, que no correspondan a su función o uso, de conformidad con lo establecido en las disposiciones aplicables o en la autorización otorgada por la Secretaría.

II. Indicar o sugerir que el uso o consumo de un producto o la prestación de

un servicio, es un factor determinante para modificar la conducta de las personas.

III. Indicar o inducir a creer explícita o implícitamente que el producto cuenta con los ingredientes o las propiedades de los cuales carezca.

Art. 7 La publicidad será orientadora y educativa respecto del producto o servicio de que se trate, para lo cual deberá:

I. Referirse a las características, propiedades y empleos reales o reconocidos por la Secretaría, de los productos, servicios y actividades, en idioma español, en términos claros y fácilmente comprensibles para el público a quien va dirigida.

II. Proporcionar información sanitaria sobre el uso de los productos y la prestación de los servicios, la cual deberá corresponder, en su caso, a las finalidades señaladas en la autorización respectiva.

III. Señalar las precauciones necesarias cuando el uso, manejo, almacenamiento, tenencia o consumo de los productos o la prestación de los servicios pueda causar riesgo o daño a la salud de las personas, de conformidad con lo siguiente:

a. Contener información sobre las especificaciones para el uso adecuado del producto o servicio de que se trate, así como de los daños que pudieran ocasionar a la salud.

b. Incorporar la información a la que se refiere el inciso anterior a la imagen gráfica del producto para evitar un error del consumidor.

c. Estar impresas en colores contrastantes y en los tamaños señalados en el artículo 10 de este Reglamento.

d. Estar redactadas en formas literarias positivas, cuando se trate de dar instrucciones para el uso.

e. Estar redactadas en formas literarias negativas cuando se trate de prevenir al consumidor sobre los riesgos que el producto pueda representar.

Art. 8 No se podrá realizar publicidad que propicie atentar o poner en riesgo

la seguridad o integridad física o mental o dignidad de las personas.

Art. 9 La publicidad no es comprobable o no corresponde a la calidad sanitaria, origen, pureza, conservación, propiedades nutritivas y beneficios de empleo de los productos o servicios, cuando:

- I. Induzca al error.
- II. Oculte las contraindicaciones necesarias.
- III. Exagere las características o propiedades de los productos o servicios.
- IV. Indique o sugiera que el uso de un producto o la prestación de un servicio, son factor determinante de las características físicas, intelectuales o sexuales de los individuos, en general, o de los personajes reales o ficticios que se incluyen en el mensaje, siempre que no existan pruebas fehacientes que así lo demuestren.
- V. Establezca comparaciones entre productos cuyos ingredientes sean diferentes, cuando por ello se puedan generar riesgos o daños a la salud.

Art. 10 Las leyendas o mensajes sanitarios que deberán aparecer en la publicidad de productos, servicios y actividades, salvo en aquellos casos en que el propio Reglamento indique otros términos, se sujetarán a lo siguiente:

- I. En los anuncios que se difundan por televisión y cine, las leyendas escritas deberán tener una duración mínima equivalente a la cuarta parte de la duración total del anuncio, aparecer en colores contrastantes, estar colocadas horizontalmente, con letra helvética regular no condensada y con un tamaño equivalente a 40 puntos por letra, en proporción a una pantalla de televisión de 14 pulgadas. Las leyendas auditivas deberán pronunciarse en el mismo ritmo y volumen que el anuncio, en términos claros y comprensibles.
- II. En los anuncios impresos, las leyendas deberán tener las características a que se refiere la fracción anterior y su tamaño deberá ser:
 - a. Para anuncios espectaculares con una medida de cuando menos 1290mm

x 360mm la leyenda será de 60 puntos de altura que deberá ajustarse proporcionalmente al tamaño del anuncio.

b. Para cualquier otro anuncio impreso, los textos deberán aparecer en un tamaño no menor de 20 puntos de altura en proporción a una página de 21.5 cm x 28 cm.

c. En el caso de anuncios electrónicos de banda continua, por cada cuatro espacios deberá existir uno con la leyenda precautoria colocada en condiciones similares de tamaño y proporción al anuncio del producto.

III. En la publicidad que se difunda por radio, las leyendas serán parte integral del anuncio y se pronunciarán en el mismo ritmo y volumen de voz de éste, en términos claros y comprensibles.

IV. La publicidad que aparezca en los medios informáticos o de telecomunicación, deberá incluir las leyendas o mensajes de acuerdo con las fracciones anteriores y según el medio auditivo o visual empleado.

Art. 11 El anunciante deberá comprobar, cuando así lo requiera la Secretaría, las aseveraciones que realice en su publicidad sobre la calidad, origen, pureza, conservación, propiedades nutritivas y beneficio de empleo de los productos o servicios, así como señalar el grupo objetivo al que dirige su publicidad, para lo cual deberá presentar la información técnica y científica que la Secretaría le solicite.

Art. 12 Deberá utilizarse la denominación de tipo en la publicidad de los productos elaborados en lugares distintos a los de origen, con ingredientes semejantes y procedimientos similares a los empleados en la fabricación del original.

Art. 13 Deberá utilizarse la denominación estilo o imitación en la publicidad de los productos elaborados con ingredientes o procedimientos diversos de los utilizados en la producción de los genuinos y cuya apariencia sea semejante a la de estos últimos.

Art. 14 No se autorizará la publicidad o se suspenderá ésta, según sea el caso, cuando del análisis realizado por la Secretaría, se advierta que en ella se utilizan mensajes subliminales, entendidos éstos como los mensajes incorporados dentro de un anuncio explícito que influyen en el receptor, sin que exista una percepción consciente de dichos mensajes.

Art. 15 Las disposiciones contenidas en este Título se aplicarán sin perjuicio de lo establecido en los capítulos específicos de este Reglamento para cada producto, servicio o actividad.

5. METODO DE INVESTIGACION

5.1 Tipo de Investigación

Teniendo en cuenta la metodología de trabajo acorde a los objetivos trazados en la presente investigación, al igual que la problemática previamente planteada, se tomó como punto de partida la Psicología Dinámica y el planteamiento psicoanalítico que está fundamentado teóricamente en las leyes de la dialéctica, ciencia conjetural y en la actividad estructural.

Esta investigación se ajusta al método cualitativo, puesto que se retroalimenta con la experiencia y el conocimiento que se adquiere en la situación dada por: el análisis, la interpretación y la conceptualización inductiva, lo que garantiza la representatividad, orientación y búsqueda de nuevas evidencias que aclaren la incidencia de los mensajes subliminales visuales de contenido sexual en adolescentes.

La investigación es hermenéutica, puesto que ofrece la posibilidad de comprender de forma contemplativa mediante la asociación libre o discursos con relación al fenómeno de los mensajes subliminales.

Ser parte del conocimiento que poseen las personas seleccionadas para la investigación, luego así, explorar las situaciones sociales realizando la descripción e interpretación de las asociaciones o discursos de los participantes a través de la indagación y consecución de los resultados.

5.2 Técnicas de Recolección de Información

Se emplearon para la investigación las entrevistas abiertas, las experiencias que se encuentran en la anamnesis de cada una de las personas participantes, con relación a la incidencia de los mensajes subliminales visuales en la vida sexual de los adolescentes, todos ellos estudiantes entre los 17 y 19 años; además, se aplicó el Test de Rorschach en la escala de Exner, explorando rasgos sexuales, personales y afectivos de la personalidad del adolescente, además de la presentación de algunos estímulos subliminales visuales de contenido sexual. Todos estos instrumentos reúnen las condiciones para el estudio de la personalidad con relación a la sexualidad de los adolescentes de uno y otro sexo y la influencia de los mensajes subliminales en su estructura intrapsíquica.

Se tuvo presente cómo se expresan los impulsos ante la influencia de los mensajes subliminales visuales de contenido sexual en los jóvenes de uno y otro sexo, el análisis psicodinámico en cada uno de ellos, las repercusiones emocionales de dichos mensajes en el comportamiento de los adolescentes, las estrategias y sugerencias clínicas que se destacan.

5.3 Población y Muestra

Las personas que participaron fueron todos adolescentes de uno y otro sexo, con edades comprendidas entre los 17 y 19 años de edad, tomando una muestra representativa del 50% de la población total de estudiantes de las once Facultades de primer semestre de la Universidad de San Buenaventura de Cartagena, que han tenido contacto con influencia directa o indirecta de los medios de comunicación a través de los mensajes subliminales auditivos y visuales de contenido sexual, que por la edad que están atravesando es de vital importancia en el desarrollo y estructuración de su personalidad.

La muestra de Estudiantes de la USB de Cartagena de las Once Facultades fueron: Fisioterapia, Fonoaudiología, Bacteriología, Lenguas Modernas, Derecho, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Química, Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Contaduría y Psicología.

La población total de las Once Facultades de primer semestre es de 400 y se tomó cualitativamente una muestra del 50% de la población total que sería significativa por su tamaño, obteniéndose una representatividad con un método de selección por motivación y voluntariamente a participar al ser seleccionados acordes a su edad de desarrollo, periodo intermedio de la adolescencia, correspondiente a 200 estudiantes adolescentes de uno y otro sexo, que componían en promedio entre 18 y 19 personas de cada Facultad de primer semestre; Sandoval, C (2005) y González Rey, F (2010).

Mujeres adolescentes	80%	160
Hombres adolescentes	20%	40

Se resalta que la mayoría de estudiantes en las distintas Facultades son mujeres

5. 4. Categorías

Categorías	Subcategorías	Código	Indicadores
Influencia emocional de los mensajes subliminales visuales de contenido sexual en la expresión de los impulsos de los adolescentes de uno y otro sexo.	<p>Manifestación apática o agresiva en mujeres hacia imágenes fálicas o desnudas.</p> <p>Manifestación apática o agresiva en hombres hacia imágenes fálicas o desnudas.</p>	EIS	Rechazo Aceptación
Repercusiones emocionales de los mensajes subliminales de contenido sexual en la dinámica de la estructura de personalidad.	<p>Evitación de contacto visual y auditivo ante contenidos de corte sexual o erótico.</p> <p>Respuestas psicofisiológicas de inhibición y vergüenza ante contenidos eróticos.</p>	REC	Rechazo Excitación Ansiedad Inhibición Vergüenza Exacerbación

<p>Principales mecanismos intrapsíquicos de defensa del yo inconsciente que se presentan en los adolescentes frente a ésta clase de mensajes.</p>	<p>Utilización o empleo de algunos mecanismos de defensa del "yo" con el fin de proteger la integridad psíquica del individuo.</p> <p>Organización de las estancias psíquicas haciendo hincapié en el predominio de alguna de las mismas teniendo en cuenta el funcionamiento dinámico, económico y estructural.</p>	<p>PMI</p>	<p>Negación Proyección Desplazamiento Sublimación Formación reactiva Compensación Racionalización Expresión corporal expresión verbal</p>
<p>Influencia personal y motivación para la proyección hacia el entorno social de sus impulsos sexuales.</p>	<p>Manejo del entorno afectivo y social con la influencia de mensajes de contenido sexual o erótico y sus consecuencias.</p>	<p>IPM</p>	<p>relación filial relación con amigos relación de pareja proyección</p>

5.5. Análisis e Interpretación de la Información

En primera instancia se realizó la recolección de información con sus respectivas entrevistas de evaluación, anamnesis, proyección de filmillas con mensajes subliminales visuales de contenido sexual, aplicación del Test de Rorschach. En segundo lugar, se precedió al análisis de los resultados desde la perspectiva psicodinámica que se respalda en la fundamentación psicoanalítica, con base a las categorías previamente establecidas y guardando una coherencia estrecha con el marco referencial y el diseño de investigación y en tercera instancia se realizó la discusión y el análisis de los resultados obtenidos integrando todos los instrumentos utilizados.

6. RESULTADOS

Acorde a la investigación en la cual participaron doscientos (200) estudiantes adolescentes estudiantes de Once (11) Facultades Mujeres y Hombres cuyas edades oscilan entre 17 y 19 años respectivamente con las diferentes pruebas o instrumentos empleados se logra observar en cada una de ellas, tanto en entrevistas abiertas semiestructuradas, estímulos subliminales visuales de contenido sexual y test de Rorschach en el Sistema Comprensivo de Exner en las características relacionadas con la vida sexual, personal y afectiva; se interpretaron los resultados obtenidos (Ver Anexos) e integraron para su análisis y discusión de la siguiente forma:

6.1. Categorías e Indicadores:

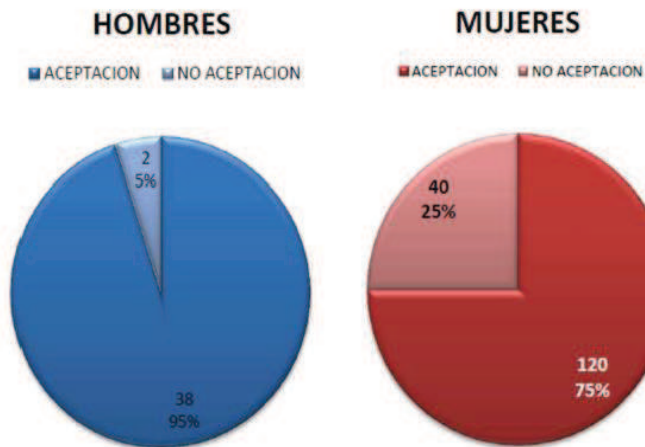
a. Expresión de los impulsos de los adolescentes de uno y otro sexo



Rechazo: Rasgos de personalidad obsesiva, minuciosidad, pensamiento crítico y agudización del sentido crítico, duda e inseguridad, tiende al perfeccionismo, a no fallar, no equivocarse.

Mujeres	140	87%
Hombres	12	30%

ACEPTACION

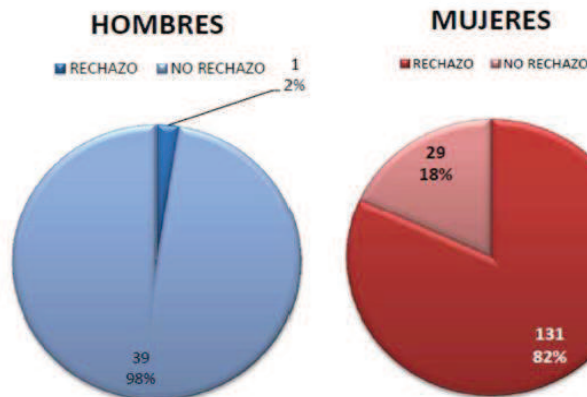


Aceptación:

Mujeres	120	75%
Hombres	38	95%

b. Repercusiones emocionales de los mensajes subliminales de contenido sexual en el comportamiento del adolescente:

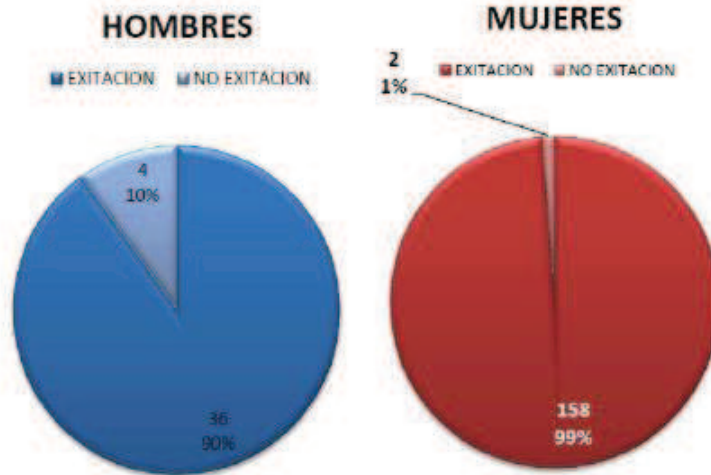
RECHAZO



Rechazo:

Mujeres	131	82%
Hombres	1	2%

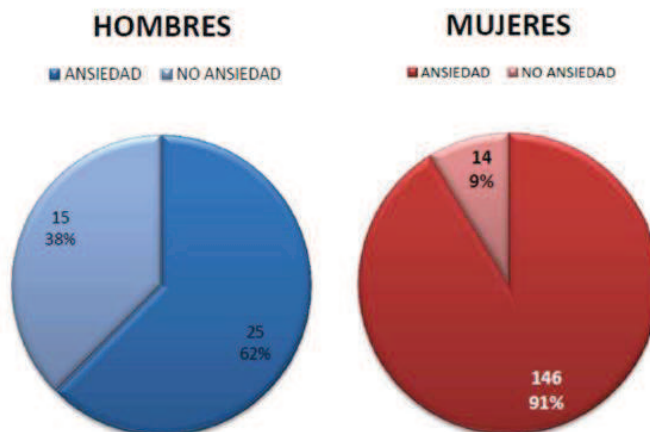
EXCITACIÓN



Excitación: canalizando adecuadamente los impulsos, socializa el afecto o impulsos sexuales

Mujeres	158	99%
Hombres	36	90%

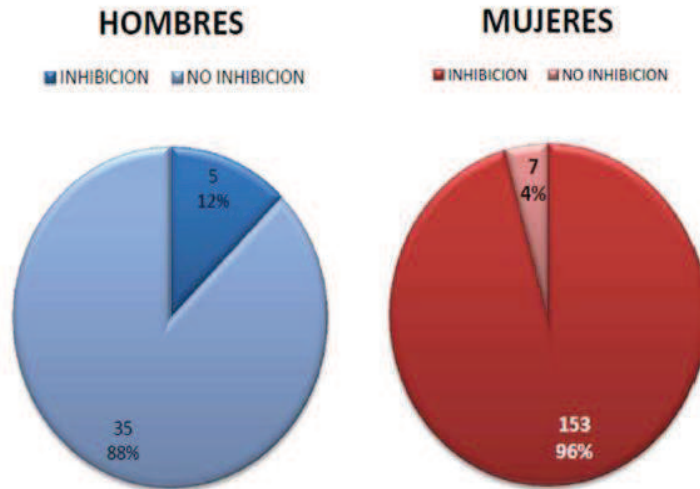
ANSIEDAD



Ansiedad:

Mujeres	146	91%
Hombres	25	62%

INHIBICION



Inhibición: el afecto, algunas veces lo reprime, yo poco social y algunas veces inhibida y sometida, rasgos de personalidad obsesivos, minuciosidad, un yo fuerte, social, su vida afectiva es equilibrada, expresa Vergüenza.

Mujeres	153	96%
Hombres	5	12%

c. Psicodinámica de la estructura de personalidad de cada uno: Principales mecanismos intrapsíquicos de defensa del yo inconsciente.

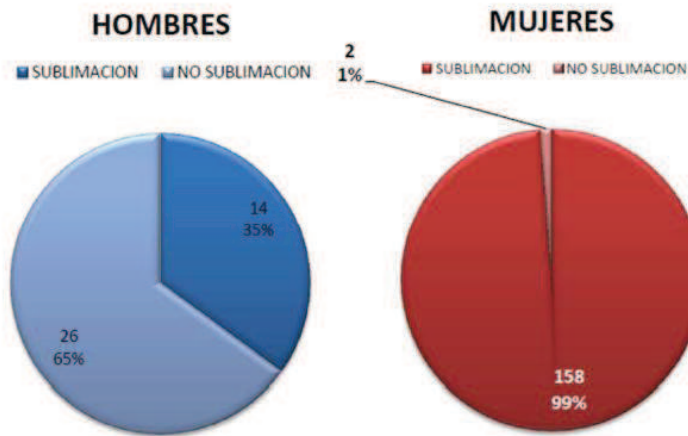
PROYECCION



Proyección:

Mujeres	160	100%
Hombres	40	100%

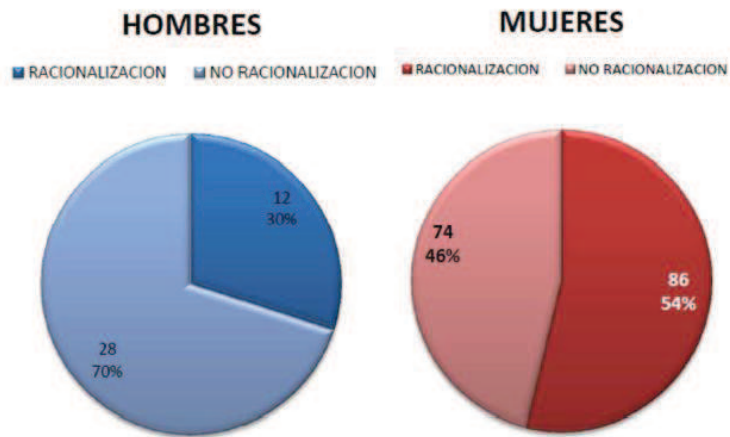
SUBLIMACION



Sublimación: En cuanto a la sexualidad, socializa el afecto o impulsos sexuales, tiene una adecuada represión y capacidad sana de sublimación.

Mujeres	158	99%
Hombres	14	35%

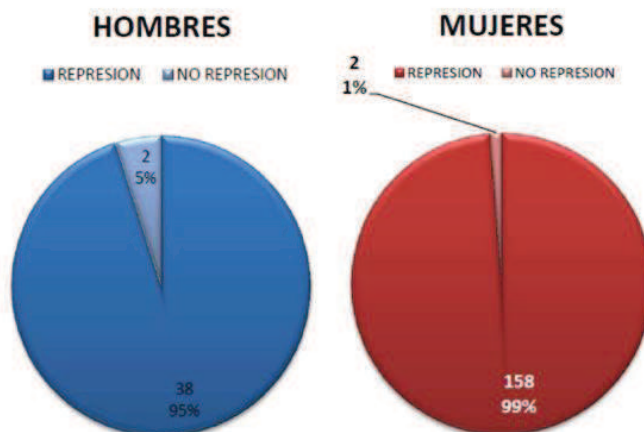
RACIONALIZACION



Racionalización:

Mujeres	86	54%
Hombres	12	30%

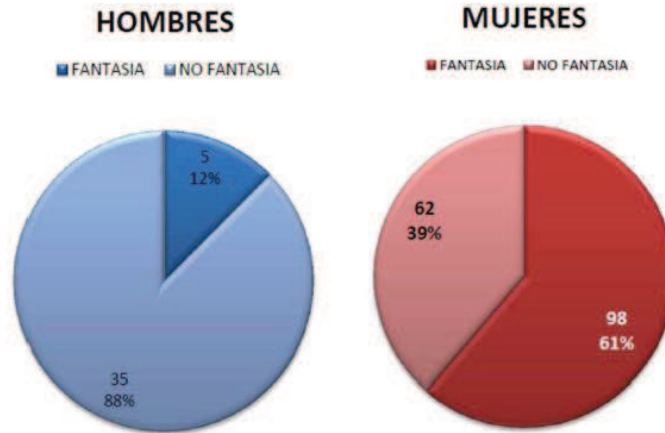
REPRESION



Represión: tiene una adecuada represión y capacidad sana de sublimación.

Mujeres	158	99%
Hombres	38	95%

FANTASIA



Fantasía: Buena imaginación.

Mujeres	98	61%
Hombres	5	12%

d. Influencia personal y motivación para la proyección hacia el entorno social de sus impulsos sexuales.

RELACION CON AMIGOS



Relación con amigos: se adapta fácilmente a las exigencias del

entorno.

Mujeres	136	81%
Hombres	19	47%

RELACION CON PAREJA



Relación de pareja:

Mujeres	141	88%
Hombres	17	42%

RELACIONES SOCIALES



Relaciones sociales: capacidad de empatía.

Mujeres	156	97%
Hombres	36	90%

Se presentan a continuación una muestra de la síntesis de diez casos de los 200 que se integraron con su respectiva interpretación, análisis y Discusión de resultados en total (Ver Anexos),

La estudiante A.H. Teniendo en cuenta los resultados de la prueba, esta persona rebusca problemas o los inventa donde no los hay, no deja nada sin remover, rasgos obsesivo compulsivos, señala comportamientos regresivos ligados a sentimientos de inseguridad con tendencias compulsivas controladas. A pesar de presentar inteligencia, capacidad de análisis y síntesis, en ocasiones, posee pensamiento rígido, crítico, automatizado y pobre, lo que puede estar relacionado con su inteligencia emocional. Muestra frialdad afectiva, incapacidad de establecer relaciones interpersonales estrechas. Esto puede ser a causa de la represión que presenta con respecto a la afectividad. Se presenta una situación traumática con relación a los conflictos con la figura materna. Suele ser una persona muy creativa y original, con fantasía o imaginación desbordada. Presenta un funcionamiento psíquico correcto, sin grandes esfuerzos, creativa, modesta, conservadora y se adapta fácilmente a las exigencias del entorno. Presenta una adecuada concepción del mundo con un apropiado sentido y análisis de la realidad; muestra madurez emocional presentando una adecuada concepción del mundo con un apropiado sentido y análisis de la realidad. Madurez emocional aunque en ocasiones puede presentar pobreza ideativa, rigidez yoica, inhibida y represión de impulsos, lo cual guarda estrecha relación con los estímulos subliminales y la entrevista realizadas dejando notar además los mecanismos de represión, negación, desplazamiento, sublimación y fantasía. Fuertes tendencias destructivas, sublimadas en parte, que la conducen a la competencia, creatividad e individualidad para compensar su inseguridad. Tiende al perfeccionismo, no fallan, no les gusta equivocarse, excesiva minuciosidad, cautelosa, convencionalista, meticulosa, modesta y conservada. Se adapta a las exigencias del entorno, cumple efectivamente con demandas.

La estudiante L.O. Presenta falta de preocupación o poco interés por los aspectos y facetas humanas y sociales, esto puede ser a causa de la presión en la afectividad que presenta, pensamiento rígido, automatizado y pobre. Expresiones sexuales reprimidas. Presenta fantasía, imaginación desbordada, suele ser muy creativa y original; los mecanismos defensivos de represión, sublimación, formación reactiva y fantasía, estilo de vida habitual, ajustada, enfrenta situaciones cargadas emocionalmente. Adecuada concepción del mundo con un apropiado análisis y sentido de la realidad. Presenta madurez emocional. En ocasiones, puede presentar fuertes tendencias destructivas sublimadas que la conduce, en parte, a la competencia, creatividad e individualidad para compensar su inseguridad y temores internos. Posee un yo rígido, ordenado, inhibido.

El estudiante J.M. Muestra una inteligencia teórico-abstracta, humor alegre, buena disposición hacia ésta y adecuado estado de ánimo; falso pudor, represión sexual. Los mecanismos defensivos más usados fueron los de racionalización, de negación y de sublimación. Demuestra ser una persona realista, con una adecuada concepción del mundo y apropiado análisis y sentido de la realidad. En ocasiones, muestra frialdad afectiva ante algunas situaciones, incapacidad de establecer relaciones interpersonales estables, esto puede ser por causa a la represión en la afectividad que muestra. Los resultados indican fantasía, imaginación desbordada, busca ser original apoyado en la creatividad. Muestra un funcionamiento cognitivo inmaduro e infantil; poco elaborado a causa del pensamiento rígido y pobre que presenta, lo que lo puede llevar a evitar el compromiso e indecisión. Indican fuertes tendencias destructivas, sublimadas en parte, que conducen a la competencia, creatividad e individualidad para compensar su inseguridad y temores internos, introversión, yo fuerte, fantasioso e individualista, lo hace una persona dominante. Su pensamiento estereotipado y automatizado lo puede llevar a

ser psicorígido en algunas situaciones de la vida.

La Estudiante N.M. Presenta rasgos depresivos; expresa y percibe lo que es concreto, lo obvio e inmediato del entorno; la persona está interesada en aspectos más prácticos y concretos de la vida. Posee poca preocupación o poco interés por los aspectos y facetas humanas y sociales, pensamiento pobre, represión en la afectividad, fantasiosa. Pensamiento convencional, colectivo, capacidad de empatía en comportamientos, emociones y pensamientos, acercamiento a la realidad ambiental concreta y específica de la sociedad; sumisión social, falta de libertad de actuación; estilo de vida habitual, ajustado. Enfrenta situaciones cargadas emocionalmente, quiere llamar la atención frente al resto del grupo. Muestra irritabilidad presentando una buena adaptación al entorno. La persona presenta una estructura de personalidad "normal", con un adecuado aparato represivo; óptimo para la capacidad de sublimar, para ser creativo, para dar y para recibir afecto. Es ordenada, flexible y una vida afectiva estable; represión de impulsos, negación, sublimación, formación reactiva y fantasía.

La estudiante L.A.C. Es algo fantasiosa, evita procesar emociones siendo éstas reprimidas muchas veces por temor a hacer sentir mal a alguien. En la evaluación y calificación del test se arrojó la siguiente información; una estructura de personalidad "normal", con un adecuado aparato represivo, óptima para capacidad de sublimar, creativa, dispuesta para dar y para recibir afecto, algunos rasgos de inseguridad, con tendencias impulsivas controladas, libertad interior; comprende y percibe las cosas como la mayoría de las personas, pensamiento convencional y colectivo, tiene capacidad de empatía hacia las demás personas. Su estilo de vida es habitual, es capaz de enfrentar situaciones con cargas emocionales, tiene una capacidad de análisis y síntesis, originalidad y creatividad; buena adaptación al entorno; represión de los impulsos, sublimación y fantasía. Se

muestra como una persona extrovertida, comunicativa, su yo social es sometido muchas veces, presenta buenas relaciones interpersonales, adecuada capacidad de percepción en la media que se fija en elementos que pasan desapercibidos para la mayoría de la gente, hay una búsqueda de la exactitud, evita enfrentamientos y confrontaciones.

La estudiante D.T.B. Presenta un pensamiento rebuscado, minuciosidad, se indica además pensamiento crítico y agudización del sentido crítico, duda, inseguridad, adecuado análisis de la realidad, pensamiento rígido, estereotipado y automatizado, pobreza ideativa, represión en la afectividad, además de utilizar los mecanismos defensivos de sublimación, desplazamiento, formación reactiva y compensación; comprende y percibe las cosas como la mayoría de las personas, convencional, pensamiento colectivo, capacidad de empatía en comportamientos, emociones y pensamientos, acercamiento a la realidad ambiental concreta y específica de la sociedad; sumisión social, falta de libertad de actuación y de pensamiento. Evidencia algunas dificultades en la comunicación; terquedad, oposicionismo, irritabilidad, sin grandes esfuerzos creativos, modesta, conservadora y se adapta fácilmente a las exigencias del entorno.

La estudiante C.S. deja notar su pensamiento crítico y agudización del sentido crítico, duda e inseguridad; rasgos de introversión. Su yo, en ocasiones, es inhibido y sometido, un tanto temeroso, y aunque tiene la capacidad de experimentar el afecto, algunas veces lo reprime. Sin embargo, es capaz de sublimar los impulsos, cuenta con un aparato represivo adecuado. En cuanto a la sexualidad, socializa el afecto o impulsos sexuales, tiene una adecuada represión y capacidad sana de sublimación, desplazamiento, formación reactiva y compensación siendo éstos los principales mecanismos defensivos utilizados. Cuenta con un adecuado análisis de la realidad, capacidad de empatía en comportamientos,

emociones, pensamientos y relaciones interpersonales. Comparte las normas con el grupo y tiene tendencias adaptativas frente a la autoridad, canalizando adecuadamente los impulsos. Por otra parte, presenta ciertas limitaciones para hacerle frente a situaciones de tensión y a situaciones nuevas; nivel adecuado de inteligencia, capacidad de análisis, pero sin grandes esfuerzos creativos.

El estudiante B.M.P. Tiene un pensamiento crítico y agudización del sentido crítico, tiende al perfeccionismo, a no fallar a no equivocarse. Su yo, es un yo fuerte, social muchas veces fantasioso y en cuanto a la sexualidad, socializa el efecto o impulsos sexuales, con capacidad efectiva para sublimar los impulsos, empleando además los mecanismos defensivos de negación, racionalización y algo de represión; tiene un adecuado aparato represivo, óptima capacidad de sublimar; controla su afecto con mayor precisión y perfección, su vida afectiva es equilibrada; se adapta fácilmente a las exigencias del entorno. Vive dentro de la realidad de su grupo, comparte las normas con éste, es sociable, con tendencias adaptativas frente a la autoridad.

La estudiante H.G. Muestra minuciosidad, indica además pensamiento crítico y agudización del sentido crítico, tiende al perfeccionismo; a no fallar a no equivocarse. Su yo es social pero sometido, con capacidad para sublimar los impulsos. Cuenta con un aparato represivo adecuado, capacidad de empatía, vive acorde de la realidad de su grupo, comparte las normas con este y tiene tendencias adaptativas frente a la autoridad. En cuanto a la sexualidad y a sus impulsos tiene una adecuada represión y capacidad sana de sublimación, desplazamiento, formación reactiva y compensación; su inteligencia es adecuada, capacidad de análisis y síntesis.

La estudiante C.U. busca su libertad interior, análisis adecuado de la

realidad, pensamiento rígido, estereotipado y represión en la afectividad; con algunas limitaciones para establecer contacto con los demás tampoco el aumento excesivo sumisión social, con algunos convencionalismos en la forma de pensar y de actuar. Modesta, conservadora y se adapta fácilmente a las exigencias del entorno. Sus principales mecanismos defensivos son represión, sublimación, fantasía, formación reactiva y compensación.

7. DISCUSION Y ANALISIS DE RESULTADOS

La expresión de los impulsos en los adolescentes guarda una estrecha relación con la seducción subliminal.

La conciencia está integrada por procesos mentales cuya presencia se advierte, es capaz de analizar, modificar, aceptar o rechazar las propuestas que recibe desde fuera el pre-consciente que incluye sentimientos y deseos fuera del campo de la percepción consciente ; incluye esa biblioteca de recuerdos que solo interpolando elementos intermedios preconscientes, pueden llegar a ser conscientes . Freud (1901); con lo cual guarda estrecha relación, por tal razón los mensajes subliminales generan el despertar de los impulsos eróticos y agresivos.

En el caso de los adolescentes al ser expuestos a un determinado número de publicidad subliminal, seleccionada por ser objeto de estudio de ésta investigación y al no estar alerta o a la defensiva su conciencia y su voluntad, dichos mensajes se dirigieron a su inconsciente efectuando una serie de asociaciones simbólicas, decodificando, interpretando y cambiando en función de éste el comportamiento o expresiones emocionales de cada persona. El grupo concerniente a la categoría: Expresión de impulsos frente a estímulos visuales de contenido sexual en adolescentes de uno y otro sexo. (EIS), manifestaron abiertamente su aceptación e incluso sintieron cierta excitación, evidenciándose en reacciones psicológicas tales como: sudoración, sonrojo y ansiedad, con rasgos obsesivos, mientras que otros exclamaban sentir rechazo y hasta apatía de las expresiones eróticas, rasgos histéricos, al ver un cuerpo femenino, por ejemplo sus respuestas Psicofisiológicas evidenciaban sentimientos vergonzosos ante la exposición de determinada publicidad subliminal. En la interpretación con respecto al

indicador de Rechazo fue más significativo en mujeres en un 87% de la población participante, mientras que en los hombres se presentó en un 30% de la población, las Mujeres presentaron rasgos de personalidad obsesivos, minuciosidad, pensamiento crítico y agudización del sentido crítico, duda e inseguridad, tiende al perfeccionismo, a no fallar, no equivocarse. En su asociación libre o discurso se dieron respuestas como: "A simple vista no se pueden ver...,no estoy de acuerdo con ellos ...,que es muy cierto, porque los mensajes subliminales pueden manipular la mente de una persona, sin que tenga conciencia de ello, convirtiéndolo en un robot..., los mensajes de contenido sexual con- llevan a las personas a la promiscuidad y por qué no a la infidelidad..., debe existir un gran cuidado porque estos incitan a la sexualidad..., son personas que piensan en sexo..., que es algo que ha perdido a los jóvenes de hoy en día por que al ver, escuchar y leer estos contenidos, los lleva hacer cosas que no deben como a la droga, la prostitución y muchas cosas más".

Dando cuenta de un predominio del superyó que reprime como mecanismo defensivo ante el reconocimiento de ciertas manifestaciones emocionales de características eróticas, cabe destacar que gran número de adolescentes declararon cada exacerbación de sensaciones Psicofisiológicas y Emocionales, ante el contacto visual de estímulos visuales subliminales presentados.

En la publicidad subliminal los mensajes son interpretados para que sean captados por el inconsciente del adolescente sin que éste sea consciente de la situación, de manera que repercutan en sus actitudes, elecciones o acciones; sin embargo, los mensajes subliminales no determinan el comportamiento del consumidor, pero lo pueden influenciar según la estructura psíquica de personalidad- yo débil, flexible o rígido, superyó débil, flexible o rígido, con predisposición a ésta clase de mensajes y la expresión de sus pulsiones, por otro lado el sistema persuasivo de tipo

semiótico, exige que el receptor extraiga un segundo significado de tipo conativo de los adolescentes en general . Con relación al indicador de Aceptación se pudo observar en un 75% de Mujeres y un 95% de hombres con expresiones tales como: "Aquí se ve como el aparato sexual masculino..., aquí se ve como el aparato genital masculino y femenino..., una mujer semi-desnuda..., al saberse utilizar me parecen bien..., me parece bueno porque por medios de estos videos y música las personas pueden ver que el sexo no es algo malo..., bien, estas campañas ayudan a que las personas manejen el tema y no sea inocente sobre ellos..., cada persona es libre de ver lo que quiere..., que mientras sean educativas son buenas..., es algo normal..., se les debe enseñar como reconocer estos mensajes, porque si se les prohíbe es peor"; encontraron más rápidamente éstos significados de penes, vaginas o personas copulando, por su misma predisposición anímica a la reafirmación de su identidad sexual. (Benítez, 1998, p 53)

Con relación de la Categoría de Repercusiones emocionales de los mensajes subliminales y estímulos de contenido sexual en la dinámica de la estructura de personalidad (REC) respecto a la Evaluación y Diagnóstico Clínico para determinar los factores que inciden en la expresión de impulsos; en lo que se hace alusión a las repercusiones emocionales de los mensajes subliminales de contenido sexual en el proceder de los adolescentes, se encuentra una amplia gama de relaciones con la estructura de personalidad, lo cual se ve reflejado en la interpretación de los test de Rorschach en el sistema comprensivo de Exner al integrarse con las entrevistas abiertas semi-estructuradas y los estímulos subliminales presentados, donde sus asociaciones verbales o discurso son expresiones vitales del análisis clínico.

Tomando como referencia el proceso de la comunicación, la cual es descrita como un proceso en donde participan dos entes: uno que ente (emisor) un mensaje, utilizando un canal (diferenciado por los sentidos), el

otro que recibe el mensaje (receptor). Dependiendo de las características personales e individuales de cada sujeto, de su dinámica intrapsíquica y de su interacción con el entorno, éste reacciona o responde de una manera peculiar y única al contenido de lo que se le transmite.

El contenido de los mensajes es captado de forma consciente, si estos contenidos coinciden con los que el sujeto alberga en lo más profundo de su psiquis (contenidos inconscientes), entonces, la persona fija su atención en lo que considera semejante a su contenido inconsciente, cabe aclarar que estos procesos se dan netamente de manera involuntaria. No obstante, el contenido ya instaurado en el individuo asocia simbólicamente, decodifica y codifica e interpreta lo que percibe del mensaje (Sotil, 1995, p 12)

Analizando los resultados obtenidos de la entrevista, se encontró que la mayoría de los entrevistados, con respecto a la segunda Categoría: Dinámica de la personalidad la presencia de Rechazo hacia las expresiones eróticas en las Mujeres 82% mientras que en los hombres tan solo en un 2%; discursos como: "se encuentran diariamente en los medios de comunicación y estamos expuestos...", que es muy cierto, porque los mensajes subliminales pueden manipular la mente de una persona, sin que tenga conciencia de ello, convirtiéndolo en un robot..., los mensajes de contenido sexual conllevan a las personas a la promiscuidad y porque no a la infidelidad..., debe existir un gran cuidado porque estos incitan a la sexualidad..., generan mala educación para con todos..., lo estarían engañando e introduciendo pensamientos sin su voluntad..., que es algo que ha perdido a los jóvenes de hoy en día porque al ver, escuchar y leer estos contenidos, los lleva hacer cosas que no deben como a la droga, la prostitución y muchas cosas más"; así como también se aceptan los impulsos que producen la observación de imágenes, aunque con negación o vergüenza de los mismos lo que denota la dinámica de las instancias psíquicas, predominando el superyó sobre el ello. Otro aspecto que ilustra

ésta dinámica son las respuestas psicofisiológicas que generan la confrontación del sujeto con lo que percibe, en donde las respuestas de Excitación en Mujeres 99% y hombres 90% asociaciones como: "Son imágenes o frases las cuales incitan al ser humano a tener un conocimiento sexual..., que traen mensajes induciéndote a comprar productos o a tener sexo..., son imágenes que incitan al ser humano a tener un conocimiento sexual ..., son normales pero en el fondo hacen parecer una imagen sexual..., utilizan contenidos que se usan para estimular la libido..., son imágenes o frases las cuales incitan al ser humano a tener un conocimiento sexual..., una chica con una posa sexi..., una mujer sensual..., una sexi mujer que le llama la atención a este elegante hombre..., en la cara del camello se ve un órgano genital masculino y femenino, incitado a un habito como es el de fumar cigarrillo y detrás de la figura encontramos una mujer dispuesta a recibir dicho estímulo o placer que generara el consumo de ese cigarrillo. Que sería similar a una relación sexual..., aquí se ve como el aparato genital masculino y femenino..., una mujer semi-desnuda..., en determinadas ocasiones si pueden inducir a actividades sexuales..., incitan al sexo, al consumo de sustancias..., que te llevan a tener sexo..., aquí se ve la sensualidad de una mujer, con lo que se denominaría los labios perfectos y la sensualidad en su máxima expresión. Incita al sexo..., contenido sexual que incita a la comparación de tener sexo oral..., insita al sexo...,el sexo oral..., similitud con los fluidos del cuerpo..., la figura de una mujer en donde los senos tocan la copa de whisky".

La apatía se dio solamente en algunas mujeres 30%: "Un señor con una máscara ... , un señor con una máscara de burro..., veo la cara de un camello..., veo un animal con un cigarrillo en la boca y vestido, en el fondo una mujer..., veo un camello vestido de traje fumando y detrás hay como una playa con una mujer mona...,veo la parte de los labios de una cara pintándose..., una mujer pintándose los labios..., veo una botella de whisky con un chorro ". Lo cual es más común en las mujeres donde se presenta

represión y negación de pulsiones.

Sin embargo se presentó con las respuestas notables niveles de ansiedad en Mujeres 91% y en hombres 62% respectivamente.

Actitudes de nerviosismo, risa, asombro, evitación inicial, cubrirse la cara con las manos, entre otras expresiones no verbales.

La inhibición en Mujeres fue mucho mayor 96%, mientras que en los hombres fue del 12% donde los rasgos intrapsíquicos de la personalidad muestran que el afecto, algunas veces lo reprime, yo poco social y algunas veces inhibida y sometida, rasgos de personalidad obsesivos, minuciosidad, un yo fuerte, social, su vida afectiva es equilibrada, Vergüenza, expresiones como: "Veó un animal con un cigarrillo en la boca y vestido, en el fondo una mujer..., la gente los ve y no saben que esos mensajes están influyendo ..., pueden influir mucho sobre la conducta de una persona sin esta saberlo..., de acuerdo con esto; en muchas ocasiones estamos viendo un comercial con alto contenido erótico y de alguna manera sin tener la intención de comenzar un acto sexual..., es que el maquillaje es lo esencial en la mujer para verse linda".

Respuestas de Exacerbación ocasionales en un 2% de la población de Mujeres y Hombres como: "Veó, Labios provocativos, un color muy seductor el rojo, sensualidad..., pueden desarrollar conductas en cuanto al sexo sin protección".

Lo anterior se asocia con la dinámica subliminal de contenido sexual en los adolescentes, que en general muestran significados de penes, vaginas o personas en actividad íntima, debido a que son más receptivos a los estímulos visuales por su predisposición anímica a reafirmar su identidad sexual. Se observan símbolos transculturales compartidos por todas las

culturas agrupando el origen de la vida, la procreación, el amor y el sexo, también el gran tema tabú, la muerte y todas sus implicaciones en relación con la violencia y la agresión. En cuanto a los simbolismos fálicos se encuentran los objetos alargados como serpientes, lápices, puros, automóviles, cañones, plumas, flechas; para el simbolismo vaginal están los objetos redondos, u ovalados, la cara temprana rodeada de cabello, naranjas, cerezas, bolas, ojos, labios, entre otros. (Poetzle, 2001, p 152)

Los mensajes subliminales van al cerebro en fracción de segundos sin que la conciencia capte y quedan allí almacenados llevando automáticamente a las personas a comprar algo o a decidirse por algo; son usados en diferentes medios visuales y auditivos.

El sexo es una necesidad intrínseca, natural de todo ser humano, es por eso que cuando se observa un refresco y una chica (o viceversa) y al comparar ese anuncio con uno que solo tiene una simple lata fotografiada, el impacto es más significativo en la primera ilustración.

El preconscious Pc guarda una estrecha relación con la conciencia, lo que fue consciente en un momento dado puede dejar de serlo inmediatamente después y con un leve esfuerzo éste material puede volver a ser consciente Cc. De tal forma que en la publicidad se ha asociado la gratificación sexual y el producto que se quiere vender, para así incrementar su éxito. El preconscious incluye recuerdos de estímulos y se relaciona indirectamente con el Inconscious latente y reprimido, por lo que también los mensajes subliminales generan el despertar de los impulsos eróticos y agresivos.

El nivel consciente está integrado por los procesos mentales cuya presencia se advierte; el preconscious está constituido por un conjunto dinámico de deseos, sentimientos e impulsos fuera del campo consciente,

almacenando la mayor parte de la información que percibimos. La publicidad subliminal busca llegar a ese preconsciente para programarlo a través de estímulos que apelan al sexo y a la muerte por el impacto emocional que éstos provocan. La capacidad de pasar inadvertida la información es el éxito fundamental del mensaje subliminal. La publicidad ha estudiado la relación entre el impulso sexual y el consumo, lo que le ha conducido a asociar la gratificación sexual con el producto que se quiere vender para así incrementar su éxito.

La persuasión subliminal opera a nivel inconsciente, motivando la conducta del receptor hacia objetivos predeterminados por el emisor. El sistema persuasivo de tipo semiótico exige que el receptor extraiga un segundo significado de tipo connotativo. La intencionalidad del uso de la publicidad subliminal se orienta a influir en lo referente al consumo de bienes y servicios.

En la categoría de los principales mecanismos intrapsíquicos de defensa del yo inconsciente (PMI) indicaron que los principales o más comúnmente empleados es las entrevistas, estímulos subliminales y prueba de Rorschach en el sistema Comprensivo de Exner por parte de los estudiantes adolescentes participantes, tanto en mujeres adolescentes y hombres a partir del análisis del discurso fueron: la represión, negación, racionalización, proyección, fantasía, identificación, regresión, compensación y transformación en lo contrario. Lo cual indica que la observación del contenido sexual genera una reacción de defensa inmediata para la autoprotección de la persona ante lo reprimido que puede salir y desbordarse. Respuestas como: " En determinadas ocasiones si pueden inducir a actividades sexuales..., al saberse utilizar me parecen bien... , esto lo único que incita a la sexualidad y mal uso de las cosas... mi reacción al ver un tipo de propaganda de tal magnitud lo primero que hago es pasar el canal...", entre otras.

En lo que se refiere al grupo en general se precisan datos y variaciones bastante curiosas, hay mayor aceptación de la expresión de impulsos sexuales ; en cuanto a las repercusiones emocionales de los mensajes subliminales los examinados presentan una marcada inhibición de éstos, así como también, una acentuada exacerbación y una notoria vergüenza ante la aparición de dichos impulsos y las repercusiones emocionales que éstos pueden acarrear, razón por la cual muchos de los adolescentes participantes utilizan sus mecanismos intrapsíquicos de defensa yoica; de tal forma el mecanismo intrapsíquico de defensa de la represión estuvo presente en 99% de las Mujeres adolescentes y el 95% de los hombres, encontrándose en las Mujeres una adecuada represión y capacidad sana de sublimación." Veo un animal con un cigarrillo... , en el fondo una mujer con un bastón..., un señor con una máscara de burro..., veo un animal con vestido elegante que está fumando y detrás de él una mujer sentada..., pues tiene varias presentaciones de animalitos y una mujer hermosa..., aquí se ve como el aparato genital masculino y femenino..., una mujer semi-desnuda..., pueden influir mucho sobre la conducta de una persona sin esta saberlo..., la boca de una mujer con un labial..., contenido sexual ínsita a la comparación de tener sexo oral..., debe existir un gran cuidado porque estos incitan a la sexualidad... , son personas que piensan en sexo..., mi opinión es que deberían de buscar otros métodos para hacer llegar sus productos a las personas, sin necesidad de darles un doble sentido..., veo una botella de whisky con un chorro..., no veo nada". Respuestas en el test de Roschach Sistema Comprensivo de Exner de contenido animal(A) en porcentaje alto, además de Movimiento (M) y Forma- Color (FC), neutralizadas por las respuesta Populares (P).

La negación se presentó solamente en Mujeres en un 6% " A simple vista no se pueden ver..., no he logrado escuchar de ellos está ahora..., veo un animal con un cigarrillo , en el fondo una mujer con un bastón..., un señor con una máscara de burro..., veo la cara de un camello...,

veo un animal con vestido elegante que está fumando y detrás de él una mujer sentada..., veo un animal con un cigarrillo en la boca y vestido, en el fondo una mujer..., pueden influir mucho sobre la conducta de una persona sin esta saberlo..., no estoy de acuerdo con ellos..., veo la parte de los labios de una cara pintándose..., muestra una mujer con labios gruesos..., una mujer pintándose los labios pero no siento nada al verla..., es que el maquillaje es lo esencial en la mujer para verse linda..., en esta imagen veo simplemente la cara de una mujer y su pintalabios..., que es algo que ha perdido a los jóvenes de hoy en día porque al ver, escuchar y leer estos contenidos, los lleva hacer cosas que no deben como a la droga, la prostitución y muchas cosas más..., mi opinión es que deberían de buscar otros métodos para hacer llegar sus productos a las personas, sin necesidad de darles un doble sentido..., veo una botella de whisky con un chorro..., no veo nada..., veo una botella de whisky con sus copas...,veo alcohol, mezclado con sofisticación, glamur, un trago con mucha sofisticación.”

La proyección fue completa en Mujeres y Hombres: “una sexi mujer que le llama la atención este elegante hombre..., en la cara del camello se ve un órgano genital masculino y femenino, incitado a un hábito como es el de fumar cigarrillo y detrás de él encontramos una mujer dispuesta a recibir dicho estímulo o placer que generara el consumo de ese cigarrillo, que sería similar a una relación sexual..., aquí se ve como el aparato genital masculino y femenino..., una mujer semi-desnuda..., que te llevan a tener sexo..., su contenido sexual incita a la comparación de tener sexo oral..., incita al sexo..., el pene y la vagina en el labial y los labios de la mujer..., son personas que piensan en sexo..., la mayoría de los jóvenes hacen eso ver o escuchar mensajes subliminales..., similitud con los fluidos del cuerpo..., similitud con las partes del cuerpo de una mujer..., la figura de una mujer en donde los senos tocan la copa de whisky..., similitud con las partes del cuerpo de una mujer..., en el líquido se ve el cuerpo de una mujer, se ven sus senos..., veo una botella de whisky con un velo en forma de seno de

una mujer”.

El desplazamiento se dio 1% en Mujeres “generan mala educación para con todos”

La sublimación se dio en Mujeres en un 99% y en Hombres en un 35%. En cuanto a la sexualidad, socializa el afecto o impulsos sexuales, tiene una adecuada represión y capacidad sana de sublimación-complementada con la prueba de Rorschach con respuestas globales (W) de forma y color(FC) y populares (P) en láminas IV y VI-; en respuestas como: “Veo un animal con vestido elegante que está fumando y detrás de él una mujer sentada..., pues tiene varias presentaciones de animalitos y una mujer hermosa”. En la Prueba de Rorschach se presentaron muchas respuestas de movimiento (M) y muchas respuestas a color(C) en la Lámina IX, con capacidad efectiva del Yo para sublimar sus impulsos.

La formación reactiva se presentó en las Mujeres en el 86% “Veo la parte de los labios de una cara pintándose..., en esta imagen veo simplemente la cara de una mujer y su pintalabios..., son personas que piensan en sexo..., la mayoría de los jóvenes hacen eso ver o escuchar mensajes subliminales..., que es algo que han perdido a los jóvenes de hoy en día por que al ver, escuchar y leer estos contenidos, los lleva hacer cosas que no deben como a la droga, la prostitución y muchas cosas más..., veo una botella de whisky con un chorro”

La racionalización estuvo presente en Mujeres 54% y Hombres 30%: “Sé que los mensajes subliminales no son por decirlo así inconscientes sino que lo mismos medios de comunicación los crea con el fin de inducir a la persona a comprar..., veo la cara de un camello..., pues tiene varias presentaciones de animalitos y una mujer hermosa..., pues los mensajes subliminales hacen ver o hacer lo que ellos quieren que uno haga..., pueden

influir mucho sobre la conducta de una persona sin esta saberlo..., de acuerdo con esto, en muchas ocasiones estamos viendo un comercial con alto contenido erótico y de alguna manera sin tener la intención de comenzar un acto sexual..., debe existir un gran cuidado porque estos incitan a la sexualidad..., son personas que piensan en sexo..., la mayoría de los jóvenes hacen eso ver o escuchar mensajes subliminales..., veo una botella de whisky con un chorro”.

La expresión corporal presente en asociación libre o discurso de las mujeres adolescentes en un 78% “Aquí se ve la sensualidad de una mujer, con lo que se denominaría los labios perfectos y la sensualidad en su máxima expresión que incita al sexo..., muestra una mujer con labios gruesos y un pinta labio y muestra lo excitante que puede ser pintar unos labios de rojo..., lo que intento percibir y logro entender es que el maquillaje es lo esencial en la mujer para verse linda”.

La fantasía en Mujeres 61% y Hombres 12% con una imaginación desbordada: “el pene y la vagina en el labial y los labios de la mujer..., un busto en el mentón de la mujer..., similitud con los fluidos del cuerpo”.

La Categoría: influencia personal y motivación para la proyección hacia el entorno social de sus impulsos sexuales (IPM), los resultados indican de manera global que los mensajes subliminales incitan a que tengan relaciones sexuales con la pareja, o que se dé un desplazamiento de los impulsos hacia el propio cuerpo a través del autoerotismo. Sea que se utilicen técnicas de enmascaramiento, emborronamiento, estrategias amorficas, estrategias de defensa perceptiva, frecuencias auditivas, lenguaje subliminal como símbolos y arquetipos, entre otros, los mensajes subliminales cumplen su objetivo, según los resultados que arroja la investigación, es decir, la publicidad ha completado su proceso de comunicación, los receptores han respondido a la intención implícita de los

mensajes, reaccionando en consonancia con ésta. Expresiones como: "Al saberse utilizar me parecen bien..., no solo es lo que promociona, sino el mensaje subliminal que tenga puede ser al sexo o a cualquier cosa..., buenas, en cierta parte pues generan información, aunque manipulan... depende el ambiente".

Denotan una marcada incidencia de lo que perciben a nivel visual en sus relaciones, ya que el establecimiento de sus interacciones va encaminado a la aceptación o negación de lo erótico, en donde hay también un marcado predominio de los impulsos, observado en algunos de los adolescentes, a través de la canalización de los mismos, utilizando el autoerotismo. Se analizó entre otras características la represión de los impulsos sexuales y agresivos, preocupación por su propia sexualidad y su esquema corporal, sentimientos de culpa, vergüenza, ambivalencia en lo sexual manifestado en el deseo y el rechazo, dependencia, en algunos se observó rasgos narcisistas, exhibicionistas y voyeuristas, propios de su edad.

Existen rasgos de egocentrismo, hostilidad, evasión, bloqueos, dependencia hacia la figura materna e imagen dominante de la madre- la presencia de respuestas de espacios en blanco (S) en la lámina VII- dependencia que se extiende al novio en las mujeres adolescentes participantes; conflictos con la virilidad en algunos jóvenes adolescentes propios de su edad, carácter que se guía por inhibición de los impulsos, inseguridad- al presentar muchas respuestas de colores (C) en particular en la lámina IX-, incapacidad de contacto, manipulación, búsqueda de aprobación, sentimientos de culpabilidad por hábitos masturbatorios y ansiedad frente a la sexualidad - Las respuestas aumentadas en C y en S: Lámina II- ; intentan dominar los impulsos, sexualidad inhibida, dinámica sexual, expresión de impulsos de forma infantil y sexualidad precoz - Respuestas de movimiento animal (MA)-, deseos de fascinar, inestabilidad

emocional, buena percepción del entorno- Respuestas de detalle grande(D)-, dependencia, sensibilidad a la crítica, identificación adecuada con su propio sexo; represión sexual, preocupación sexual- choque al clarooscuro o gris- ; preocupación corporal.

En las predominancias se analizó el rechazo y las exposiciones eróticas de ver el cuerpo femenino, exposición de vergüenza, con evitación del contacto visual a la presentación de filminas, ambivalencia en la aceptación de los impulsos y rechazo de los elementos de contenido sexual, exacerbación frente al contacto visual de corte sexual, fantasía y autoerotismo compensatorio, ansiedad y predominio superyoico, protección de impulsos sexuales, consideran que éstos mensajes inducen a tener actividades eróticas y autoeróticas, exacerbación de rasgos histriónicos y del contacto visual de corte sexual, compensación por medio de fantasías, negación, represión como predominio de protección rígida ante impulsos sexuales, se recuerda que el Yo está sometido al Otro- el Inconsciente en los mensajes subliminales o a los impulsos en la Psicología del Consumidor.

En las diapositivas o estímulos visuales proyectados hay en la mayoría de casos inhibición completa con relación a lo sexual, anulación del contenido sexual, negación de algunos simbolismos fálicos (conflictos con la castración), perciben los mensajes subliminales con indicios de fantasías autoeróticas, rechazan imágenes de contenido sexual dirigido .Acorde a estudios con amplia muestra de mujeres y hombres, Key (1983) plantea que el sexo presentado como en forma de Placer Subliminal en su libro llamado "Seducción subliminal" reveló muchos aspectos sobre las técnicas que hacen uso del sexo en la publicidad subliminal y también denunció la negligencia de los publicistas por seguir utilizando dichas técnicas y no poner atención a sus efectos.

Con relación a la influencia de los mensajes subliminales en la dinámica de la personalidad: los mensajes subliminales han sido definidos como aquellos que se emiten a un nivel inferior al nivel normal de percepción que el ser humano puede identificar. Por tal razón, son muchas las especulaciones realizadas al respecto, debido en gran medida a la poca credibilidad que los jóvenes estudiados manifiestan al momento de preguntarles si confían en el alcance de la publicidad subliminal. Sin embargo, el análisis de su influencia está medida por otros aspectos, claramente identificados en las características de personalidad encontradas.

Al hablar de mensajes subliminales, se hace referencia a un mensaje que está adjunto a otro, de manera tan difusa y rápida, que se escapa del nivel de percepción consciente, pero es captado por el preconscious.

La publicidad subliminal se basa en asociaciones, las cuales acuden a los impulsos más primitivos, tales como los impulsos de orden sexual y agresivo, la reproducción y continuidad de la especie, que enmascarados tras el velo de la modernidad y la civilización, incorporan a nuestra comprensión de la realidad, la obtención de placer a toda costa, placer que al ser satisfecho calma la tensión psíquica que produce la postergación de los impulsos. Pero es precisamente a través de esa obtención de placer que multinacionales se enriquecen para vender un producto, ya que la asociación inconsciente que produce el mostrar una mujer semidesnuda con un refresco o bebida alcohólica, incrementa las ventas del mismo y predispone a sublimar las actividades conscientes a un nivel simple de consumo.

Algunos de los casos estudiados revelan rechazo de las manifestaciones pulsionales, que son absolutamente opuestas a una educación en la que todo hecho de simple corporeidad es considerado tabú, desarrollando un nivel de incertidumbre y duda sobre la aceptación de la

figura femenina, llegando en algunos casos a crear minusvalía de la figura propia y desprecio por la figura que es mostrada como estereotipo de aquello que no se puede ser. Pero al aceptar la consecución de los impulsos en el mundo moderno, lleno de propaganda a la desnudez es aún más complejo, ya que el efecto puede resultar ambiguo para mujeres y hombres, quienes pueden presentar defensas inconscientes, oponiendo resistencia, o dejarse llevar hasta una confusión de roles.

Pero en la mayoría de los casos analizados, se encuentra un despertar del autoerotismo, ya sea experimentando fantasías o en el tocamiento corporal, lo que proyecta la conflictiva entre el deseo de lo evidente de la figura, es decir, los órganos genitales expuestos o enmascarados, que repercute en su entorno social y familiar, en donde se evidencia influencia de lo erótico. Cabe mencionar que todos los individuos estudiados en la presente investigación proyectan sus fantasías eróticas en las imágenes observadas, atribuyéndoles un carácter particular a la hora de determinar o reconocer una acción en ellos, acto que refleja el estado de los procesos de aceptación de su cuerpo y de sí mismos, como deseantes y causantes de deseo.

Por otro lado, es relevante el considerar el grupo al que pertenecen los jóvenes que participaron, ya que éste es el medio por el cual se experimenta la cultura, tomándose conciencia de costumbres, tabúes y castigos por una u otra acción de acuerdo al medio. Asumiendo, aunque no sea estrictamente así, que la conciencia actúa básicamente con procesamiento en serie, es fácil entender por qué a la hora de seleccionar información y distribuir recursos, la conciencia es un sistema sumamente eficaz. Por eso la conciencia tal y cómo funciona nos permite tomar decisiones en situaciones poco conocidas y su ámbito de actuación prioritario es lo nuevo y cambiante ya que puede ir diseñando la respuesta paso a paso y rectificar en cuanto las consecuencias no sean las esperadas. De ahí que la probabilidad de un

estímulo para pasar a conciencia sea directamente proporcional a la cantidad de información nueva que aporte (Sokolov, 1963; Baars, 1988).

La conciencia complementa de esta manera el papel del procesamiento inconsciente que se centra en lo conocido y constante, que trabaja básicamente en paralelo. El inconsciente puede ejecutar muchas tareas a la vez, pero sin flexibilidad (Bargh, 1992) y con grandes dificultades para interrumpirlas una vez que se han iniciado (Logan y Cowan, 1984).

Es a partir de la cultura que se establecen conductas opresoras y liberadoras ante los impulsos, llegando en la mayor parte de los casos a racionalizar la manifestación de un impulso determinado; lo cual se ve reflejado en la apreciación que los hombres y mujeres tienen del manejo de los impulsos eróticos y agresivos, observándose en los resultados diferencias de acuerdo al género como son:

Las mujeres que fue una muestra superior al setenta por ciento (70%), por ser mayoría grupal, presentan un manejo de los impulsos sexuales con control superyoico más evidente, porque las defensas se elevan, defendiendo su estructura yoica a través de la fantasía, la formación reactiva y la represión, que se evidencia en la necesidad de mantener una disociación entre el vínculo de amor y el vínculo agresivo establecidos con el objeto, reforzando el primero y manteniendo bajo control al segundo, que en éste caso son la necesidad de aceptación y las necesidades eróticas impulsadas por la libido emergente en la etapa genital, donde se ubican las jóvenes de acuerdo al rango de edades; además emplean el desplazamiento, compensación, sublimación y racionalización de sus impulsos erótico-agresivos.

Los hombres, que fue una muestra inferior al treinta por ciento (30%) por ciento por ser minoría grupal, presentan un manejo más abierto

de su autoerotismo, controlado por la utilización de mecanismos defensivos como la racionalización y la represión en la que se expone como hecho relevante la aceptación de la presencia de éstos procesos en las etapas de la vida del hombre como ser dominante experimentado.

Es indiferente para uno y otro sexo la presencia o ausencia de un padre castrador, ya que de acuerdo a la anamnesis, la imposición de la madre prima sobre las imposiciones de otros dada la cercanía de éste personaje en la vida infantil y el papel desempeñado en sociedad por la mujer quien en muchas ocasiones es cabeza de hogar. Sin embargo, conviene resaltar que el padre se convierte en portador de la ley. Ningún padre, real o imaginario, basta para la función; no puede cumplirla plenamente porque se trata de la ley simbólica, es decir, de la ley del significante y de padre simbólico sólo hay huellas. (Lacan, 1972).

Las expectativas sexuales a más temprana edad seguidas de consecuencias frustrantes o gratificantes permiten en uno y otro sexo un reconocimiento de sus impulsos y apertura al manejo consciente de los mismos. Es así como el estudio de cada uno de los factores predisponentes en la cultura de los adolescentes estudiados requiere profundización en los elementos inconscientes de los mismos, de modo que la adaptación normal sea percibida de acuerdo al equilibrio de los elementos eróticos y agresivos del conjunto de experiencias, disminuyendo la ansiedad ante aquello que se desea y aquello que se teme.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede afirmar desde el análisis efectuado de acuerdo con los resultados obtenidos a partir de la integración de toda la información, que existe una estrecha relación entre los procesos mentales preconscientes con los mensajes subliminales de contenido sexual visuales, que llegan al inconsciente de los adolescentes despertando una serie de impulsos asociados al deseo, generando excitación y erotismo, conjugados con impulsos agresivos.

Hubo un reconocimiento definido de la alianza del Superyó a los mecanismos defensivos del yo, ante las expresiones emocionales de carácter erótico en gran parte de los adolescentes; el rechazo a imágenes eróticas subliminales fue notorio, aceptando ambivalentemente sus impulsos al ser expuestos a estímulos visuales de contenido sexual, en la prueba y la entrevista, resaltándose la negación, fantasía y racionalización, junto con expresiones de vergüenza, observándose de esta manera que el superyó se sobrepone al ello. Tanto el rechazo así como la incitación sexual fueron emociones permanentes.

La represión de los impulsos relacionados con la culpa y preocupación por el esquema corporal con rasgos exhibicionistas, narcisistas y voyeuristas, se agregan a la ambivalencia sexual del desear y rechazar los contenidos subliminales.

Presentan en la estructuración de la personalidad egocentrismo, impulsividad, sexualidad precoz, fantasías masturbatorias, sexualidad inhibida, ansiedad frente a lo erótico, represión sexual, rechazo a las expresiones eróticas del cuerpo femenino expuesto, autoerotismo que

compensa; los estímulos subliminales visuales, entrevistas y prueba de Rorschach en la Escala de Exner inducen a proyecciones eróticas y autoeróticas, rasgos histriónicos, la anulación de contenidos eróticos de algunos símbolos fálicos.

Predominan mitos arcaicos y tabú frente a la sexualidad, incertidumbre y crítica con respecto a la aceptación de la figura femenina en el ámbito publicitario subliminal.

En las mujeres la sexualidad y el erotismo son menos explícitos que en los hombres, el control superyoico en las adolescentes es más notorio, alzándose las defensas de formación reactiva y represión. En uno y otro sexo se destacan los mecanismos intrapsíquicos de defensa del yo inconsciente de desplazamiento, compensación, sublimación y racionalización de los impulsos.

En cuanto a los objetivos previamente planteados en la presente investigación, se dio cumplimiento de todos los propuestos, resaltándose el impacto clínico de los mensajes subliminales sobre los estados emocionales con la huella que se almacena e induce de manera automática al erotismo, provocando la excitación impulsiva, donde el inconsciente tiene su expresión tanto latente como reprimida.

Se recomienda, partiendo del contexto así como de la actualidad y el impacto de dicha situación estudiada, la elaboración de investigaciones que guarden relación con la influencia y la dinámica intrapsíquica frente a estímulos sexuales visuales en una población de adolescentes más amplia de diferentes Universidades ; la influencia de estímulos subliminales auditivos, su incidencia en la vida de pareja, la familia, en las diferentes estructuras clínicas: neurosis, psicosis y perversión; principales psicopatologías de lo subliminal con relación a la sexualidad, psicodinámica

de los mensajes subliminales en la infancia; su influencia en la identidad sexual de los jóvenes de uno y otro sexo, la diferenciación sexual en la expresión emocional frente a la publicidad subliminal erótica, entre otros estudios.

9. REFERENCIAS

Adarraga, P., Zaccagnini, J. L. (1994): *Psicología e Inteligencia Artificial*. Madrid: Trotta.

Allport, D. A.; Antonis, B., Reinolds, P. (1972): On the division attention: a disproof of the single channel hypothesis. Philadelphia: *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 24, 225-235.

Anderson, M.; Kirsner, K.; Macleod, C.; Maybery, M.; O'brien-Malone, A.; Speelman, C. (1998): *Implicit and Explicit Mental Processes*. , London: Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah.

Arcila, M (2009) *Del Inconsciente Freudiano al Significante Lacaniano*. Universidad de Antioquia: Medellin- Colombia.

Argyle, M.; Salter, V.; Nicholson, H.; Williams, M., Burgess, P. (1970): The communication of inferior and superior attitudes by verbal and non-verbal signals. Chicago: *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 9, 222-231.

Baars, B. J. (1988): *A cognitive theory of consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bautista,N.(2011) *Procedimiento de la investigación cualitativa. Epistemología, metodología y aplicaciones*. Madrid: Manual Moderno.

Bajo, Ma. T. y Cañas, J. J. (1991): *Ciencia Cognitiva*. Madrid: Debate.

Banyard, P.; Cassells, A.; Green, P.; Hartland, J.; Hayes, N., Reddy, P.

(1991): *Introduction to Cognitive Process*. Londres: Hartland, J. & The British Psychological Society.

Bargh, J. A. (1992): The ecology of automaticity: Toward establishing the conditions needed to produce automatic processing effects. *New York: American Journal of Psychology*, 105, 181-199.

Beck, A. T. (1967): *Depression: Clinical, experimental, and theoretical aspects*. Nueva York: Harper & Row.

Beck, A. T. (1976): *Cognitive therapy and the emotional disorders*. Nueva York: International University Press.

Benítez, J. (1998) *La televisión y Los Mensajes Subliminales*. México: Cuernavaca.

Berry, D. C., Dienes, Z. (1991): The relationship between implicit memory and implicit learning. *Nueva York: British Journal of Psychology*, 82, 359-373.

Blos, P. (1990). *Psicoanálisis de la Adolescencia*. México Joaquín Mortiz.

Bobrow, D.G., Norman, D.A. (1975): Some principles of memory schemata. En D.G. Bobrow y A. Collins, (Eds.): *Representation and Understanding: Studies in Cognitive Science*. Nueva York: Academic Press.

Bonilla, E.(2008) *Más allá del dilema de los métodos*. Buenos Aires: Trillas

Bonnano, G. A., Stilling, N. A. (1986): Preference, familiarity, and recognition after brief exposures to random geometric shapes. . *Nueva York: American Journal of Psychology*, 99, 403-415.

Bornstein, R. F. (1989): Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, Philadelphia: Psychological Bulletin, 106, 265-289.

Bornstein, R. F. (1992): Inhibitory effects of awareness on affective responding: Implications for the affect-cognition relationship. En M. S. Clark (Ed.): Emotion. Review of personality and social psychology, No. 13. (pp. 235-255). . Nueva York: Sage Publications.

Bornstein, R. F., D'Agostino, P. (1992): Stimulus recognition and the mere exposure effect. . Nueva York: Journal of Personality and Social Psychology, 63 (4), 545-552.

Bornstein, R. F, Leone, D. R., Galley, D. J. (1987): The generalizability of subliminal mere exposure effects: Influence of stimuli perceived without awareness on social behavior. Journal of. Nueva York: Personality and Social Psychology, 53, 1070-1079.

Bower, G. H. (1981): Mood and Memory. . Nueva York: American Psychologist, 36, 129-148.

Bowers, K.S. (1984): On Being Unconsciously Influence and Informed. En Bowers, K.S. & Meichenbaum, D. (Eds): The Unconscious Reconsidered. Nueva York: Wiley.

Brenner, C. (1998). Elementos Fundamentales de Psicoanálisis. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Broadbent, D. E. (1958): Perception and communication. Londres: Pergamon.

Brody, N. (1988): Personality: In search of individuality. Nueva York: Academic Press.

Bruner, J. S., Mirturn, A. L. (1955): Perceptual identification and perceptual organization. . Nueva York: Journal of General Psychology, 53, 21-28.

Bugelsky, B. R., Alampay, D. A. (1961): The role of frequency in developing perceptual sets. Canada: Canadian Journal of Psychology, 15, 205-211.

Cleeremans, A. (1993): Mechanism of implicit learning: Connectionist models of sequence processing. Cambridge: MIT Press.

Cleeremans, A. (1994): The representation of structure in sequence prediction tasks. En C. Umiltá y Ch. Moscovitch (Eds.): Attention and Performance, XV: Conscious and non-conscious information processing. Cambridge: MIT Press.

Cleeremans, A., McClelland, J. (1991): Learning the structure of event sequences. Cambridge: Journal of Experimental Psychology: General, 120, 235-253.

Chomsky, N. (1980): Language and unconscious knowledge. En N. Chomsky (Ed.): Rules and representations. Nueva York: Columbia University Press.

Damasio, A. R. (1994): Descartes' Error. Emotion, Reason and the Human Brain. Nueva York: Putnam's sons. (Trad. El error de Descartes. Barcelona: Grijalbo).

Dawes, R. M., Kramer, E. (1966): A proximity analysis of vocally expressed emotion. Nueva York: Perceptual and Motor Skills, 22, 571-574.

Dennett, D. C. (1991): Consciousness explained. Boston: Little Brown.

Dennett, D. C., Kinsbourne, M. (1992): Time and the observer: The where and when of consciousness in the brain. Nueva York: Behavioral and Brain Sciences, 15, 183-248.

Deutsch, J. A., Deutsch, D. (1963): Attention: Some theoretical considerations. Nueva York: Psychological Review, 70, 80-90.

Dixon, N. F. (1981): Preconscious processing. Nueva York: Wiley.

Ellis, A. (1962): Reason and emotion in Psychotherapy. Nueva York: Lyle Stuart. (Trad. Razón y emoción en psicoterapia. Bilbao: Descleé de Brouwer, 1980).

Ey, H Y Lacan; J (2000) El Inconsciente. Madrid: Siglo XXI- editores.

Exner, J .E., JR.; Sendin, C. (1995). Manual de Calificación del Rorschach para el Sistema Comprensivo. Psimàtica: Madrid

Exner, J .E., JR.; Sandin, C. (1995). Manual de interpretación del Rorschach para el Sistema Comprensivo. Psimàtica: Madrid

Fenichel, O. (1994). Teoría Psicoanalítica de las Neurosis. México: Paidós.

Festinger, L. (1964): Conflict, decision and dissonance. Stanford: Stanford University Press.

Freud, S. (1998). Obras Completas (Tomos I, II y III). Buenos Aires: Amorrortú.

Froufe, M. (1997): El inconsciente cognitivo. Madrid: Biblioteca Nueva

González, J. L., Cols. (1989): El inconsciente en la psicología y el psicoanálisis. Buenos Aires: Psiquis, X, 45-55.

González Rey, F. (2010) Metodología de la investigación cualitativa en Psicología- Rumbos y desafíos. Manual Moderno: Madrid

Gonzalo, L.M. (1987): Inteligencia Humana e Inteligencia Artificial. Madrid: Ediciones Palabra S.A.

Govier, E., Govier, H. (1991): Basic perceptual processes, Londres: Routledge Textbook of Psychology, 2ª edition.

Gurwitsch, A. (1979): El campo de la conciencia. Madrid: Alianza.

Hanson, S., Kegl, J. (1987): A connectionist network that learns natural language from exposure to natural language sentences. En Proceedings of the ninth annual conference of the cognitive science society. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum.

Hardaway, R. A. (1990): Subliminally activated symbiotic fantasies. Nueva York: Facts and artifacts. Psychological Bulletin, 107, 177-195.

Hardy, T., Jackson, R. (1998): Aprendizaje y Cognición. Madrid: Prentice Hall.

Hartmann, E (1868): Philosophie des unbewussten, Berlín: Dunker.

Hasher, L., Zacks, R. T. (1979): Automatic and effortful processes in memory. Nueva York: Journal of Experimental Psychology: General, 108, 365-388.

Hernández, Sampieri, Fernández, Baptista y otros. (2000) Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill: México.

Hofstadter, D. (1987): Un eterno y grácil bucle. Barcelona: Tusquets

Isen, A., Shalcker, T., Clark, M., Karp, L. (1978): Affect, accessibility of material in memory, and behaviour. Nueva York: *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1-12.

Iwata, J., Chida, K., LeDoux, J. E. (1987): Cardiovascular responses elicited by stimulation of neurons in the central amygdaloid nucleus in awake but not anesthetized rats resemble conditioned emotional responses. Nueva York: *Brain Research*, 418, 183-188.

Iwata, J., LeDoux, J. E., Meeley, M. P., Arneric, S., Reis, D. J. (1986): Intrinsic neurons in the amygdaloid field projected to by the medial geniculate body mediate emotional responses conditioned to acoustic stimuli. Nueva York: *Brain Research*, 383, 195-214.

Izard, C. E. (1978): On the development of emotions and emotion-cognition relationship in infancy. En M. Lewis y L. Rosenblum (Eds.): *The development of affect*. Nueva York: Plenum Press.

Izard, C. E. (1979): Emotions as motivations: An evolutionary-developmental perspective. En R. Dienstbier (Ed.): *Nebraska Symposium on Motivation*, Vol. 27. University of Nebraska Press: Lincoln.

Jackendoff, R. (1987): *Consciousness and the computational mind*. Cambridge: Mit Press.

James, W. (1890): *The principles of Psychology*. Nueva York: Dover. (Trad. *Principios de Psicología*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica, 1989).

Jevons, W. S. (1871): The power of numerical discrimination. Nueva York: *Nature*, 3, 281-282.

Jimenez, F. (1995) *Rorschach y Laminas Proyectivas: Teoría e*

investigacion. Amaru Ediciones: Madrid

Jimenez. F. (1991) *Introducción al Psicodiagnóstico de Rorschach y Láminas Proyectivas*. Amaru Ediciones: Madrid

Johnson-Laird, P. N. (1983): *Mental models*. Cambridge: Cambridge University Press.

Johnson-Laird, P. N. (1988): *The computer and the mind: An introduction to cognitive science*. Glasgow: Wilham Collins Sons and Co. (Trad. *El ordenador y la mente: Introducción a la psicología cognitiva.*) Barcelona: Paidós.

Jordan, M. I. (1986): *Attractor dynamics and parallelism in a connectionist sequential machine*. En *Proceedings of the eighth annual conference of the cognitive science society*. Hillsdale, Nueva Jersey: Erlbaum.

Kahneman, D. (1973): *Attention and effort*. Philadelphia: Prentice Hall.

Keele, S. W., Jennings, P. J. (1992): *Attention in the representation of sequence: Experiment and theory*. Nueva York: *Human Movements Studies*, 11, 125-138.

Kermberg, O. (2005) *Transtornos graves de la personalidad*. Trillas: México.

Kihlstrom, K. S. (1984): *Conscious, subconscious, unconscious: a cognitive perspective*. En K. S. Bowers y D. Meichenbaum (Eds.), *The unconscious reconsidered*. Nueva York: John Wiley and Sons, pp. 149-211.

Kihlstrom, J. F., Barnhardt, T. M., Tataryn, D. J. (1992): *The psychological*

unconscious: Found, lost, and regained. Nueva York: American Psychologist, 47 (6), 788-791.

Kihlstrom, J. F., Barnhardt, T. M., Tatarzyn, D. J. (1992): Implicit perception. En R. Bornstein & T. Pittman (Eds.), Perception without awareness. Nueva York: Guilford Press, pp. 17-54.

Klatzky, R. L. (1984): Memory and awareness. Nueva York: W. H. Freeman and Company.

Klopfer, B. (1989) Manual del Test de Rorschach. Paidós: Buenos Aires.

Kolers, P. A., Roediger, H. L. (1984): Procedures of mind Nueva York: Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 23, 425-449.

Kugel, P. (1996): Implicit learning from a computer-science perspective. Nueva York: Behavioural and Brain Sciences, 19 (3), 556-558.

Kunst-Wilson, W. R., Zajonc, R. B. (1980): Affective discrimination of stimuli that cannot be recognized. Londres: Science, 207, 557-558.

LeDoux, J. E. (1986): Sensory systems and emotion .Nueva York: Integrative Psychiatry, 4, 237-248.

Lacan; J (2000) Seminarios. Manual Moderno: Buenos Aires

Leclaire, S (2005) El objeto del Psicoanálisis .Siglo XXI- editores: Madrid

LeDoux, J. E. (1987): Emotion. En J. M. Brookhart y V. B. Mountcastle (Eds.): Handbook of physiology: the nervous system V. Higher functions of the nervous system. Nueva York: American Physiological Society, pp. 419-460.

LeDoux, J. E. (1990): Information flow for sensation to emotion: Plasticity in the neural computation of stimulus values. En M. Gabriel y J. Moore (Eds.): *Neurocomputation and learning: Foundation and adaptive networks*. Cambridge: Mit Press, pp. 3-52.

LeDoux, J. E. (1995): Emotion: Clues from the brain. Nueva York: *Annual Review of Psychology*, 46, 209-235.

LeDoux, J. E., Iwata, J., Cicchetti, P., Reis, D. J. (1988): Different projections of the central amygdaloid nucleus mediate autonomic and behavioral correlates of conditioned fear. Nueva York: *Journal of Neuroscience*, 8, 2517-2529.

Logan, G. D., Cowan, W. B. (1984): On the ability to inhibit thought and action: A theory of an act of control. Nueva York: *Psychological Review*, 91-295-327.

Mandler, G. (1992): Toward a theory of consciousness. En H. Geissler, S.W. Link y J.T. Townsend (Eds.): *Cognition, information processing and psychophysics*. Hillsdale, Nueva Jersey: LEA, pp. 43-65.

Mandler, G., Nakamura, Y., Van Zandt, B. J. S. (1987): Nonspecific effects on exposure of stimuli that cannot be recognized. Nueva York: *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 13, 646-648.

Mannoni, M (2000) *La otra escena. Claves de lo imaginario*. Amorrortú: Buenos Aires

Mannoni, M (2002) *El estallido de las instituciones*. Cuadernos de Sigmund Freud. Nueva Visión: Buenos Aires

Marcel, A. J. (1980): Conscious and preconscious recognition of polysemous words: Locating the effects of prior verbal context. En R. S. Nickerson (Ed.): *Attention and performance*, VIII. Hillsdale, Nueva Jersey: Erlbaum.

Marcel, A. J. (1983): Conscious and unconscious perception: An approach to the relations between phenomenal experience and perceptual processes. *Nueva Jersey: Cognitive Psychology*, 15 238-300.

Marina, J. A. (1993): *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona: Anagrama.

McClelland, J. L., Rumelhart, D. E (1986): *Parallel distributed processing: Explorations in the microstructure of cognition*. Vol. 2. Psychological and biological models. Cambridge: Bradford Books, Mit Press.

Meltzoff, A. N., Moore, M. K. (1977): Imitation of facial and manual gestures by human neonates. *Londres: Science*, 198, 75-78.

Miller, G. A. (1956): The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Nueva York: Psychological Review*, 63, 81-97.

Miller, G. A., Galanter, E., Pribram, K. H. (1960): *Plans and the Structure of Behavior*. Nueva York: Henry Holt. Inc. (Traducción en Castellano: *Planes y Estructura de la Conducta*. Madrid. Debate, 1983).

Monserrat, J. (1998): *La percepción visual. La arquitectura del psiquismo desde el enfoque de la percepción visual*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Nan, D., Gopher, D. (1979): On the economy of human-processing system. Nueva York: Psychological Review, 86, 214-255.

Nasio, J.D (2008) Enseñanza de siete conceptos cruciales del Psicoanálisis. Gedisa: Madrid

Neely, J. H. (1977): Semantic priming and retrieval from memory: Role of inhibitionless spreading activation and limited-capacity attention. Nueva York: Journal of Experimental Psychology General, 106, 226-254.

Newell, A., Simon, H. A. (1972): Human Problem Solving. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice Hall.

Norman, D. A. (1969): Memory and attention: An introduction to human information processing. Nueva York: Wiley.

Norman, D. A. (1981): Perspectives on cognitive science. New Jersey: Ablex Publishing Corporation y Lawrence Erlbaum Associates. (Trad. Perspectivas de la ciencia cognitiva. Barcelona. Paidós, 1987).

Norman, D. A., Bobrow, D. G. (1975): On data-limited and resource-limited processes. Nueva York: Cognitive Psychology, 7, 44-64.

Norman, D. A., Shallice, T. (1980): Attention to action: Willed and automatic control of behavior. CHIP report 99, San Diego: University of California, San Diego.

Norman, D. A., Shallice, T. (1986): Attention to action: Willed and automatic control of behavior. En R. J. Davidson, G. E. Schwartz y D. Shapiro (Eds.): Consciousness and self-regulation (Vol. 4). Nueva York: Plenum, pp. 1-18.

Núñez, JP, (1998): Aprendizaje Inconsciente. Condicionamiento a estímulos visuales subliminales. Tesis doctoral Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

Núñez, Jp, De Vicente, F. (2004): Unconscious Learning: Conditioning to subliminal visual stimuli. . Nueva York: Spanish Journal of Psychology. Vol. 7, pp. 13-28.

Ortony, A., Clore, G. (1987): The referential structure of the affective lexicon. . Nueva York: Cognitive Science, 11, 341-364.

Piaget, J. (1967): Biologie et connaissance. París: Gallimard. (Trad. Biología y conocimiento. Madrid: Siglo XXI).

Piaget, J. (1968): La conscience. En P. Greco (Ed.), L'homme a la découverte de lui-même. París: Ed. de la Grange-Batelière, p.p. 48-52. (Trad. en Salvat).

Pierce, C. S., Jastrow, J. (1884): On small differences in sensation. Boston: Memoirs of the National Academy of Science, 3, 75-83.

Popper, K. R. (1974): Conocimiento objetivo. Un enfoque evolucionista. Madrid: Tecnos.

Popper, K. R., Eccles, J. C. (1982): El Yo y su cerebro. Barcelona: Labor.

Portuondo, J. (2000) Zonas Clásicas y Zonas Especiales del Test de Rorschach. Paidós: Buenos Aires.

Portuondo, J. (1976) El Psicodiagnóstico del Rorschach en Psicología Clínica. Biblioteca Nueva: Madrid.

Posner, M. I. (1978). *Chronometric explorations of mind*. Hillsdale, Nueva Jersey: Erlbaum.

Posner, M. I. (1982): Cumulative development of attentional theory. *Nueva York: American Psychologist*, 37, 168-179.

Posner, M. I., Klein, R. M. (1973): On the functions of consciousness. En S. Kornblum (Ed.): *Attention and Performance, IV*. Nueva York: Academic Press.

Posner, M. I., Petersen, S. E. (1990): The attention system of the human brain. *Nueva York: Annual Review of Neuroscience*, 13, 25-42.

Posner, M. I., Snyder, C. R. (1975): Attention and cognitive control. En R.L. Solso (Ed.): *Information processing and cognition: The Loyola Symposium*. Hillsdale, Nueva Jersey: LEA.

Pribram, K. H., Martín, J. (1995): *Cerebro y Conciencia*. Madrid: Díaz de Santos.

Real Academia Española (2001): *Diccionario de la Lengua Española* (22ª edición). Madrid. Espasa Calpe S.A.

Reber, A. S. (1989): Implicit learning and tacit knowledge. *Nueva York: Journal of Experimental Psychology: General*, 118, 219-235.

Rey Anacona, C. (2002) *Guía para la elaboración de artículos y proyectos de investigación: basada en las normas de la asociación psicológica americana*. Universidad Católica de Colombia: Bogotá.

Rozin, P. (1976): The evolution of intelligence and access to cognitive

unconscious. En J.M. Sprague y A.N. Epstein (Eds.): *Progress in psychobiology and physiological psychology*. Nueva York: Academic Press.

Ruiz-Vargas, J. M. (1985): *Procesamiento de información en la esquizofrenia: Hacia una interpretación alternativa*. Barcelona: *Estudios de Psicología*, 22, 33-51.

Ruiz-Vargas, J. M. (1987): *Esquizofrenia: Un enfoque cognitivo*. Madrid: Alianza.

Ruiz-Vargas, J. M. (1991): *Psicología cognitiva y esquizofrenia: Una aproximación teórica*. En C. Castilla del Pino (Ed.), *Aspectos cognitivos de la Esquizofrenia*. Madrid: Trotta.

Rumelhart, D. E. (1977): *An Introduction to Human Information Processing*. Nueva York: Wiley.

Rorschach, E. (1965) *Manual del Psicodiagnóstico del Rorschach*. Morata: Barcelona

Sacerdoti, E. D. (1977): *A Structure for Plans and Behavior*. (Technical Note 109). Menlo Park, California: Stanford Research Institute, agosto, 1975.

Sandoval Casalimas, C. (2005) *Investigación Cualitativa*. Bogotá: Arfo Editores e Impresores Ltda.

Scherer, K. R., Koivumaki, J., Rosenthal, R. (1972): *Minimal cues in the vocal communication of affect: Judging emotions from content-masked speech*. Nueva York: *Journal of Psycholinguistic Research*, 1, 269-285.

Schneider, D. J., Hastorf, A. H., Ellsworth, P. C. (1979): *Person perception*.

Reading, Nueva York: Addison-Wesley.

Schneider, W., Schiffrin, R. M. (1977): Controlled and automatic human information processing: I. Detection, search and attention. Nueva York : *Psychological Review*, 84, 1-66.

Seamon, J. G., Brody, N., Kauff, D. M. (1983): Affective discrimination of stimuli that are not recognized: II. Effect of delay between study and test. Nueva York: *Bulletin of the Psychonomic Society*, 21, 187-189.

Seamon, J. G., Marsh, R. L., Brody, N. (1984): Critical importance of exposure duration for affective discrimination of stimuli that are not recognized. Nueva York: *Journal of Experimental Psychology Learning, Memory and Cognition*, 10, 465-469.

Shaffer, L. H. (1975): Multiple attentions in continuous verbal tasks. En P. M. A. Rabbitt y S. Dornic (Eds.): *Attention and Performance*, V. Londres: Academic Press, pp. 157-167.

Shallice, T. (1972): Dual functions of consciousness. Nueva York: *Psychological Review*, 79, 383-393.

Shiffrin, R. M., Schneider, W. (1977): Controlled and automatic human information processing: II. Perceptual learning, automatic attending and a general theory. Nueva York: *Psychological Review*, 84, 127-190.

Silverman, L. H. (1965): The use of subliminal stimuli to study the relationship between aggressive activation and pathological thinking. Comunicación presentada en Eastern Psychological Association. Atlantic City: Symposium on current trends in research on perception without awareness.

Silverman, L. H. (1966): A technique for the study of psychodynamic relationships: Effects of subliminally presented aggressive stimuli on the production of pathological thinking in a schizophrenic population. Nueva York: *Journal of Consulting Psychology*, 30, 103-111.

Silverman, L. H. (1982a): A comment on two subliminal psychodynamic activation studies. Nueva York *Journal of Abnormal Psychology*, 91, 126-130.

Silverman, L. H. (1982b): Rejoinder to Allen and Condon's and Heilbronn's replies. Nueva York: *Journal of Abnormal Psychology*, 91, 136-138.

Silverman, L. H. (1983): The subliminal psychodynamic activation method: Overview and comprehensive listing of studies. En J. Masling (Ed.): *Empirical studies of psychoanalytic theories* (Vol 1, pp. 69-100). Hillsboro, Nueva Jersey: Erlbaum.

Silverman, L. H., Bronstein, A., Mendelsohn, E. (1976): The further use of the subliminal psychodynamic method for the experimental study of the clinical theory of psychoanalysis: On the specificity of the relationship between symptoms and unconscious conflicts. Nueva Jersey: *Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 13, 2-16.

Silverman, L. H., Frank, S. G., Dachinger, P. (1974): A psychoanalytic reinterpretation of the effectiveness of systematic desensitization: Experimental data bearing on the role of merging fantasies. Nueva York: *Journal of Abnormal Psychology*, 83, 313-318.

Silverman, L. H., Levinson, P., Mendelsohn, E., Ungaro, R., Bronstein, N. (1975): A clinical application of subliminal psychodynamic activation: On

the stimulation of symbiotic fantasies as an adjunct in the treatment of hospitalized schizophrenics. Nueva York: Journal of Nervous and Mental Disease, 161, 379-392.

Silverman, L. H., Martin, A., Ungaro, R., Mendelsohn, E. (1978): Effect of subliminal stimulation of symbiotic fantasies on behavior modification treatment of obesity. Nueva York: Journal of Consulting Psychology, 46, 432-441.

Silverman, L. H., Ross, D., Adler, J., Lusting, D. (1978): A simple research paradigm for demonstrating subliminal psychodynamic activation. Nueva York: Journal of Abnormal Psychology, 87, 341-357.

Silverman, L. H., Weinberger, J. (1985): Mommy and I are one: Implications for psychotherapy. Nueva York: American Psychologist, 40, 1296-1308.

Smolensky, P. (1988): On the proper treatment of connectionism. Nueva York: Behavioral and Brain Sciences, 11, 1-74.

Sotil, L. (1995): Los Mensajes Subliminales. Editorial Trillas. México.
Treisman, A. (1969): Strategies and models of selective attention. Nueva York: Psychological Review, 76, 282-299.

Umiltá, C. (1988): The control operations of consciousness. En A.J. Marcel Y E. Bisiach Consciousness in contemporary science. Oxford: Clarendon Press, pp 334-356.

Vega, M. de (1984). Introducción a la psicología cognitiva. Madrid: Alianza Editorial.

Velmans, M. (1991): Is Human Information Processing Conscious? Nueva

York: Behavioral and Brain Sciences, 14, 651-726.

Villegas, G. (2000)El Borde del Abismo. Santa fe de Bogotá.: Ediciones Paulinas.

Weinberger, J., Hardaway, R. (1990): Separating science from myth in subliminal psychodynamic activation. Nueva York: Clinical Psychology Review, 10, 727-756.

Wickens, D. D. (1976): The effects of divided attention on information processing in tracking. Nueva York: Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance, 1-13.

Zajonc, R. B. (1968): Attitudinal effects of mere exposure Nueva York. Journal of Personality and Social Psychology Monograph, 9, 1-27.

Zajonc, R. B. (1980): Feeling and thinking. Preferences need no inferences. Nueva York: American Psychologist, 35, 151-175.

Zajonc, R. B. (1984): On the primacy of affect. Nueva York: American Psychologist, 39, 117-124.

Zeigarnik, B. V. (1972): Experimental Abnormal Psychology. Nueva York: Plenum.

Zubiri, X. (1980): Inteligencia sentiente. Madrid: Alianza.

Zubiri, X. (1986): Sobre el hombre. Madrid: Alianza.

Crecente, F. El sexo en la publicidad. (Vía Internet). (Febrero 3 de 2004).www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/sexpubli.

htm

Galeano, E. Modelos Teóricos de Comunicación aplicados a la Comunicación Publicitaria. (Vía Internet). (Junio de 2004). www.monografias.com/trabajos/modte/modte.shtml-69k

Homs, Ri. El mito de la publicidad subliminal. (Vía Internet). (Noviembre 9 de 2003). www.hipermarketing.com/nuevo%204/columnas/ricardo/nivel3subliminal.html

Núñez P. J. mensajes subliminales (vía internet) (septiembre 5 de 2005). jnunez@chs.upcomillas.es

Queraltó, J. Mensajes que no llegan a la conciencia. (Vía Internet). (Julio 15 de 2003). www.ciencia.vanguardia.es/ciencia/portada/p611.html

ANEXOS

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por _____, de la Universidad_____. La meta de este estudio es_____

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente _____ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por_____. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es _____

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente _____ minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a _____ al teléfono _____.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a _____ al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Facultad: _____

Semestre: _____

ANEXO C

Entrevista

1. ¿Qué sabe usted de los mensajes subliminales de contenido sexual y que ha escuchado sobre ellos?
2. ¿Cuál es su opinión sobre los mensajes subliminales?
3. Se dice que los mensajes subliminales inducen a actividades eróticas y sexuales, ¿qué opina de eso?
4. ¿Cuál es su concepto de que los jóvenes de uno u otro sexo escuchen música y observen videos de contenido sexual directo o en mensajes subliminales?
5. ¿Cuál es su opinión sobre las campañas de comercialización de productos de televisión?
6. ¿Cuál es su opinión sobre las campañas de comercialización de productos de radio?
7. ¿Cómo es su reacción o comportamiento ante los comerciales que presentan desnudos para promocionar un producto?
8. ¿Cómo se siente usted ante los comerciales que presentan desnudos para promocionar un producto?
9. ¿Cómo se siente al escuchar música que le agrada? y ¿cuál es?

10. ¿A qué comportamientos le inducen el observar y/o el escuchar imágenes y/o música con contenidos eróticos o sexuales?

11. ¿Qué sensación le genera la presentación de los comerciales con modelos semidesnudas bailando y enseñando sus atributos físicos?

12. ¿Ha cambiado la utilización de un producto de uso regular por otro de características similares? explique

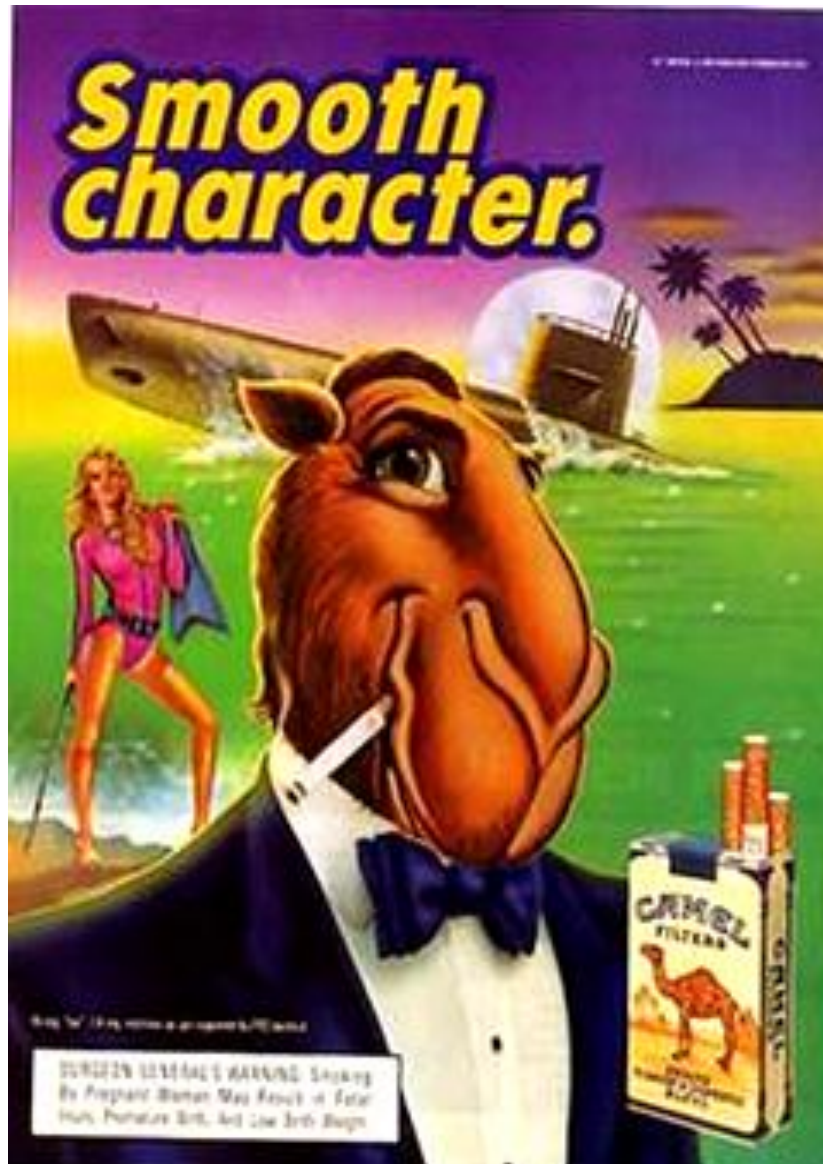
13. ¿Siente que de alguna forma la información que se le plantea en los medios de comunicación con contenido sexual está en contra de su formación moral?

14. Influye de alguna manera el contenido sexual que se expone en los medios de comunicación en su vida social y personal?, ¿cómo?

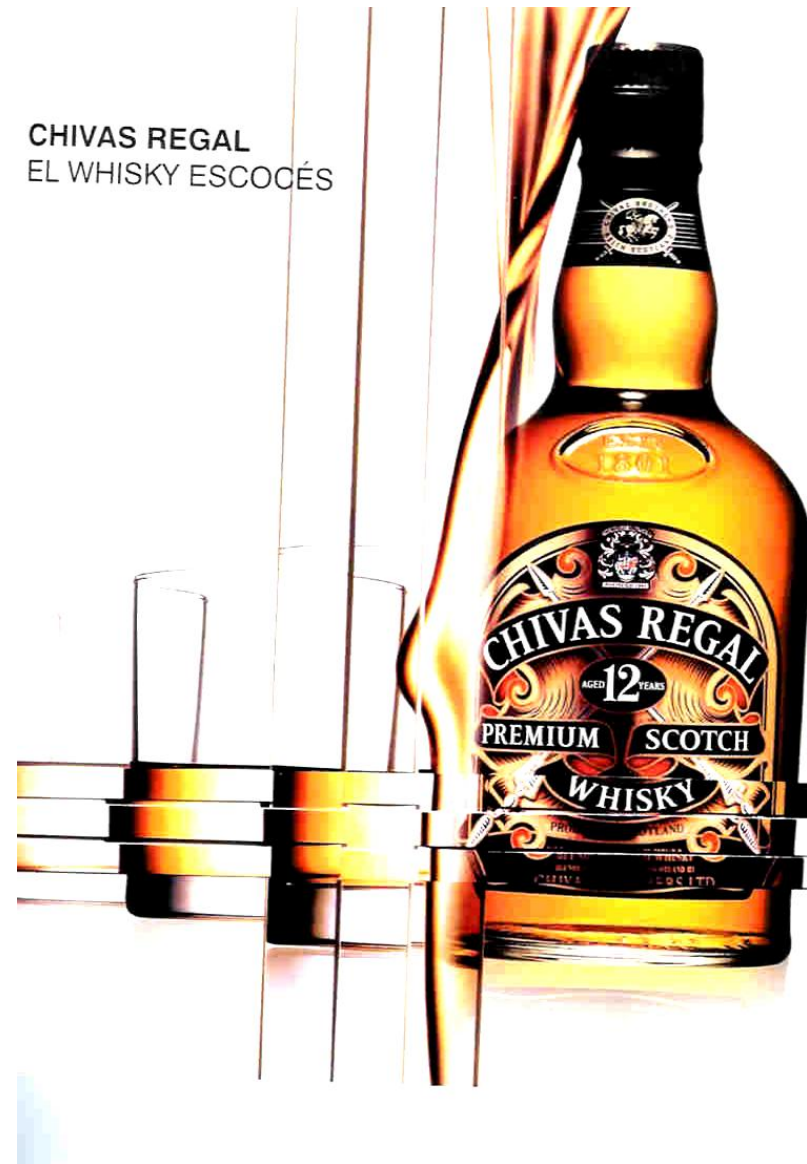
ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel[®]
2. Whisky escocés Chivas Regal[®]
3. Perfume para mujer Chanel[®]
4. Cerveza Club Colombia[®]
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value[®]
6. Labial para mujer Revlon[®]
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
8. Electrodomésticos Moulinex[®]

1. El camello Joe de cigarrillos Camel



2. Whisky escocés Chivas Regal.

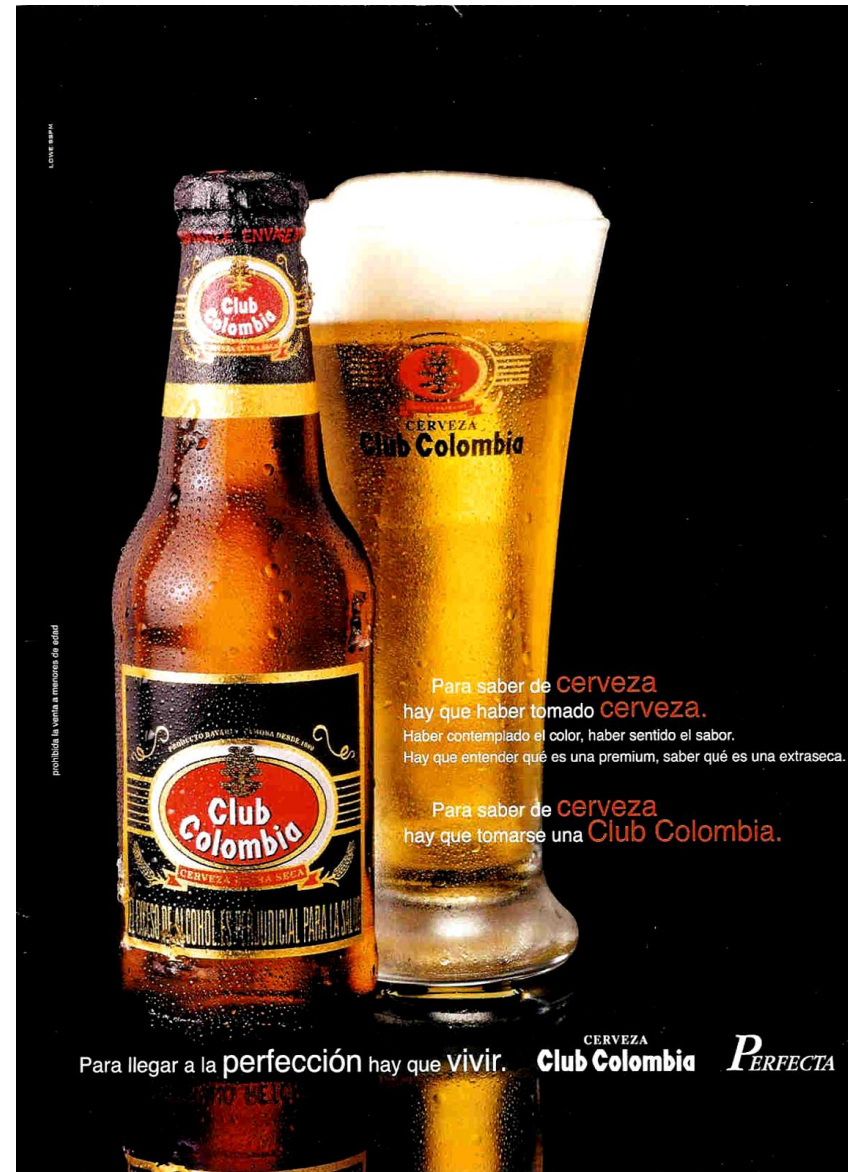


3. Perfume para mujer Chanel.



LA NUEVA FRAGANCIA DE CHANEL

4. Cerveza Club Colombia.



5. Quesos enlatados Gread Value



6. Labial para mujer Revlon.



**7. Película infantil de Walt Disney
Bernardo y Bianca.**



8. Electrodomésticos Moulinex.



ANEXO E

FORMATO DE RESULTADOS

PSICODIAGNÓSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

Nombre y Apellidos:

Sexo:

Edad:

Profesión y nivel cultural:

Láminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I			

CALIFICACIÓN

Láminas

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

I

Láminas

Respuestas

Encuesta

Calificación

II

III

CALIFICACIÓN

Laminas

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

II

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

III

Láminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV			
V			

CALIFICACIÓN

Laminas

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

IV

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

V

Láminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI			
VII			

CALIFICACIÓN

Láminas

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

VI

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

VII

Láminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII			
IX			

CALIFICACIÓN

Láminas

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

VIII

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

Z

FQ

C/E

IX

Láminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X			

CALIFICACIÓN

Láminas

Localización

Determinantes

Contenidos

Frecuencia

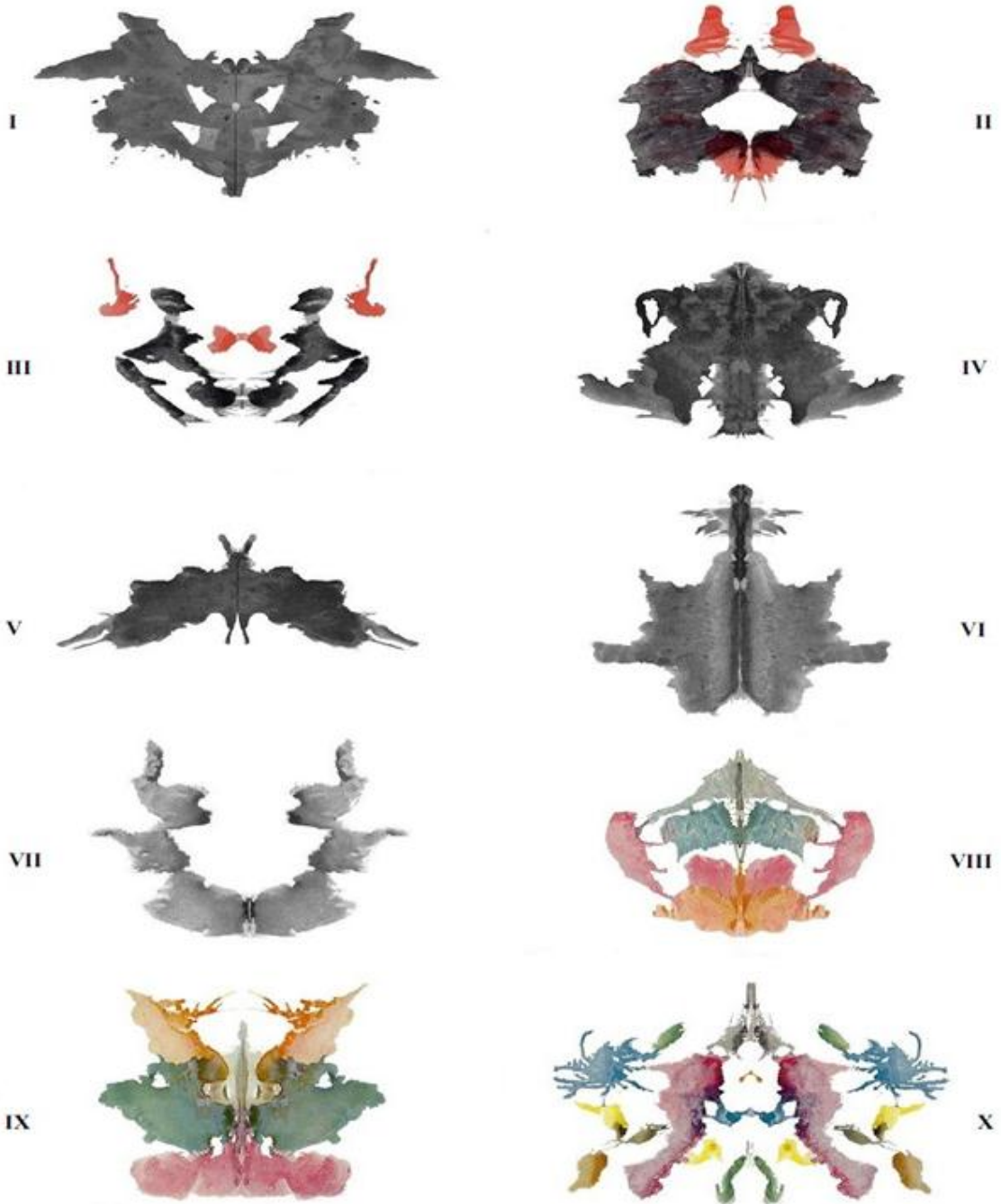
Z

FQ

C/E

X

ANEXO F



ANEXO G

Rorschach Interpretation Assistance Program™ Interpretive Report

by

John E. Exner, Jr., PhD, and Irving B. Weiner, PhD

Client Information

Name:	Gender:
Client ID:	Ethnicity:
Birthdate:	Age (years):
Marital Status:	Education (years):
Language:	SES Status:
Country:	Family Country:
Category:	

Protocol Information

Test Date:	Examiner ID :	Edgar Acuña
Test Setting: Clinic office	Examiner Gender:	Male
Institution Type: Educational		



**Rorschach® Interpretation
Assistance Program:
Version 5**

John E. Exner, Jr., PhD, Irving B. Weiner, PhD, and PAR Staff

Copyright © 1976, 1985, 1990, 1994, 1995, 1999, 2001, 2003, 2005, 2008
by Psychological Assessment Resources, Inc. All rights reserved.

ANEXO H

Fotografías de mensajes subliminales de contenido sexual

1. GINEBRA GILBEY 'S
2. CIGARRILLOS KENT
3. PELICULA DE WALT DISNEY "LA SIRENITA".
4. PELICULA DE WALT DISNEY "EL REY LEON".
5. COCA COLA.
6. PEPSI EN LATA.
7. RESTAURANTES EN LA WEB.
8. PUBLICIDAD EN PERIODICO.
9. PUBLICIDAD DE PERFUMES.
10. PUBLICIDAD DE COLLARES DE PERLAS.

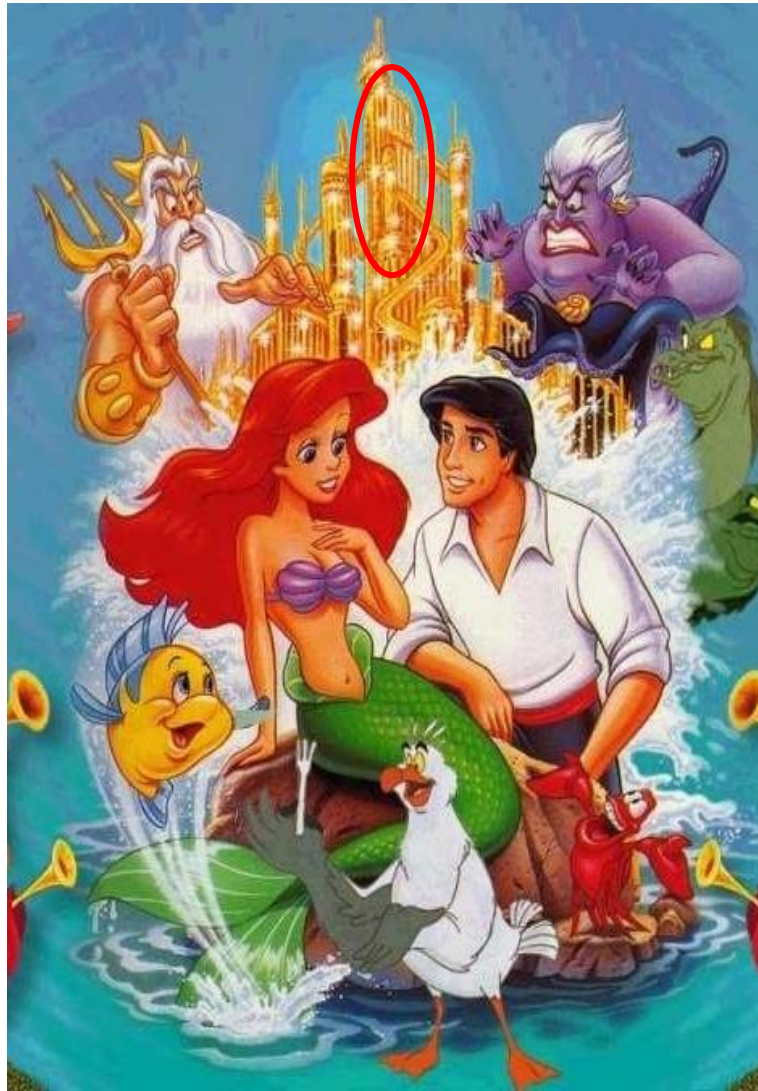
1. GINEBRA GILBEY'S



2. CIGARRILLOS KENT



**3. P ELICULA DE WALT DISNEY
"LA SIRENITA".**



4. P ELICULA DE WALT DISNEY "EL REY LEON".



5. COCA COLA.



6. P E P S I EN LATA.



7. RESTAURANTES EN LA WEB.



8. PUBLICIDAD EN PERIODICO

9. PUBLICIDAD DE PERFUMES.



10. PUBLICIDAD DE COLLARES DE PERLAS.



EJEMPLOS

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: A.V.

Edad: 17 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Derecho (leyes)

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Sé que constan de imágenes, sonidos, etc., que traen ocultos mensajes relacionados con contenidos verbales, graficas y sexuales. pues he escuchado que son perjudiciales y que afectan nuestro comportamiento a nivel inconsciente.
2. R//Son contenidos que afectan inconsciente mente nuestro comportamiento.
3. R//Pues, muchos de los mensajes subliminales que han sido inducidos y trasmitidos actualmente tienen contenidos sexuales y pueden que en cierta forma inducir a realizar actividades eróticas y sexuales.
4. R//No parece correcto, ya que muchos de ellos son niños y jóvenes que no poseen información sobre este tema.
5. R//:Hay muchos videos, comerciales, etc., que incluyen demasiados mensajes subliminales para atraer la atención de las personas sin ellos darse cuenta, el hecho es que muchos no son discretos al realizarlas, pues presentan productos con desnudos, sumándoles a estos comportamientos eróticos.
6. R//: No tengo problemas con eso.
7. R//: No les prestó atención, no me causan interés.
8. R//: No me siento cómoda, pues usualmente hay niños presentes.

9. R//: Envista de que no me llaman la atención y no soy muy dado a observarlos no me causan nada.
10. R//: En algún momento al ver películas, causan atracción y en la mayoría de los casos cuando son de mayor grado pueden producirme excitación.
11. R//: No uso los productos comunes y normales.
12. R//: En cierta forma si, cuando son demasiados directos, pero generalmente no.
13. R//: No, pues no les prestó atención.
14. R//: Si son para explicarles y proporcionarles conocimientos de ellos, para formación personal, si.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: Veo un camello fumando, con una cajeta de cigarrillos y una mujer atas masturbándose y un submarino hundiéndose en el mar.
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Una botella de whisky con unos vasos de vidrios reflejados en un cristal.
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Una mujer detrás de un perfume, abrazándolo como si no quisiera dejarlo. Esta mujer esta vestida de manera transparente.
4. Cerveza Club Colombia®
R//: Aquí dice que para vivir hay que hacerlo tomando cerveza, esta palabra se repite mucho, lo que es propicio para la memorización de la palabra CERVEZA.
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Veo un pene en la mitad de imagen con miel.
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Un pinta labios pintando unos labios parece muy sensual.
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Veo una vieja desnuda en una de las ventanas.
8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: La posición de la mujer es muy insinuante, además la zanahoria esta atrás de y puede insinuar una posible penetración.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: A.V.
Sexo: F Edad: 17 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de Derecho

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- Yo veo dos gárgolas como así juntas agarradas por los pies.	1- La forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1- (180°) Dos osos escalando una montaña. 2- Aquí hay como una pelvis- es en blanco.	1- Su forma y moviéndose. 2- La forma que tiene.	
III	1- Una pelvis como el hueso. 2- Los riñones acá por la mancha roja.	1- Su forma. 2- Forma y color.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1- Yo veo aquí un monstruo con un pene grande.	1- Por la forma.	
V	1- Una hada.	1- Por su forma.	

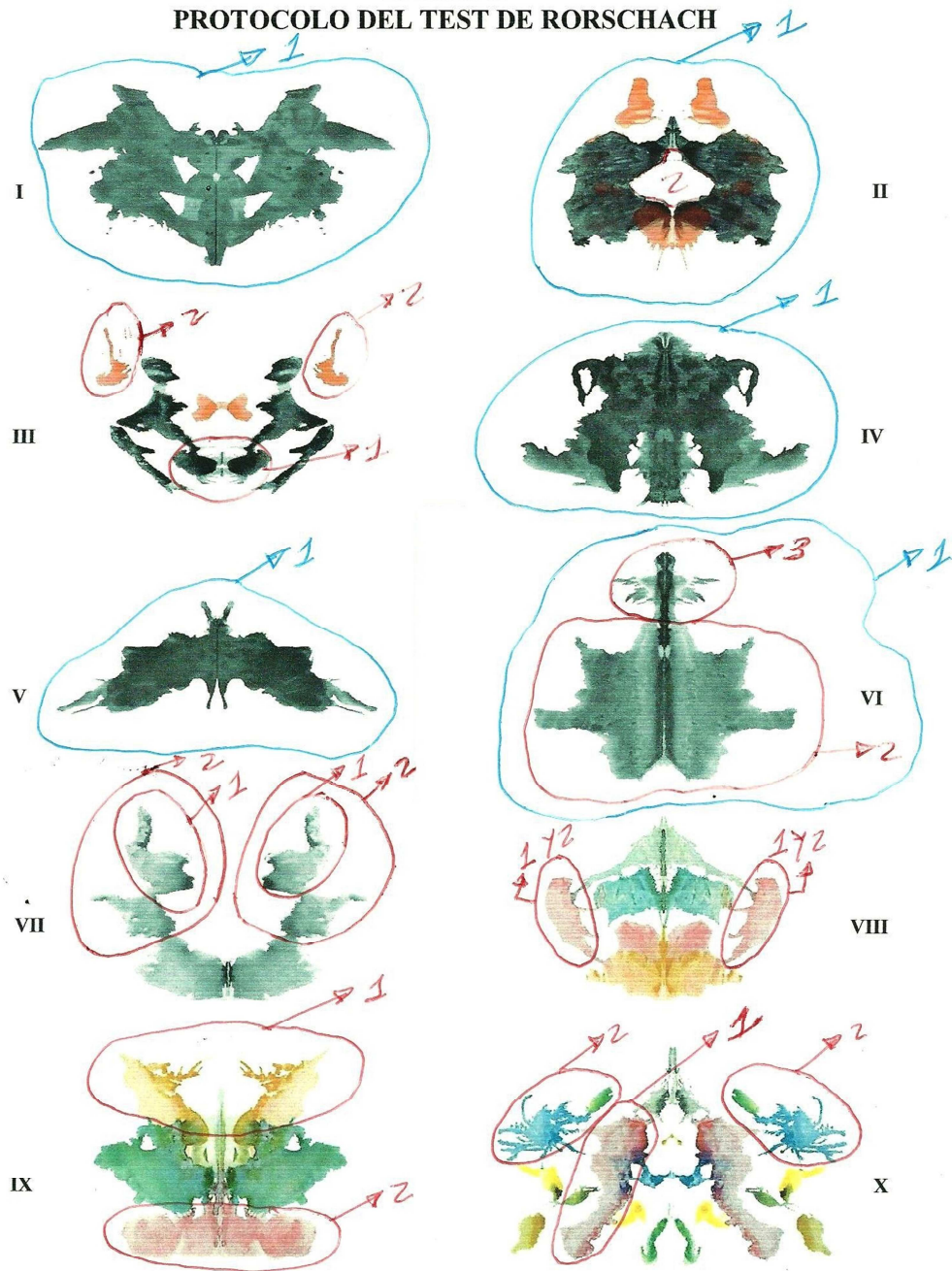
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Yo veo un robot. 2- (180°) La piel de un animal. 3- (180°) Un pene	1- La forma que tiene. 2- Extendida su forma. 3- La forma.	
VII	1- (180°) Como dos viejitas con el moño parado. 2- Dos mujeres pegadas por la cabeza, sacando cola y pecho.	1- Es la forma. 2- Tienen esa forma	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Veo dos osos escalando una montaña. 2- También pueden ser leones.	1- Por la forma y su movimiento. 2- La forma.	
IX	1- Yo veo cuatro pétalos de rosa. 2- (180°) Raíces de dos árboles.	1- La forma. 2- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- Un caballo con alas. 2- (180°) Aquí yo veo flores azules.	1- La forma y colores. 2- Por la forma.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACION**RIAP™ Interpretive Report**

Page 2 of 11

Client Name: AV

Client ID: 05_AV_(17F)_ANEXO_

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Wo	1	FY.FMao		A	P	1.0	
II	2	Wo	1	FY.FMao		A	P	4.5	
	3	DSO	5	FYo		An		4.5	
III	4	D+	7	Fo		An		4.0	
	5	Dv/+	2	FCo		An		4.0	
IV	6	Wo	1	Fo		A		2.0	
V	7	Wo	1	Fo		(Hd)		1.0	GHR
VI	8	Wo	1	FYo		Art		2.5	
	9	D+	1	Fo		A	P	6.0	
	10	D+	6	Fo		Sx		6.0	
VII	11	Dv/+	1	F.Mao		H	P	3.0	GHR
	12	Dv/+	2	F.Mao		Ad,H	P	3.0	GHR
VIII	13	Dv/+	1	F.Ma		A	P	3.0	
	14	Dv/+	1	F.Ma		A	P	3.0	
IX	15	Dv/+	3	Fo		Bt		4.5	
	16	D+	6	Fo		Bt		4.5	
X	17	D+	9	Fo		(Ad)		4.5	
	18	Dv/+	1	FCo		Bt		4.5	

Summary of Approach

I : W	VI : W.D.D
II : W.D.S	VII : D.D
III : D.D	VIII : D.D
IV : W	IX : D.D
V : W	X : D.D

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™

Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning.

Situationally related stress is making more demands on her adaptive capacities than she ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing her usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action. She is consequently more vulnerable than most people to become acutely upset, anxious, or even disorganized, and her situationally determined stress overload is also likely to impair her capacities for self-control and create a potential for impulsiveness in what she thinks, says, and/or does.

This person appears capable of attending to her experience in a reasonably open and flexible manner that constitutes a personality asset. She shows an adaptive balance between being able to deal with situations in a detached and uninvolved manner sometimes and, at other times, in a concerned and engaged manner.

She demonstrates generally good abilities to perceive events conventionally without sacrificing her individuality, to form accurate impressions about herself, to interpret the actions and intentions of others without distortion, to adequately anticipate the consequences of her own actions, and to correctly construe what constitutes appropriate behavior in various kinds of situations. Her good reality testing constitutes a substantial personality strength.

She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of this age of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

She shows a potentially maladaptive style of experiencing and expressing affect in which she exerts more stringent control over her feelings than most people. Consequently, she is likely to be an emotionally reserved individual who has difficulty relaxing, being spontaneous, showing her feelings, and relating to others on a casual and informal basis.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

This person is more likely than most people of this age to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: A.C.

Edad: 19 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Fisioterapia

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Que son mensajes con dobles sentidos.
2. R//: Que son mensajes que influyen de forma negativa y positiva a las personas.
3. R//: Creo que pueden inducir a actividades eróticas si la persona tiene muy malos pensamientos.
4. R//: Los jóvenes actúan por imitación y creo que muchos mensajes no enseñan nada bueno y puede ser perjudicial para ellos por su baja madurez
5. R//: Creo que es bueno siempre y cuando sean campañas preventivas que enseñen algo positivo o actuando de mal forma y de esa manera le pueda quedar una enseñanza. Y con los de comercialización son buenos porque son útiles para nosotros.
6. R//: Son buenas siempre cuando el producto no haga daño en la vida de las personas
7. R//: Pienso que no es necesario y no me gusta que muestren una mujer o un hombre desnudo para poder promocionar un producto
8. R//: Me siento un poco confundida y pienso que el producto no es muy bueno

9. R//: No me gusta
10. R//: Ninguna sensación
11. R//: No
12. R//: La sexualidad es algo normal en cada ser humano solo es la manera como cada persona lo interprete
13. R//: No influye
14. R//: Los mensajes subliminales con sentido sexual son favorables dependiendo tal y como lo muestren y el otro sentido opuesto que le ponen.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: Un señor con una máscara de asno

2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Una botella de whisky y dos vasos.

3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Un perfume con una chica

4. Cerveza Club Colombia®
R//: Una botella de cerveza tapada con un vaso de cerveza lleno.

5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Un cucharon

6. Labial para mujer Revlon®
R//: Chica pintándose los labios.

7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Dos ratoncitos y en la ventana hay una mujer desnuda

8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Una mujer en una portada de revista.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: A.C.
Sexo: F Edad: 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de Fisioterapia

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	<ol style="list-style-type: none">Una silueta de dos muñecas abrazadas(180°) una cara.(180°) Dos ojos.(180°) Un muñequito hecho de fuego	<ol style="list-style-type: none">La forma del cuerpo, caderas.Por la forma como la cara de un monstruo.Por la forma.Por la forma parece que el pelito fuera llamita	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como una casa que están en las montañas. 2. Un pasillo de escaleras grande. 3. Un murciélago. 4. Dos personas chocándose las manos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porque esto parece como montañas y esta como tan oscuro como por allá en el medio oriente, da como una tranquilidad. 2. Por la forma, por ahí es que se llega a la casa. 3. Por la forma de las alitas. 4. Por la forma, las manos, las cabezas flotantes 	
III	<ol style="list-style-type: none"> 1- (180°) Un murciélago. 2- (180°) Como dos flores. 3- (180°) Como dos aves. 	<ol style="list-style-type: none"> 1- La forma: dos alas. 2- El tallo y la forma de las hojas. 3- El pico el ojo y la forma del cuerpo y el ala. 	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	<ul style="list-style-type: none"> 1- Es como la cabeza de un ganso. 2- Un hombre disfrazado. 3- Dos zapatos. 4- (180°) Una especie de ave. 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Están los dos ojos pero tiene un pico un poco extraño. 2- Esta la cara con una capucha y le está dando brisa porque lo tiene como elevando. 3- Por la forma de la punta y se le ve el tacón. 4- Por la forma, las alas. 	
V	<ul style="list-style-type: none"> 1- (180°) Eso es como un murciélago alzando vuelo. 2- Un insecto aterrizando. 3- Dos corazones. 4- Dos cabezas de caimanes. 	<ul style="list-style-type: none"> 1- Por la posición de la alas hacia arriba. 2- Por la posición de las alas hacia abajo. 3- Por la forma. 4- Por la forma de los espacio en blanco. 	

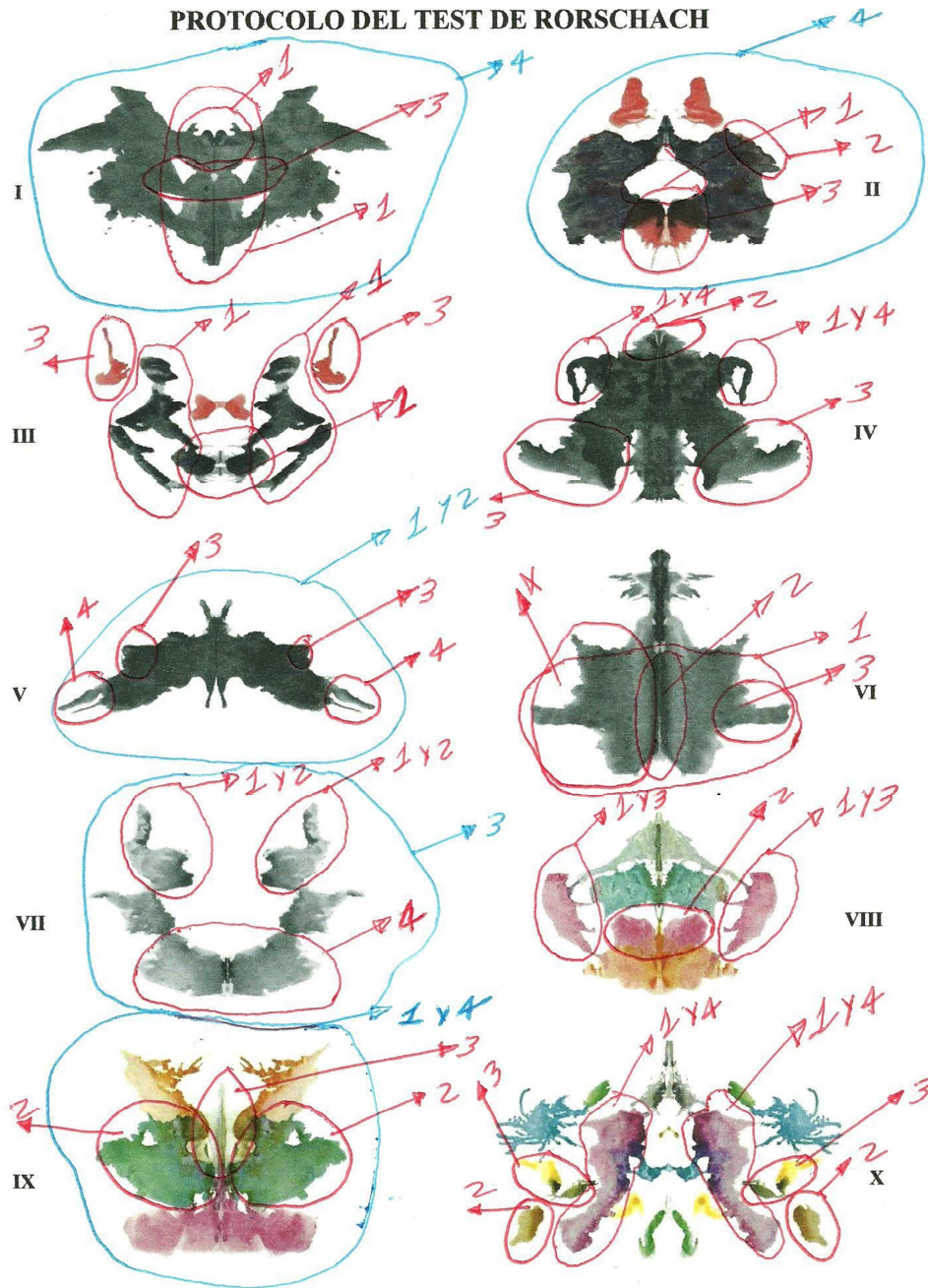
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- (180°) Es como un volcán. 2- (180°) Dos caras. 3- (180°) La cara de un leopardo. 4- Como una zorra acostada.	1- Por la forma, el pedazo de tierra y algo profundo por el color. 2- Por la forma, está la nariz, la barba y las cejas. 3- Por la forma de los bigotes y las orejas. 4- Por la forma de la cabecita.	
VII	1- Parecen dos angelitos. 2- (180°) Parecen dos mujeres bailando. 3- (180°) Una estatua. 4- (180°) Un lago.	1- Por el gorrito hacia arriba y cara forma de cara de niños. 2- Por la forma de Marilyn Morrow, por la falda y el cabello. 3- Por la forma del espacio en blanco, cuadrado, geométrico. 4- Por la forma de agua por las partes claras del negro	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- (180°) Un murciélago. 2- Son como dos demonios. 3- (180°) Dos loros.	1- por la forma de las alas. 2- por la forma gordita de la cara. 3- por el copete	
IX	1- Dos caballitos de mar. 2- Dos caras de dos sapos. 3- Una guitarra. 4- (180°) Un florero.	1- Por la forma de la trompita, el color y la barriguita. 2- por el color y la forma de la cara pancha, gorda, y la cosa que le sale al sapo cuando se hincha. 3- por la forma como guitarra pequeña. 4- por la forma como de porcelana, por el color suave	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- Una flor. 2- (180°) Dos pajaritos. 3- (180°) Un rostro. 4- Un ave volando	1- Por la forma como de asteriscos y el color. 2- Por el color y el ojito. 3- Porque tiene cejas, ojos y un bigote. 4- Por la forma de pajarito	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACION**RIAP™ Interpretive Report**

Client Name: A C

Page 2 of 12

Client ID: 07_A.C._(19F)_ANEXO_

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	D+	4	F.mao		Art		6.0	
	2	Dd+	21	F.Yo		H		6.0	GHR
	3	DdSv/+	30	F.Yo		H		6.0	GHR
	4	Wv/+	1	Fo		(H)		4.0	GHR
II	5	DS+	5	Fo		Art		5.5	
	6	Ddv/+	26	F.Yo		Art		5.5	
	7	Dv/+	3	F.Yo		A		5.5	
III	8	W+	1	F.Mao		H		4.5	GHR
	9	D+	9	F.Yo		A		4.0	
	10	D+	8	F.Yo		Bt		4.0	
IV	11	D+	2	Fo		A		4.0	
	12	D+	4	Fo		A		4.0	
	13	Dv/+	3	F.Yo		H		4.0	GHR
V	14	D+	6	Fo		Cg		4.0	
	15	D+	4	Fo		A		4.0	
	16	W+	1	F.FMao		A		2.5	
VI	17	W+	1	F.FMao		A		2.5	
	18	Dd+	33	Fo		An		5.0	
	19	D+	10	Fo		A		5.0	
VII	20	D+	1	F.Yo		Na		6.0	
	21	D+	12	Fo		H		6.0	GHR
	22	Dv/+	4	F.Yo		A		6.0	
	23	Dv/+	4	F.FMao		A		6.0	
VIII	24	D+	1	Fo		H		3.0	GHR
	25	D+	2	F.Mao		H		3.0	GHR
	26	W+	1	Fo		Art		2.5	
	27	Dv/+	4	Fo		Na		3.0	
IX	28	Dd+		Y.Fo		A		3.0	
	29	Ddv/+	33	Fo		(H)		3.0	GHR
	30	Dv/+	1	F.Yo		A		3.0	
X	31	D+		Fo		A		4.5	
	32	D+	1	Fo		A		4.5	
	33	Dv/+	8	F.Yo		Art		4.5	
	34	W+	1	Fo		Bt		5.5	
	35	D+	9	Fo		Bt		4.5	
	36	D+	13	Fo		A		4.5	
	37	Dv/+	7	F.Yo		H		4.5	GHR
	38	Dv/+	9	F.FMao		A		4.5	

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™ Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning.

This person appears to be susceptible to episodes of affective disturbance that are likely to involve features of depression. She may not necessarily complain of feeling depressed or emotionally upset, but she is nevertheless disposed to affective malaise that interferes with her ability to function effectively.

In fact, she appears at present to be experiencing a fair amount of emotional stress that is giving rise to unpleasant affect and increasing her susceptibility to becoming depressed.

Situationally related stress is making more demands on her adaptive capacities than she ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing her usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action. Her excess situational stress is being imposed on a preexisting chronic stimulus overload, resulting in considerable vulnerability to become upset, anxious, and disorganized. Insufficient psychological resources to meet the demands she is experiencing are also likely to impair her capacity for self-control and to create a marked tendency toward impulsiveness in what she thinks, says, and/or does.

This person appears capable of attending to her experience in a reasonably open and flexible manner that constitutes a personality asset. She shows an adaptive balance between being able to deal with situations in a detached

and uninvolved manner sometimes and, at other times, in a concerned and engaged manner.

She appears to be excessively committed to seeing the world accurately. She is consequently capable of perceiving people and events realistically, but she is also likely to be highly precise in the impressions she forms of situations. Only rarely will she allow himself the risk of forming an impression that may be inexact.

She tends to be a perfectionist with a strong need to be correct or conventional. She typically processes information in a cautious manner that involves excessive attention to details.

She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence. This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

This person is more likely than most people to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: B.E.

Edad: 19 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Psicología

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Que es lo que aparece en el trasfondo de canciones y videos, es como la segunda intención.
2. R//: Que no existen porque la gente ve lo que quiere ver.
3. R//: Pues que si porque la gente está viendo lo que quiere ver y hacer.
4. R//: Depende de la edad, porque si son adolescentes por la curiosidad y si.
5. R//: No pues así como pueden servir para un buen uso para educarnos.
6. R//: Que no es necesario llegar hasta allá de desnudarse para promocionar.
7. R//: Depende del sexo, si es una mujer de tristeza y si es un hombre como de admiración.
8. R//:
9. R//: Si pues claro con deseos.
10. R//: De hacerme una cirugía plástica.
11. R//:

12. R//: Si Perfume.
13. R//: Actualmente si sobre todo en los jóvenes.
14. R//: Si, porque va afianzando lo que se tenía o va cambiando

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: puedo observar una mujer con un bastón y un bolso como imagen principal un animal fumando con vestido de saco y al lado un frasco parecido a un perfume, de fondo logro destacar un avión.
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Observo una publicidad de una bebida energética, con tres vasos la botella con licor y un poco de ese líquido.
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Publicidad de un perfume con una mujer demostrando su fidelidad.
4. Cerveza Club Colombia®
R//: Una cerveza con un vaso.
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Observo una cuchara grande con un líquido y panes.
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Una mujer pintando sus labios.
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Dos ratones una del sexo femenino y uno masculino y este último atemorizado.
8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Una cartel con una mujer grande y una pequeña.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: B.E.

Sexo: F Edad: 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de psicología

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- Un monstruo.	1- Por la forma de los ojos.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1- Un corazón	1- Por la forma	
III	1- Aquí hay dos mujeres. 2- Esto aquí es un lazo.	1- Porque tienen tacones y por los senos. 2- La figura y el color.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1- Unas botas.	1- Por la figura.	
V	1- Una cabeza de la mariposa. 2- Un rostro.	1- Por la figura. 2- Por la figura.	

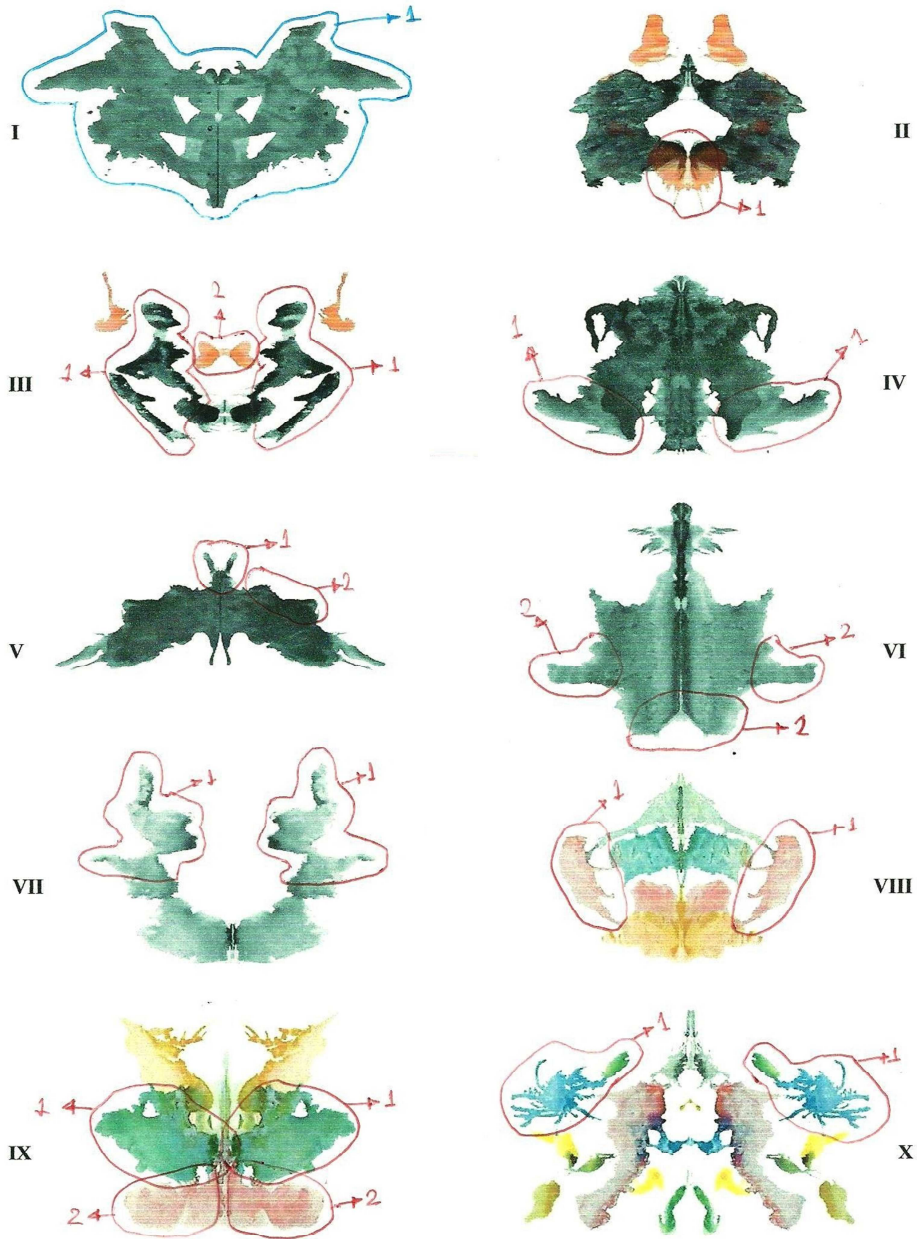
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Una piel. 2- Unos brazos.	1- La figura. 2- La Forma.	
VII	1- Aquí hay dos niñas. 2- La cara de un animal.	1. La figura. 2. Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Aquí hay dos animales parecen leones	1- Por la forma	
IX	1- Estos parecen hipopótamos. 2- Unos fetos.	1- Por el color y por la forma. 2- Forma y color.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1. Aquí hay unos cangrejos	1. Por la figura	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN**RIAP™ Interpretive Report**

Client Name: B E

Client ID: 09_B.E_(F19)_ANEXO__

Page 2 of 10

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Wo	1	Fo		A	P	1.0	
II	2	D+	3	Fo		An		5.5	
III	3	Dv/+	9	Fo		H	P	4.0	GHR
	4	D+	3	FCo		Art		4.0	
IV	5	Dv/+	6	Fo		Art		4.0	
V	6	D+	6	Fo		A		5.0	
	7	Dd+	35	FYo		H		5.0	GHR
VI	8	D+	1	Fo		Art		6.0	
	9	Ddv/+	24	Fo		H		6.0	GHR
VII	10	Dv/+	1	Fo		H	P	3.0	GHR
	11	D+	4	FYo		A		3.0	
VIII	12	Dv/+	1	Fo		A	P	3.0	
IX	13	Dv/+	1	Fo		A		4.5	
	14	D+	6	Fo		H	P	4.5	GHR
X	15	Dv/+	1	Fo		A	P	4.5	

Summary of Approach

I: W	VI: D.Dd
II: D	VII: D.D
III: D.D	VIII: D
IV: D	IX: D.D
V: D.Dd	X: D

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™

Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning. However, she shows some situational guardedness and a reluctance to be forthcoming, and her responses may not reveal the full extent of either her coping capacities or her adjustment difficulties.

She appears to be excessively committed to seeing the world accurately. She is consequently capable of perceiving people and events realistically, but she is also likely to be highly precise in the impressions she forms of situations. Only rarely will she allow herself the risk of forming an impression that may be inexact.

She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

She shows a potentially maladaptive style of experiencing and expressing affect in which she exerts more stringent control over her feelings than most people. Consequently, she is likely to be an emotionally reserved individual who has difficulty relaxing, being spontaneous, showing her feelings, and relating to others on a casual and informal basis.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

She shows about as much interest in other people as would be expected. This interest in being around other people and paying attention to what they say and do is a personality asset that ordinarily contributes to good adjustment.

This person is more likely than most people to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: B.

Edad: 19 Años

Sexo: Masculino

Facultad: Ingeniería Civil

Semestre: Primero

ANEXO C

1. R//: Que traen mensajes induciéndote a comprar productos o a tener sexo
2. R//: Que te llevan a tener sexo
3. R//: Si, por los contenidos
4. R//: Pueden desarrollar conductas en cuanto al sexo sin protección
5. R//: Que mientras sean educativas son buenas
6. R//: Que pueden lograr vender pero pueden causar daños a la sociedad
7. R//: Indignante, pues venden de que solo somos objetos sexuales
8. R//: A veces hasta envidia, una se siente mal consigo mismo por no tener esos cuerpos.
9. R//: Agresividad, inconformidad
10. R//: En realidad desaprobación pues no deberían dañar la imagen el cuerpo
11. R//: No, al comprar un producto espero que me sirva para lo que es
12. R//: Si, dañan la formación de respeto hacia ti mismo

13. R//: No más bien pienso que dañan más a la sociedad

14. R//: Desfavorable

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: La cara del camello es en forma de pene, una mujer posando sexy.
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: El trago que cae como agua tiene forma de perfil de una mujer, pero solo se le ven los senos.
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Un perfume muy caro
4. Cerveza Club Colombia®
R//: una combinación perfecta, la cerveza y el deseo
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: unas papitas fritas con queso fundido.
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Una mujer pintándose los labios, y los labios tienen forma de glúteos.
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Bernardo y Bianca, película de Disney lo mejor. Y en el fondo una mujer como loca desnuda.
8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Como si la zanahoria fuera para el trasero de la mujer.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: B.
Sexo: M Edad: 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de Ingeniería Civil

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- Veo un insecto. 2- (180°) Veo un avión. 3- Veo dos mujeres.	1- Es la simetría. 2- Veo las alas. 3- La figura.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1- Veo una nave	1- La figura	
III	1- Aquí veo dos personas	1- La figura	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1-Veo una persona alta. 2- (180°) Veo un gran falo.	1- La forma. 2- Por la forma.	
V	1- Un murciélago volando. 2- Una mariposa.	1- La figura que es un animal. 2- Por las antenas.	

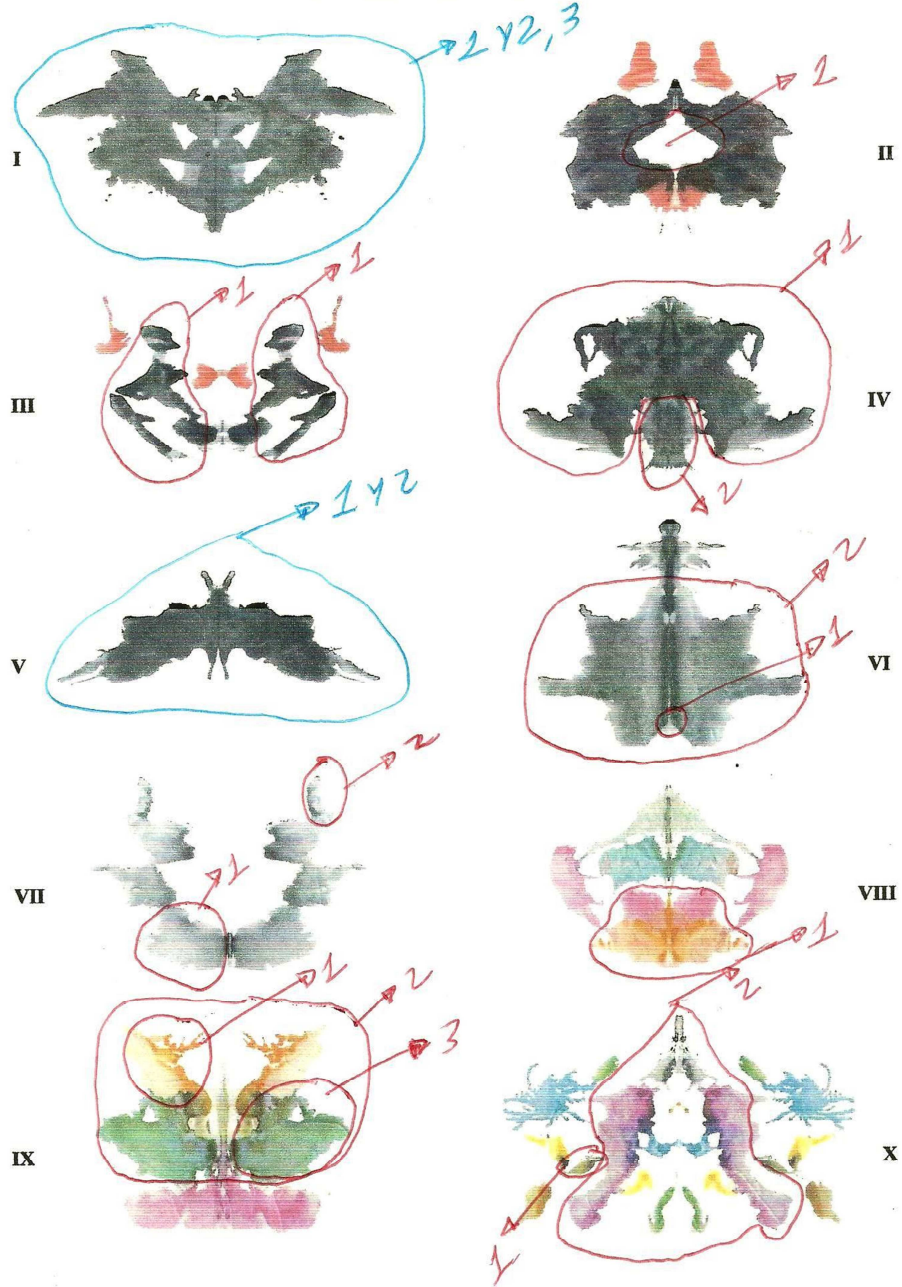
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Veo una Vagina. 2- (180°) Una manzana.	1. Por la forma y los labios mayores. 2. Se ve su forma.	
VII	1- (180°) Aquí veo un cucarrón. 2- (180°) Uno falo.	1- La figura. 2- Tienen gran similitud.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Aquí veo unas piernas de mujer.	1- Se ve la forma.	
IX	1- Aquí veo lo que es un animal. 2- Una máscara. 3- (180°) Veo lo que sería el cuerpo de una mujer moviéndose.	1- Por la forma. 2- Por la forma. 3- La figura.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- (180°) Veo una vagina. 2- Veo el cuerpo de una mujer.	1- La figura. 2- Por la forma.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN**RIAP™ Interpretive Report**

Client Name: B

Client ID: 13_B_(M19)_ANEXO _

Page 2 of 12

Sequence of Scores

Card	Resp. No.	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Wv/+	1	F.Yo		A		4.0	
	2	Wv/+	1	F.Yo		Art		4.0	
	3	Wv/+	1	F.Yo		H		4.0	GHR
II	4	DS+	5	Fo		Art		5.5	
III	5	D+	9	Fo		H		4.0	GHR
IV	6	D+	7	Fo		H		4.0	GHR
	7	D+	1	Fo		Sx		4.0	
V	8	W+	1	Fo		A		2.5	
	9	W+	1	Fo		A		2.5	
VI	10	Dd+	27	Fo		Sx		6.0	
	11	D+	1	Fo		Fd		6.0	
VII	12	Ddv/+	23	F.Yo		A		3.0	
	13	D+	5	Fo		Sx		3.0	
VIII	14	Dv/+	2	F.Yo		H		3.0	GHR
IX	15	D+	3	Fo		A		4.5	
	16	D+	2	Fo		Art		4.5	
	17	Dv/+	12	F.Ma.Yo		H		4.5	GHR
X	18	D+	7	Fo		Sx		4.5	
	19	DdSv/+	22	F.Yo		H		6.0	GHR

Summary of Approach

I : W.W.W	VI : Dd.D
II : DS	VII : Dd.D
III : D	VIII : D
IV : D.D	IX : D.D.D
V : W.W	X : D.DdS

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™ Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about his personality functioning.

He appears at present to be experiencing a fair amount of stress that is giving rise to unpleasant affect and may make him susceptible to feeling depressed.

Situationally related stress is making more demands on his adaptive capacities than he ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing his usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action.

This person lacks openness to experience and has an avoidant style in which he tends to view the world with an overly narrow frame of reference. As a consequence, he is likely to have little tolerance for uncertainty and ambiguity, to feel most comfortable in clearly defined and well-structured situations, and to favor simple solutions to even complex problems.

He appears to be excessively committed to seeing the world accurately. He is consequently capable of perceiving people and events realistically, but he is also likely to be highly precise in the impressions he forms of situations. Only rarely will he allow himself the risk of forming an impression that may be inexact.

He displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of coming to reasonable

conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

This person appears to compare himself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person appears to be less capable than most people of dealing effectively with everyday experience, especially with respect to social situations. His limited social skills are likely to be contributing to awkward, inept, or inappropriate management of interpersonal relationships.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although he may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

He shows about as much interest in other people as would be expected. This interest in being around other people and paying attention to what they say and do is a personality asset that ordinarily contributes to good adjustment. This person is more likely than most people to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: I.S.

Edad: 18 Años

Sexo: Masculino

Facultad: Psicología

Semestre: Primero

ANEXO C

1. R//: Son imágenes que incitan al ser humano a tener un conocimiento sexual.
2. R//: Desde el punto de vista que uno los vea.
3. R//: En determinadas ocasiones pueden inducir a actividades sexuales.
4. R//: La persona es libre.
5. R//: Es algo normal.
6. R//: Parece normal.
7. R//: Sientes pena ajena dependiendo de la situación.
8. R//: Depende del medio.
9. R//: Depende el ambiente.
10. R//: Puede generar pensamientos eróticos.
11. R//: No.
12. R//: Se Crean imágenes eróticas que nos inducen a la sexualidad.
13. R//: Inducen aquellos pensamientos o acciones que realizamos de forma erótica.

14. R//: Lo considero normal.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: En la primera imagen veo la cara de una burro
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Veo una botella de whisky con sus determinados copas
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Veo la imagen de una propaganda de un perfume
4. Cerveza Club Colombia®
R//: Veo la imagen de una cerveza fría provocativa
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Veo la imagen de una cucharon sirviendo alguna bebida
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Veo la imagen de una mujer pintándose los labios
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Veo la imagen de dos ratoncitos, uno está muerto del miedo y el otro está haciendo alguna maldad.
8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Veo la imagen de poster en medio de una calle publicada en una pared.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: I.S.
Sexo: M Edad: 18 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de psicología

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- Veo dos ángeles enfrentándose. 2- Veo como unas islas.	1- Por la forma. 2- Su forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1- Se me parecen dos rusos bailando. 2- (180°) Veo una especie de hormiga, la cara de una hormiga. 3- Parecen dos pulmones. 4- Parece el signo de superman.	1. La forma. 2. Es la forma. 3. Por su forma. 4. Forma	
III	1- Veo dos mujeres con dos regaderas una cada una. 2- Veo una cara de payaso.	1- La figura. 2- Tiene forma	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1- Veo un señor montando una motocicleta Harley Davinson.	1- La forma	
V	1. Veo como un hada de mariposa con cuerpo de mujer. 2. Dos cabezas de cocodrilo. 3. (180°) logotipo de Batman, el murciélago	1. La forma. 2. La silueta. 3. La forma	

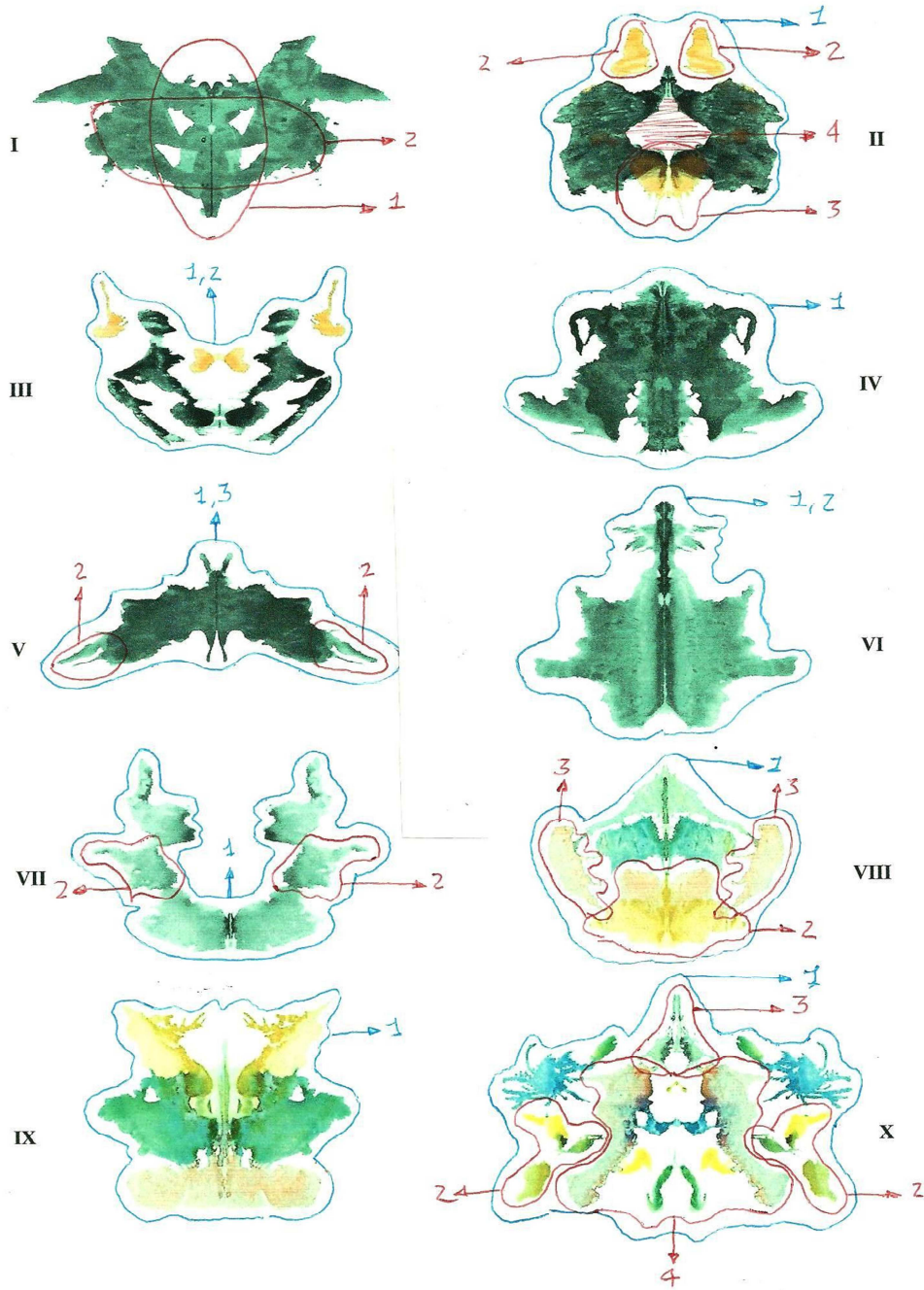
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Veo un fantasma. 2- (180°) parece un escorpión.	1- Por su forma. 2- La forma.	
VII	1- Veo la cara de una niña con cuerpo de animal, dos niñas con el cabello hacia arriba, están sobre una roca. 2- Dos caras de unas brujas mirándose opuestamente.	1- En la forma. 2- Forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Veo la cara de un samurái de un casco samurái y sus protectores, chalecos. 2- Abajo veo la cara de un extraterrestre. 3- Dos ratones.	1- Es su forma. 2- La forma. 3- Tienen forma.	
IX	1- La estructura o sea de un animal.	1- Su forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	<p>1- Un pájaro encima de una rama. Arriba veo dos arañas con una hoja verde, son unos gusanitos, caballos de mar, un poco de ineptos, una rama, un pajarito, un cangrejo.</p> <p>2- (180°) animal con dos alas.</p> <p>3- (180°) dos hombres escalando una montaña.</p> <p>4- (180°) veo una cara diabólica.</p>	<p>1. La figura.</p> <p>2. Es la forma.</p> <p>3. La forma.</p> <p>4. Por la forma.</p>	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN

RIAP™ Interpretive Report

Client Name: *I.S.*

Client ID: *I.S.*

Page 2 of 11

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	DdSo	26	FY.Mao		H		3.5	GHR
	2	Dd+	24	Fo		Ge		6.0	
II	3	Wo	1	Fo		H		4.5	GHR
	4	D+	2	Fo		A	P	5.5	
	5	D+	3	Fo		An		5.5	
	6	DSo	5	Fo		Art		4.5	
III	7	Wo	1	Fo		H	P	5.5	GHR
	8	Wo	1	Fo		H	P	5.5	GHR
IV	9	Wo	1	F.Mao		H	P	2.0	GHR
V	10	Wo	1	Fo		H		1.0	GHR
	11	Dv/+	10	Fo		A		5.0	
	12	Wo	1	FYo		Art		1.0	
VI	13	Wo	1	Fo		H		2.5	GHR
	14	Wo	1	FYo		A	P	2.5	
VII	15	Wo	1	Fo		H	P	2.5	GHR
	16	Dv/+	3	Fo		H	P	3.0	GHR
VIII	17	Wo	1	Fo		H		4.5	GHR
	18	D+	2	FYo		H		3.0	GHR
	19	Dv/+	1	Fo		A	P	3.0	
IX	20	Wo	1	FYo		H	P	5.5	GHR
X	21	Wo	1	FYo		Na		5.5	
	22	D+	13	FYo		H		4.5	GHR
	23	D+	11	FYo		H		4.5	GHR
	24	DdSo	30	FYo		H		6.0	GHR

Summary of Approach

I : DdS.Dd	VI : W.W
II : W.D.D.DS	VII : W.D
III : W.W	VIII : W.D.D
IV : W	IX : W
V : W.D.W	X : W.D.D.DdS

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™ Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about his personality functioning.

This person appears to be susceptible to episodes of affective disturbance that are likely to involve features of depression. He may not necessarily complain of feeling depressed or emotionally upset, but he is nevertheless disposed to affective malaise that interferes with his ability to function effectively.

In fact, he appears at present to be experiencing a fair amount of emotional stress that is giving rise to unpleasant affect and increasing his susceptibility to becoming depressed.

Situationally related stress is making more demands on his adaptive capacities than he ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing his usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action.

This person lacks openness to experience and has an avoidant style in which he tends to view the world with an overly narrow frame of reference. As a consequence, he is likely to have little tolerance for uncertainty and ambiguity, to feel most comfortable in clearly defined and well-structured situations, and to favor simple solutions to even complex problems.

He appears to be excessively committed to seeing the world accurately. He is consequently capable of perceiving people and events realistically, but he

is also likely to be highly precise in the impressions he forms of situations. Only rarely will he allow himself the risk of forming an impression that may be inexact.

He tends to be a perfectionist with a strong need to be correct or conventional. He typically processes information in a cautious manner that involves excessive attention to details.

He displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of this age of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

There are indications of oppositional tendencies that are likely to be associated with underlying feelings of anger and resentment toward people and toward the world in general, possibly including negativity toward authority.

This person appears to compare himself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although he may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

This person is more likely than most people of this age to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: B.H.S.C.

Edad: 19 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Psicología

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Sé que este tipo de mensajes no son percibidos en su mayoría con facilidad, algunos por ser muy evidentes si, pero este tipo de mensajes se caracterizan por ser percibidos por el inconsciente.
2. R//: He oído hablar que están en caricaturas, propagandas publicitarias, canciones,, etc.
3. R//: Pienso que no deberían existir este tipo de mensajes ya que crean una influencia en las personas.
4. R//: Pienso que la mayoría de las personas cualquiera que haya sido la circunstancia alguna vez se ha tropezado con este tipo de cosas.. pero ya que una persona vea muchas cosas con este tipo de contenido me parece malo.
5. R//: De verdad no estoy segura de esto pero lo creo posible ya que simples propagandas de televisión que muestran a personas consumiendo una bebida pueden provocar en las personas deseos de tomarla también por que no podría pasar lo mismo con los mensajes subliminales
6. R//: Es algo normal que las empresas comercializan sus productos, pero lo que no me gusta es que hay demasiadas y saturan a las personas.. por ejemplo cuando se ve televisión o en las calles los carteles etc...

7. R//: Lo mismo que la anterior

8. R//: Mi reacción es de incomodidad, no me gusta además no me parece que para comercializar un producto tengan q poner a alguien desnudo... aunque actualmente dice una frase muy famosa que "el sexo vende"

9. R//: A nada

10. R//: Ninguna..., ridículo

11. R//: Si

12. R//: Algunas veces

13. R//: No a mí no me influye

14. R//: la verdad preferiría que no se presentaran y ya. sean o no desfavorables

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: Una mujer muy sensual en el fondo del dibujo

2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Publicidad de whisky

3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Una mujer semidesnuda

4. Cerveza Club Colombia®
R//: Publicidad de cerveza

5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Una imagen que se asemeja a un pene

6. Labial para mujer Revlon®
R//: Una mujer pintándose los labios muy sexual mente

7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Nada

8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Una imagen muy erótica ínsita al sexo

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: B.H.S.C.
Sexo: F **Edad:** 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de psicología

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- Veo como un murciélago	1- La forma	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1-Dos focas. 2- Dos caras.	1- Por la forma. 2- La forma.	
III	1- Dos personas. 2- Un corbatín.	1- La figura. 2- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1- Un monstruo.	1- Por la figura.	
V	1- Un murciélago. 2- Dos ratas.	1- La figura. 2- Las patas.	

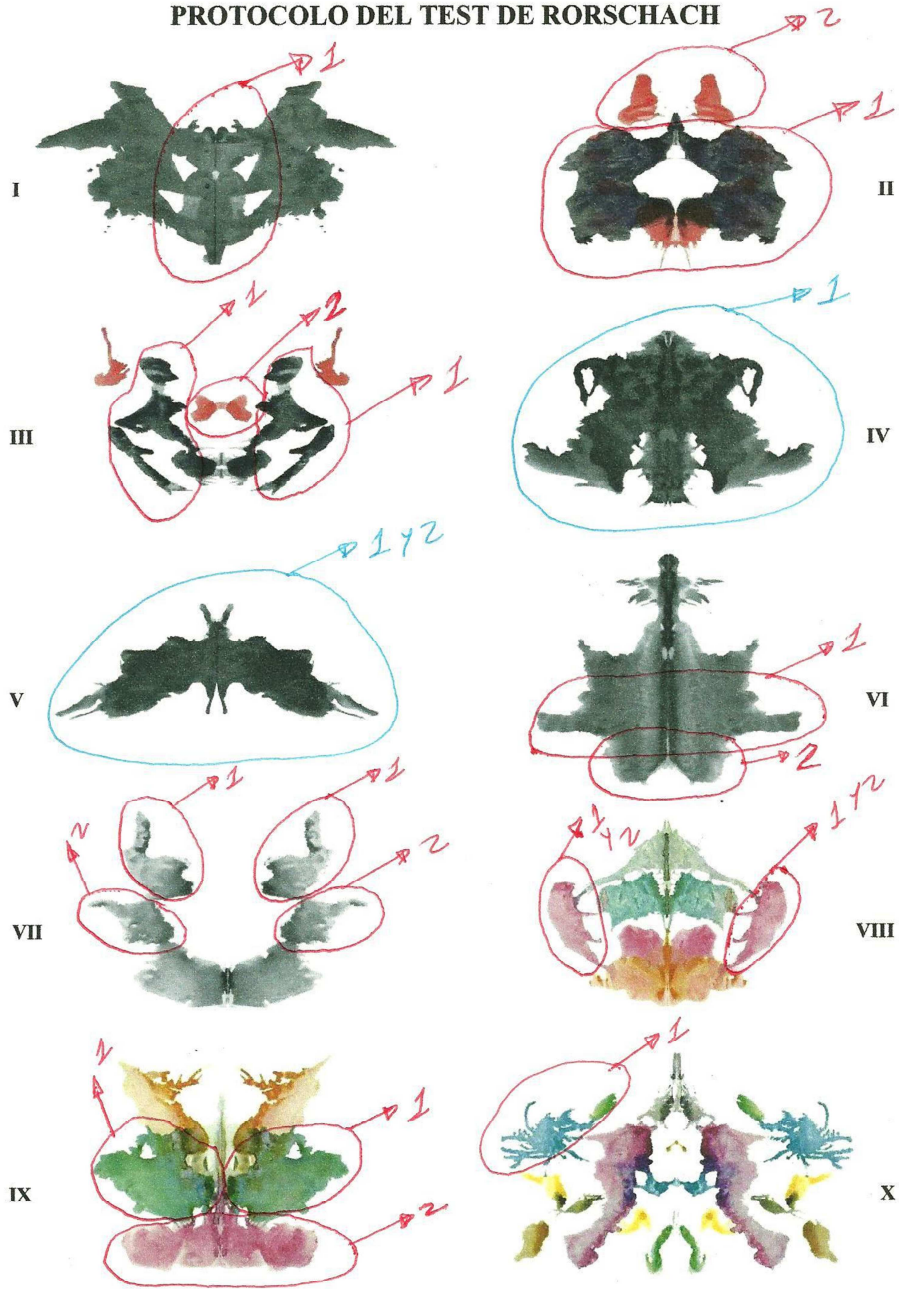
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Una mariposa. 2- (180°) Un bichito pequeño con una manta negra.	1- Por la forma. 2- El color y la figura.	
VII	1- Dos mujeres. 2-(180°) Dos elefantes.	1- La figura. 2- La figura.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Dos tigres. 2- Aquí hay dos animales.	1- La figura. 2- Su figura.	
IX	1- Como unos cerditos pidiendo algo. 2- Las costillas.	1- El color y la forma. 2- La forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- Unos sapos.	1- La forma.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN

RIAP™ Interpretive Report

Client Name: B.H. S.C.

Client ID: 14_B.H.S.C._(F19)_ANEXO_

Page 3 of 12

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	DdS+	26	Fo		A		6.0	
II	2	D+	6	F.Yo		A		5.5	
	3	D+	2	Fo		H		5.5	GHR
III	4	D+	9	Fo		H		4.0	GHR
	5	D+	3	Fo		Art		4.0	
IV	6	W+	1	Fo		(A)		4.0	
V	7	W+	1	Fo		H		2.5	GHR
	8	W+	1	Fo		A		2.5	
VI	9	D+	1	Fo		A		6.0	
	10	Do	4	Fo		A			
VII	11	D+	1	Fo		H	P	3.0	GHR
	12	D+	3	Fo		A		3.0	
VIII	13	D+	1	Fo		A		3.0	
	14	D+	1	Fo		A		3.0	
IX	15	D+	1	CF.FMao		A		4.5	
	16	D+	6	F.Yo		An		4.5	
X	17	D+	1	F.Yo		A		4.5	

Summary of Approach

I: DdS	VI: D.D
II: D.D	VII: D.D
III: D.D	VIII: D.D
IV: W	IX: D.D
V: W.W	X: D

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™

Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning.

Situationally related stress is making more demands on her adaptive capacities than she ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing her usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action. She is consequently more vulnerable than most people to become acutely upset, anxious, or even disorganized, and her situationally determined stress overload is also likely to impair her capacities for self-control and create a potential for impulsiveness in what she thinks, says, and/or does.

This person lacks openness to experience and has an avoidant style in which she tends to view the world with an overly narrow frame of reference. As a consequence, she is likely to have little tolerance for uncertainty and ambiguity, to feel most comfortable in clearly defined and well-structured situations, and to favor simple solutions to even complex problems.

She appears to be excessively committed to seeing the world accurately. She is consequently capable of perceiving people and events realistically, but she is also likely to be highly precise in the impressions she forms of situations. Only rarely will she allow herself the risk of forming an impression that may be inexact.

She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of coming to reasonable

conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

She shows about as much interest in other people as would be expected. This interest in being around other people and paying attention to what they say and do is a personality asset that ordinarily contributes to good adjustment.

This person is more likely than most people to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: L.O.

Edad: 19 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Psicología

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: La verdad no se mucho sobre los mensajes subliminales de contenido sexual.
2. R//: Los mensajes subliminales inducen a que la persona adopte comportamientos determinados.
3. R//: De una u otra forma van induciendo a las personas a adquirir comportamientos eróticos y sexuales.
4. R//: No es conveniente que los jóvenes vean ese tipo de música y mensajes con contenido sexual porque los lleva a tener una vida sexual desorganizada.
5. R//: Esas campañas comercializadoras lo único que le interesa es el consumismo.
6. R//: Es una buena manera de hacer ventas y comercio.
7. R//: Normal, simplemente no me interesan.
8. R//: No hay respeto y no se valora a las personas. Los valores y principios se han degradado y perdido.
9. R//: No son de mi interés, por lo tanto no me inducen a nada.
10. R//: Es de muy de mal gusto usar el cuerpo humano como si fuera una

cosa sexual.

11. R//: No.
12. R//: Si está en contra de mi formación moral y de los principios.
13. R//: Considero que no es favorable ya que no inducen a nada bueno.
14. R//: Pues no influyen en mi vida personal porque no me interesa ver mensajes de contenido sexual.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: La cara de un camello aunque es bastante rara.
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Veo una botella de whisky con sus copas.
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Veo la imagen de una propaganda de un perfume.
4. Cerveza Club Colombia®
R//: Como la forma de un falo en el vaso de cerveza.
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Veo la imagen de una cucharon como con queso y unas papas alrededor.
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Un labia y unos labios como queriendo insinuar algo.
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Unos ratoncitos asustados.
8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Una mujer en cuatro quizás queriendo algo.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: L.O.
Sexo: F Edad: 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de psicología

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- Veo dos senos o un par de senos. 2- Veo un arbolito.	1- Porque tienen forma de senos. 2- Porque tienen forma de las hojas y del tronco.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	<ol style="list-style-type: none">1- Veo como un pico.2- Como los picos.3- Estas dos cosas me parecen manchas de sangre.	<ol style="list-style-type: none">1- Por la forma puntiaguda que tiene como triangular.2- Porque de una tijera por las rayitas que tiene en la mitad y que esta medio abierta.3- Me parece que la sangre hubiese corrido y quedan charquitos.	
III	<ol style="list-style-type: none">1- Me parece como un corbatín.2- Aquí hay como dos tacones.3- Me parecen dos muñequitos.	<ol style="list-style-type: none">1- Por la forma como cuando le hacen el nudo al corbatín.2- Son puntiagudos y tienen la forma de tacón.3- Esta la cabecita, el cuello y dos bracitos como dos caricaturas.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1- Me parece como la cabeza de un murciélago. 2- (90°) Son como unas montañas.	1- Los dos palitos de afuera son las orejas y los dos pequeños de adentro son las antenitas. 2- Como cuando uno viaja por un risco y ves las montañas.	
V	1- Me parece un mismo murciélago 2- (90°) El pico de un pájaro	1- Tiene las orejas largas antenas y la colita. 2- Tiene ante la forma de la cabeza y después viene el pico.	

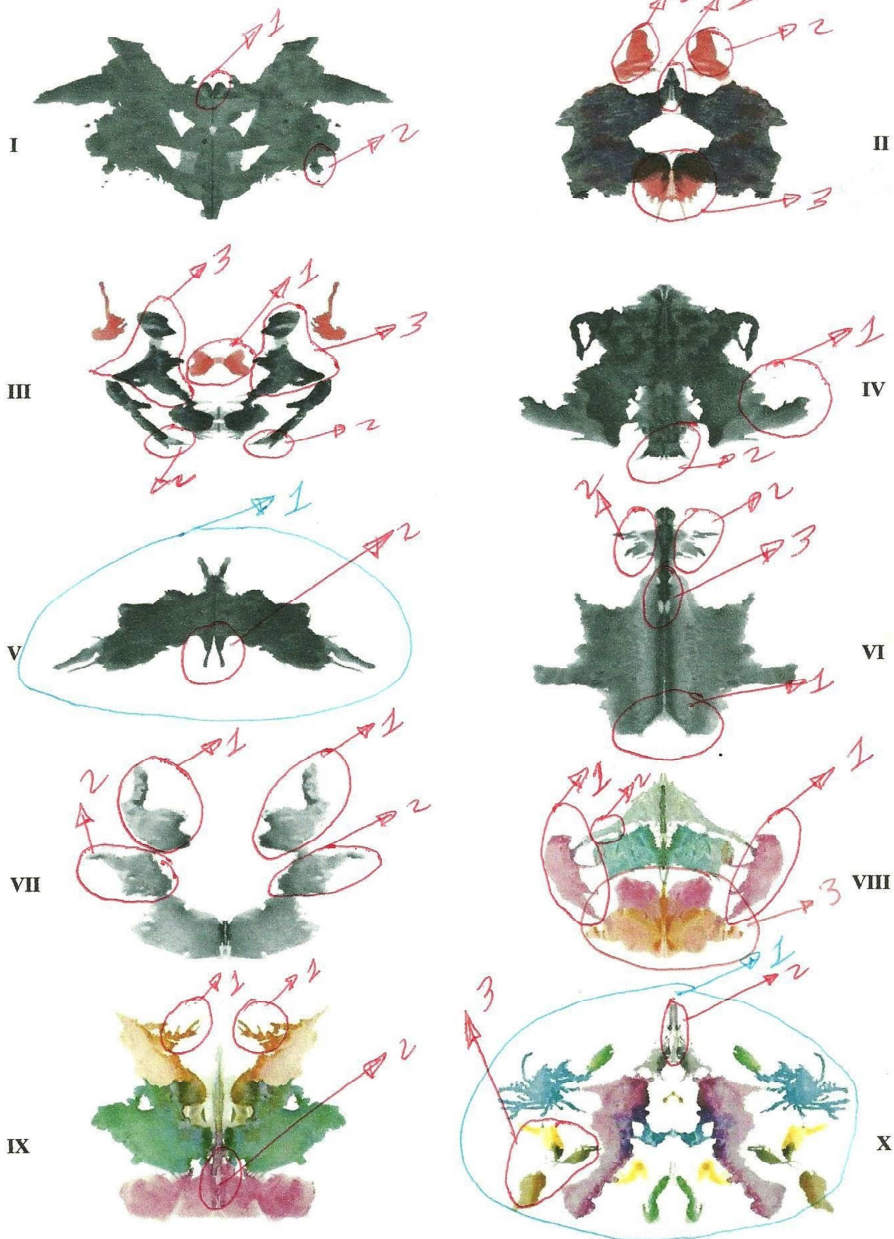
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- (180°) Hay dos senos grandes y dos senos pequeños. 2- Las alas de una mariposa solo las alas. 3- Me parece una vulva.	1- Porque son como la forma de los senos y los más pequeños son como los de la lamina 1. 2- Veo las alas por la forma. 3- Porqué me da impresión que estas sombras mas blancas son los labios mayores y adentro los labios menores.	
VII	1. Veo la cabeza de dos muñecos con un moño parado. 2. (180°) Veo dos muñecos con una nariz grande.	1- Arriba tiene el cabello, la silueta de los ojos, la nariz boca y el cabello. 2- Es como una trompa.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	<ol style="list-style-type: none"> 1- (90°) Veo unos castores 2- (90°) Veo como unas manos 3- (180°) Veo como un animalito chiquitico con unas alotas grandes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Tiene cola cabeza y pies. 2- Tiene los dedos y el dorso de la mano. 3- El animal es una mariposa. 	
IX	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dos ramas de dos árboles diferentes. 2. (90°) Es como un puente que une dos calles. 	<ol style="list-style-type: none"> 1- Como dos árboles a cada lado, las ramas se unen. 2- A los lados están las calles. 	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- La forma me parece como una fiesta de colores. 2- V un robot de muñequito. 3- Una plantica con flores.	1- Son colores llamativos, muchas colores para mí es como fiesta alegría. 2- Como los robots malucos que ven los niñitos y se ve el cuerpo del robot. 3- Porque tiene tronco que es lo verde y lo amarillo y naranja las flores.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN

RIAP™ Interpretive Report

Client Name: L O

Client ID: L.O.

Page 2 of 13

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Dd+	22	Fo		Sx		6.0	
	2	Dd+	33	Fo		Bt		6.0	
II	3	D+	4	FYo		An		5.5	
	4	Dv/+	2	FYo		A	P	5.5	
	5	D+	3	F.Co		Art		5.5	
III	6	D+	3	Fo		Cg		4.0	
	7	Dd+	33	Fo		Cg		4.0	
	8	Ddv/+	34	Fo		Art		4.0	
IV	9	D+	1	Fo		A		4.0	
	10	D+	2	Fo		Na		4.0	
V	11	Wo	1	Fo		A	P	1.0	
	12	D+	9	Fo		A		5.0	
VI	13	D+		Fo		Sx		6.0	
	14	Ddv/+	22	Fo		A	P	6.0	
	15	D+	12	FYo		A	P	6.0	
VII	16	Dv/+	1	Fo		Art		3.0	
	17	Dv/+	3	FYo		Art		3.0	
VIII	18	Dv/+	1	Fo		A	P	3.0	
	19	Dd+	22	Fo		H		3.0	GHR
	20	D+	5	FYo		A	P	3.0	
IX	21	Ddv/+	25	FYo		Na		4.5	
	22	Wo	1	C.ma		Art		5.5	
X	23	Wo	1	C.ma		Art		5.5	
	24	D+	14	FYo		Art		4.5	
	25	Dv/+	13	Fo		Art		4.5	

Summary of Approach

I : Dd.Dd	VI : D.Dd.D
II : D.D.D	VII : D.D
III : D.Dd.Dd	VIII : D.Dd.D
IV : D.D	IX : Dd.W
V : W.D	X : W.D.D

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™

Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning.

This person appears to be susceptible to episodes of affective disturbance that are likely to involve features of depression. She may not necessarily complain of feeling depressed or emotionally upset, but she is nevertheless disposed to affective malaise that interferes with her ability to function effectively.

In fact, she appears at present to be experiencing a fair amount of emotional stress that is giving rise to unpleasant affect and increasing her susceptibility to becoming depressed.

Situationally related stress is making more demands on her adaptive capacities than she ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing her usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action. She is consequently more vulnerable than most people to become acutely upset, anxious, or even disorganized, and her situationally determined stress overload is also likely to impair her capacities for self-control and create a potential for impulsiveness in what she thinks, says, and/or does.

This person lacks openness to experience and has an avoidant style in which she tends to view the world with an overly narrow frame of reference. As a consequence, she is likely to have little tolerance for uncertainty and ambiguity, to feel most comfortable in clearly defined and well-structured

situations, and to favor simple solutions to even complex problems.

She tends to be a perfectionist with a strong need to be correct or conventional. She typically processes information in a cautious manner that involves excessive attention to details.

She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of this age of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

This person is an expressive type of individual who typically lets her actions be guided more by how she feels than by what she thinks. In making decisions and solving problems, she tends to favor a trial-and-error approach over thinking about alternative possibilities. Because of her avoidant style, her determination to keep her life simple and uncomplicated may, at times, override her usual investment in trial-and-error problem solving and emotional engagement.

She shows a potentially maladaptive style of processing affect in which she exerts much less control over her feelings than most people. Consequently, she is likely to be an emotionally immature individual who experiences and expresses affect in an overly dramatic and overly intense manner and whose affect is often shallow and superficial.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length

rather than close and intimate.

She shows less interest in other people than ordinarily would be expected. Such limited interpersonal interest constitutes a personality liability and is likely to be associated with her having infrequent or mostly superficial relationships with other people.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: M.A.P.

Edad: 19 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Psicología

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Que son mensajes ocultos que incitan al sexo.
2. R//: Que son estrategia de ventas más que todo y es valido.
3. R//: Que si pueden llegar a intervenir en tus deseos.
4. R//: Es normal, se está explorando he instrúyete en un tema que es normal en lo cotidiano la persona.
5. R//: Estrategias válidas.
6. R//: Estrategias válidas.
7. R//: Depende del producto que ofrezca.
8. R//: Atraída.
9. R//: Un cierto grado de excitación.
10. R//: De placer.
11. R//: No.
12. R//: No, si están bien sementados.
13. R//: No.

14. R//: Eso depende de como se ha dado la educación y el planteamiento de este tema en estas personas.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: Lo que alcanzo a percibir es la imagen de un burro.
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: En esta imagen logro ver y percibir que el ser humano por medio de propagandas, llega al punto de degustar.
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Esta imagen me dice que las mujeres somos vanidosas y nuestra debilidad son las fragancias.
4. Cerveza Club Colombia®
R//: Logro percibir un vaso con cerveza y dentro como un pene.
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Logro percibir como el logotipo de un restaurante, pero me enfoco viendo las formas de las papas como forma de un pene.
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Es que el maquillaje es lo esencial en la mujer para verse linda.
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: No logro ver nada!!
8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Logro ver una mujer y nada más.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: M.A.P.

Sexo: F Edad: 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de psicología

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1. Ángeles sosteniendo algo	1. Por la forma y porque los ángeles tienen tres extremidades	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1- Dos personas sentadas, jugando juegos de manos, tienen gorrito.	1- Por la forma.	
III	1- Dos personas cargando una olla. 2- (180°) Alguien con los brazos levantados, con un resplandor en medio, haciendo brujería.	1- Por la forma. 2- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1. Un gigante con mazo.	1. Por la forma.	
V	1- Mariposa con dos cabezas y patas inusuales (inversas).	1- Por la forma.	

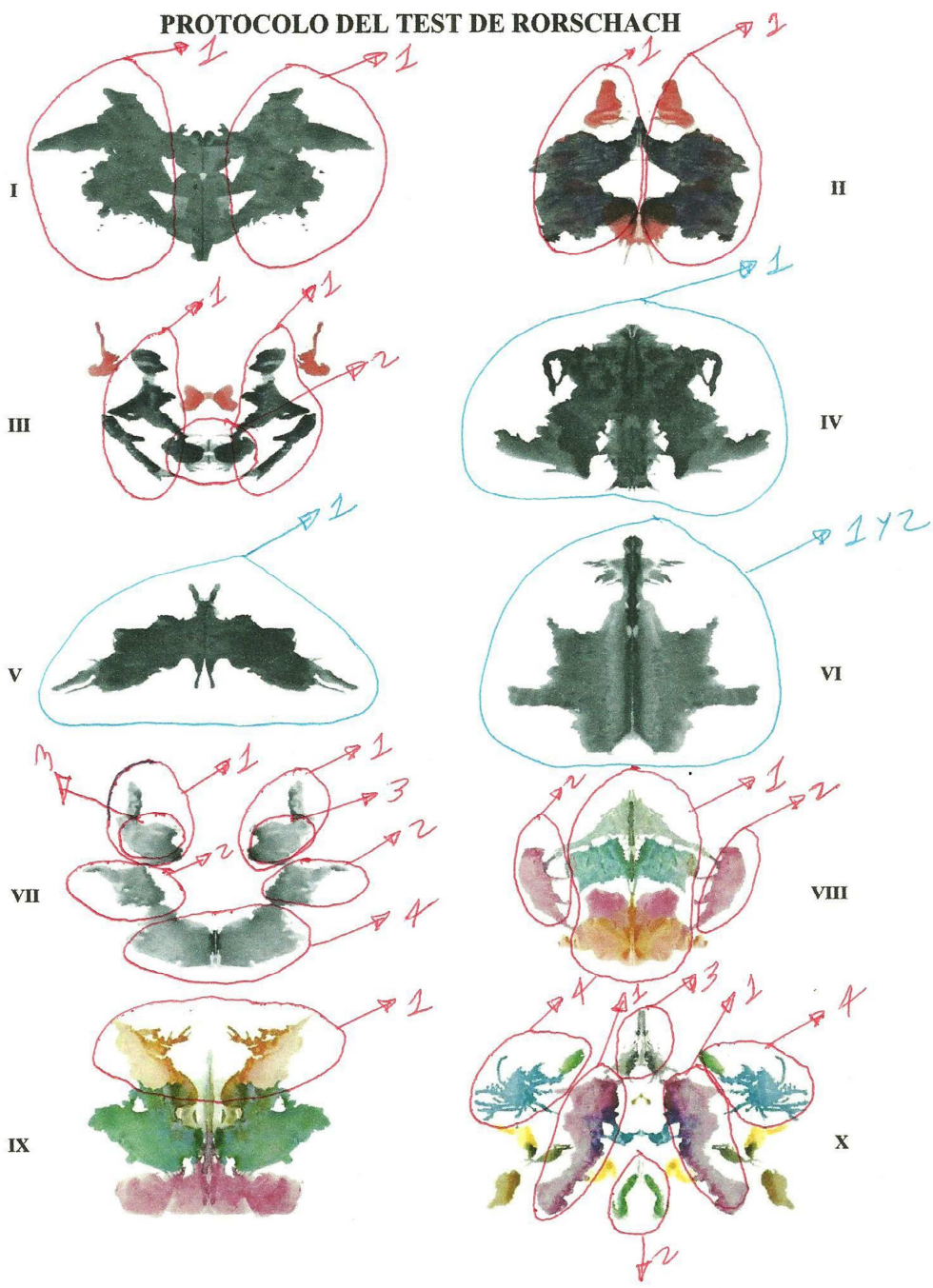
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Piel de un felino, abierta como las alfombras de cazadores. 2- (180°) Chimpancés pegados de espalda a un palo con los brazos extendidos.	1- Por la forma. 2- Por la forma.	
VII	1. Dos cuerpos de conejos con cabezas humanas. 2. Base que es una balanza donde los pesan. 3. Cabezas de mujer. 4. (180°) Dos mujeres bailando de perfil, bailando con las cabezas juntas.	1- Por la forma. 2- Por la forma. 3- Por la forma. 4- Por la forma	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Escudo de un país. 2- Felinos que hacen parte de un escudo.	1- Por la forma. 2- Por la forma.	
IX	1- Dos enanos barrigones.	1- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- Dos caballos de mar deformes. 2- Dos anguilas. 3- Dos ranas. 4- Dos langostas.	1- Por la forma. 2- Por la forma y color. 3- Por la forma y color. 4- Por la forma.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN

RLAP™ Interpretive Report

Client Name: M.A.P

Client ID: M.A.P.

Page 2 of 13

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Dv/+	2	FY.Mao		H		6.0	GHR
II	2	Dv/+	6	FY.Mao		H		5.5	GHR
III	3	Dv/+	9	F.Mao		H	P	4.0	GHR
	4	Dv/+	9	FY.Mao		H	P	4.0	GHR
IV	5	Wo	1	F.Mao		H	P	2.0	GHR
V	6	Wo	1	Fo		A	P	1.0	
VI	7	Wo	1	Fo		A	P	2.5	
	8	Wo	1	FY.FMao		A	P	2.5	
VII	9	Dv/+	1	FYo		A		3.0	
	10	Dv/+	3	FYo		Art		3.0	
	11	Dv/+		Fo		H	P	3.0	GHR
	12	D+	4	FY.Mao		H	P	3.0	GHR
VIII	13	D+	1	FYo		Art		3.0	
	14	Dv/+	1	Fo		A	P	3.0	
IX	15	Dv/+	3	FYo		H	P	4.5	GHR
X	16	Dv/+	9	Fo		A	P	4.5	
	17	D+	10	FY.Co		A	P	4.5	
	18	Dv/+	7	FY.Co		A	P	4.5	
	19	Dv/+	1	Fo		A	P	4.5	

Summary of Approach

I: D	VI: W.W
II: D	VII: D.D.D.D
III: D.D	VIII: D.D
IV: W	IX: D
V: W	X: D.D.D.D

ANEXO G
DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™
Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning.

She appears at present to be experiencing a fair amount of stress that is giving rise to unpleasant affect and may make her susceptible to feeling depressed.

Situationally related stress is making more demands on her adaptive capacities than she ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing her usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action. She is consequently more vulnerable than most people to become acutely upset, anxious, or even disorganized, and her situationally determined stress overload is also likely to impair her capacities for self-control and create a potential for impulsiveness in what she thinks, says, and/or does.

This person appears capable of attending to her experience in a reasonably open and flexible manner that constitutes a personality asset. She shows an adaptive balance between being able to deal with situations in a detached and uninvolved manner sometimes and, at other times, in a concerned and engaged manner.

She appears to be excessively committed to seeing the world accurately. She is consequently capable of perceiving people and events realistically, but she is also likely to be highly precise in the impressions she forms of situations. Only rarely will she allow himself the risk of forming an

impression that may be inexact.

She tends to be a perfectionist with a strong need to be correct or conventional. She typically processes information in a cautious manner that involves excessive attention to details.

This person employs an ideational approach to making decisions and solving problems and typically lets her actions be guided more by what she thinks than by how she feels.

She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of this age of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person demonstrates adequate abilities to identify comfortably with real people in her life and appears to have opportunities to form such identifications.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

She shows about as much interest in other people as would be expected. This interest in being around other people and paying attention to what they say and do is a personality asset that ordinarily contributes to good adjustment.

This person is more likely than most people of this age to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: M.E.A.

Edad: 19 Años

Sexo: Femenino

Facultad: Psicología

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Que son ocultos y que su contenido va más allá que un simple mensaje constructivo, suelen invitar al sexo.
2. R//: Que son de mal gusto cuando su propósito es solo penetrar de manera negativa la psiquis humana.
3. R//: Que es una realidad muy cierta.
4. R//: Eso es cuestión de cada quien, cada uno sabe que es lo que hace y con qué intención lo hace.
5. R//: Que es una promoción hacia la TV bien vista y hacia los contenidos de programas instructivos y de carácter académico.
6. R//: Que son buenas estrategias.
7. R//: Me da igual.
8. R//: No producen nada en mí, me da igual.
9. R//: Me producen placer.
10. R//: Me dan placer aunque en ocasiones no les prestó atención.
11. R//: No.

12. R//: Solo para los niños.
13. R//: Para nada.
14. R//: Pienso que si, pero el mundo lo hace el sexo es una necesidad de todo ser humano.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: En esta primera imagen veo a un animal incitando al consumo del cigarrillo y a una sexi mujer que le llama la atención este elegante hombre.
2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Una botella de whisky llena lo que incita al consumo desprevenido de alcohol con sus respectivos vasos llenos del mismo.
3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Una mujer apasionante fascinada con el aroma de esta fragancia, lo cual no le permite apartarse de ella.
4. Cerveza Club Colombia®
R//: El vaso de la cerveza contiene el miembro masculino en su interior.
5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Se puede observar a simple vista un pene.
6. Labial para mujer Revlon®
R//: Aquí se ve la sensualidad de una mujer, con lo que se denominaría los labios perfectos y la sensualidad en su máxima expresión. Incita al sexo
7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Se nota el miedo, la desesperación del animal acostado por que la chica no lastime o le haga daño a su miembro. Pero en el fondo se

logra VER UNA MUJER DESNUDO MOSTRANDO SUS SENOS Y CURVAS.

8. Electrodomésticos Moulinex®

R//: Una valla publicitaria de una bella mujer.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: M.E.A.

Sexo: F Edad: 19 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de psicología

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1. Veo dos ángeles. 2. (180°) También veo la cara así como de un espanto, un murciélago.	1. Su forma. 2. Por su forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	<ol style="list-style-type: none">1. Yo veo una mariposa.2. Dos manchas de sangre.3. (180°) La punta de un alicate.	<ol style="list-style-type: none">1. Su forma.2. Su color.3. La forma.	
III	<ol style="list-style-type: none">1. Yo veo otra mariposa.2. (180°) La figura de un sapo.	<ol style="list-style-type: none">1. La forma.2. Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	1- (180°) Yo veo la cara de un elefante. 2- (180°) como las trompas de Falopio. 3- Un par de botas.	1- Por la trompa. 2- Su forma. 3- También la forma.	
V	1- Yo veo como dos toros acostados como de cabeza. 2- Un murciélago con cachos.	1- La forma que tienen. 2- Es la forma	

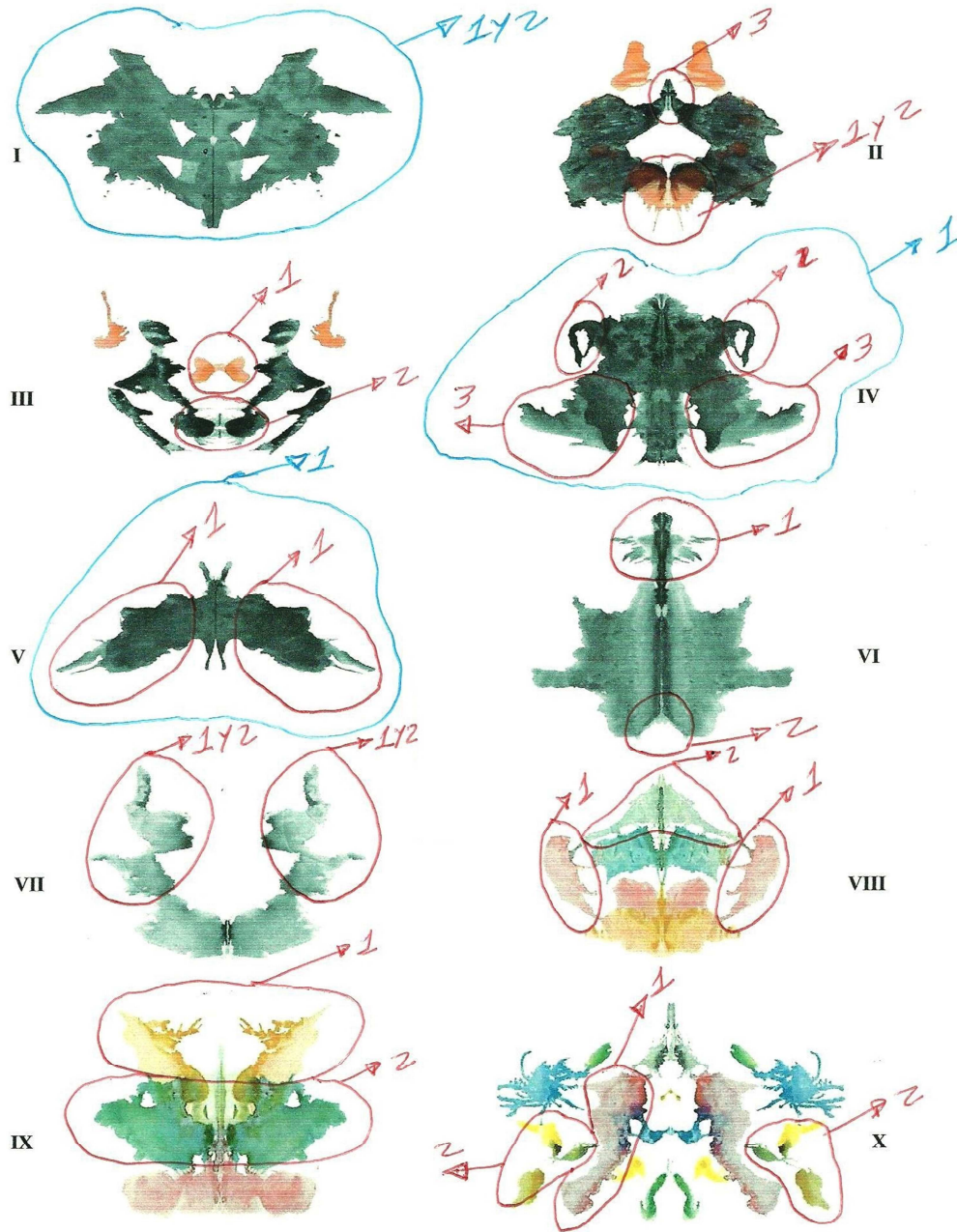
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- Un pene. 2- También una vulva.	1- La forma. 2- Aquí están los labios.	
VII	1- Como dos señoras con el moño parado. 2- Dos mujeres.	1- La forma. 2- También la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- Veo dos osos caminando. 2- Un robot.	1- Por la forma. 2- La forma.	
IX	1. Los pétalos de rosa. 2. (180°) Arboles.	1- La forma y color. 2- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- Un caballo de mar. 2- (180°) Aquí yo veo flores de colores	1- Por la forma. 2- Por la forma y el color.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN

RIAP™ Interpretive Report

Client Name: M.E.A

Client ID: M.E.A.

Page 3 of 12

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Wo	1	Fo		H		1.0	GHR
	2	Wo	1	Fo		A	P	1.0	
II	3	D+	3	Fo		A	P	5.5	
	4	D+	3	FCo		Bl		5.5	
	5	D+	4	Fo		Ad,Art	P	5.5	
III	6	D+	3	Fo		A		4.0	
	7	D+	7	Fo		A		4.0	
IV	8	Wo	1	FYo		A		2.0	
	9	Dv/+	4	Fo		Sx		4.0	
	10	Dv/+	6	Fo		Art		4.0	
V	11	Dv/+	4	FYo		A		5.0	
	12	Wo	1	Fo		A	P	1.0	
VI	13	D+	6	Fo		Sx		6.0	
	14	DdSo	30	Fo		Sx		6.5	
VII	15	Dv/+	2	F.Mao		H	P	3.0	GHR
	16	Dv/+	2	Fo		H	P	3.0	GHR
VIII	17	Dv/+	1	F.Ma		A	P	3.0	
	18	D+	4	Fo		Ay		3.0	
IX	19	Dv/+	3	FCo		Bt		4.5	
	20	D+	2	Fo		Bt		4.5	
X	21	D+	9	Fo		A	P	4.5	
	22	Dv/+	2	FCo		Bt		4.5	

Summary of Approach

I : W.W	VI : D.DdS
II : D.D.D	VII : D.D
III : D.D	VIII : D.D
IV : W.D.D	IX : D.D
V : D.W	X : D.D

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™ Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about her personality functioning.

This person lacks openness to experience and has an avoidant style in which she tends to view the world with an overly narrow frame of reference. As a consequence, she is likely to have little tolerance for uncertainty and ambiguity, to feel most comfortable in clearly defined and well-structured situations, and to favor simple solutions to even complex problems.

She appears to be excessively committed to seeing the world accurately. She is consequently capable of perceiving people and events realistically, but she is also likely to be highly precise in the impressions she forms of situations. Only rarely will she allow herself the risk of forming an impression that may be inexact.

She tends to be a perfectionist with a strong need to be correct or conventional. She typically processes information in a cautious manner that involves excessive attention to details. She displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of this age of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

She shows a potentially maladaptive style of experiencing and expressing affect in which she exerts more stringent control over her feelings than most people. Consequently, she is likely to be an emotionally reserved individual

who has difficulty relaxing, being spontaneous, showing her feelings, and relating to others on a casual and informal basis.

This person appears to compare herself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although she may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

This person is more likely than most people of this age to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.

ANEXO A

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez, de la Universidad San Buenaventura Seccional Cartagena-Colombia. La meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 45 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruidas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen

incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Edgar Alfonso Acuña Bermúdez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es Estudiar desde la subjetividad de cada participante la dinámica intrapsíquica de la personalidad frente a los mensajes subliminales visuales de contenido sexual.

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 45 minutos

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono 3015453161.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Edgar Alfonso Acuña Bermúdez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Fecha

(En letras de imprenta)

Firma del Participante

ANEXO B

Anamnesis

Nombres: Y.Y.

Edad: 18 Años

Sexo: Masculino

Facultad: Ingeniería Civil

Semestre: Primero

ANEXO C

Respuestas

1. R//: Se ven difícilmente.
2. R//: ayudan a ver más allá de lo que tú te imaginas.
3. R//: Depende de la figura que se esté mostrando.
4. R//: Lo hacen para obtener más placer.
5. R//: Aumentan sus ganancias.
6. R//: Da asco por ver hasta a donde llega la gente por placer.
7. R//: Pues no sabría.
8. R//: Pendiente.
9. R//: con deseos y placer.
10. R//: Placer
11. R//: Si, Champú, perfume.
12. R//: No.
13. R//: Influyen acorde al estado de la persona que lo ve.
14. R//: No, porque mi formación moral tiene buena segmentación.

ANEXO D

1. El camello Joe de cigarrillos Camel®
R//: Un camello vestido de traje con un cigarrillo.

2. Wiscky escoces Chivas Regal®
R//: Una botella de whisky.

3. Perfume para mujer Chanel®
R//: Perfume y una mujer abrazando el envase del perfume.

4. Cerveza Club Colombia®
R//: Una botella de cerveza y un vaso. Parece una propaganda de club Colombia

5. Quesos enlatados cheddar Gread Value®
R//: Es comida.

6. Labial para mujer Revlon®
R//: Una mujer pintándose los labios con un lápiz labial rojo.

7. Película infantil de Walt Disney Bernardo y Bianca
R//: Dos ratones, Bernardo y Bianca.

8. Electrodomésticos Moulinex®
R//: Letreros de propaganda.

ANEXO E

PSICODIAGNOSTICO DE RORSCHACH

DATOS DE IDENTIFICACION:

Nombre y Apellidos: Y.Y.
Sexo: M Edad: 18 años

Profesión y nivel cultura: Estudiante de Ing. Civil

Edgar A. Acuña Bermúdez

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
I	1- No veo nada.....un pájaro de cada lado con las alas abiertas. 2- Dos muelitas (tenazas) de cangrejo.	1- En toda la lámina por la forma. 2- Por la forma, en la parte superior y central de la figura.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
II	1- Dos conejos chocándose las manos. 2- Las manchas rojas superiores son unas mariposas de frente. 3- El hueco del frente parece una boca abierta con claridad. 4- El espacio entre las manchas rojas superiores y las manos, unos ojos y el orificio debajo de las manos una nariz que completa la cara.	1- Por la forma. 2- Por la forma. 3- Por la forma y el color. 4- Por la forma.	
III	1- La mancha roja del centro un lazo o corbatín. 2- A cada lado una mujer.	1- Por la forma y el color. 2- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
IV	<p>1- Esto si esta maluco (feo)...como si estuviera un monstruo parado en un vidrio por las pisadas que tiene. Se ve como si alguien lo viera desde abajo.</p> <p>2- A cada lado en la parte superior la cara de un pingüino con la cabeza agachada.</p> <p>3- Entre las piernas hay media cara de una calavera de cada lado.</p>	<p>1- Por la forma.</p> <p>2- Por la forma.</p> <p>3- Por la forma.</p>	
V	<p>1- Se ve claro una mariposa.</p> <p>2- Las puntas de abajo y las caras de un caimán</p>	<p>1- Por la forma.</p> <p>2- Por la forma.</p>	

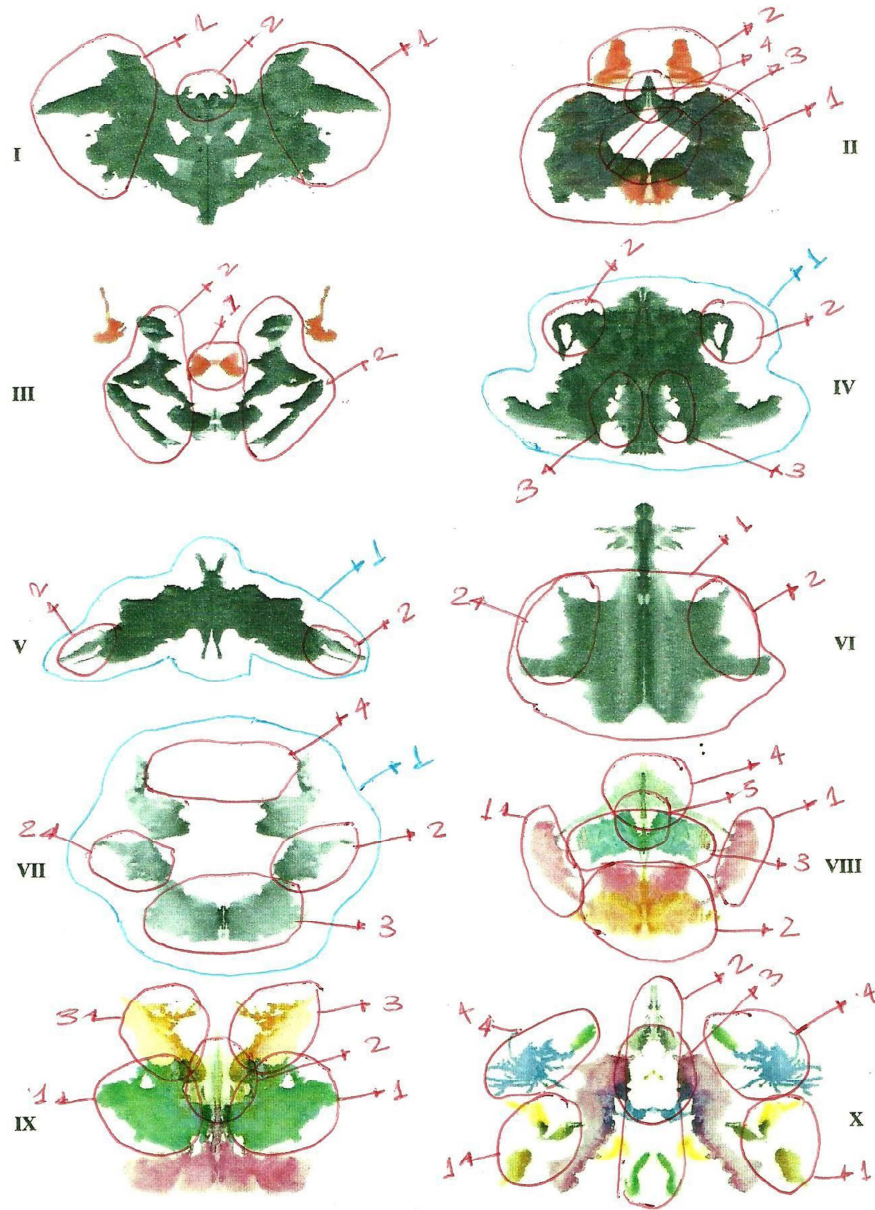
Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VI	1- La parte inferior un conejo muerto asado. 2- A cada lado de la parte inferior veo la cara de una caricatura, no recuerdo el nombre de la caricatura, como un animal que pasa en los árboles.	1- Por la forma. 2- Por la forma.	
VII	1- Esta jodona (complicada), no veo nada....si veo una persona, pero no sé qué es, estoy buscando parecidos. 2- En el segundo pedazo, a cada lado de la lámina veo una cara con un gorro. 3- En los recuadros de abajo veo unos mapas como los de época de Cristóbal Colon. 4- En la parte superior unos cachos, parece una figura maligna.	1- La forma. 2- Por la forma. 3- Por la forma. 4- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
VIII	1- A cada lado un camarón. 2- Lo amarillo refleja una mariposa. 3- La parte roja un pájaro que vuela y no se le ve la cabeza. 4- Sobre la mancha azul la cabeza de dos gatos besándose. 5- Y el hueco que se hace en la mancha azul, la marca de la mordedura de un cocodrilo.	1- Por la forma. 2- Por el color y la forma. 3- Por la forma. 4- Por la forma. 5- Por la forma.	
IX	1- Las manchas verdes un manatí a cada lado. 2- Las dos rayitas de la cobra en la parte central de la mancha. 3- La mancha superior es un dragón.	1- Por la forma. 2- Por la forma. 3- Por la forma.	

Laminas	Respuestas	Encuesta	Calificación
X	1- Caballitos de mar.	1- Por la forma.	
	2- Parece la columna con la pelvis.	2- Por la forma.	
	3- El espacio central de la mancha forma el frente de un hipopótamo.	3- Por la forma	
	4- Lo azul parecen las matas que crecen en el fondo del mar.	4- Por la forma.	

ANEXO F

PROTOCOLO DEL TEST DE RORSCHACH



CODIFICACIÓN

RIAP™ Interpretive Report

Client Name: YY

Client ID: YY

Page 2 of 11

Sequence of Scores

Card	Resp. No	Location and DQ	Loc. No.	Determinant(s) and Form Quality	(2)	Content(s)	Pop	Z Score	Special Scores
I	1	Dv/+	2	Fo		A		6.0	
	2	Dd+	21	Fo		A		6.0	
II	3	D+	6	FCo		A	P	5.5	
	4	Dv/+	2	FYo		A	P	5.5	
	5	DSO	5	FCo		H		4.5	GHR
	6	D+	4	FYo		H		5.5	GHR
III	7	D+	3	FCo		Cg		4.0	
	8	Dv/+	9	Fo		H	P	4.0	GHR
IV	9	WSO	1	Fo		H	P	5.0	GHR
	10	Dv/+	4	FYo		A		4.0	
	11	DdSO	29	FYo		H	P	5.0	GHR
V	12	Wo	1	Fo		A	P	1.0	
	13	Dv/+	10	Fo		A		5.0	
VI	14	D+	1	Fo		A	P	6.0	
	15	Ddv/+	29	FYo		A	P	6.0	
VII	16	Wo	1	Fo		H	P	2.5	GHR
	17	Dv/+	3	Fo		Art		3.0	
	18	D+	4	Fo		A		3.0	
	19	Dv/+	5	Fo		A		3.0	
VIII	20	Dv/+	1	Fo		A	P	3.0	
	21	D+	2	Fo		A	P	3.0	
	22	D+	5	FMa		A	P	3.0	
	23	D+	4	FYo		A	P	3.0	
	24	DSO	3	FYo		A	P	4.0	
	25	Dv/+	1	Fo		A		4.5	
IX	26	D+	8	FYo		A		4.5	
	27	Dv/+	3	Fo		A		4.5	
	28	Dv/+	7	Fo		A	P	4.5	
X	29	DdSO	30	Fo		An		6.0	
	30	D+	3	FYo		A	P	4.5	
	31	Dv/+	1	Fo		Bt		4.5	

Summary of Approach

I: D.Dd	VI: D.Dd
II: D.D.DS.D	VII: W.D.D.D
III: D.D	VIII: D.D.D.D.S
IV: WS.D.DdS	IX: D.D.D
V: W.D	X: D.DdS.D.D

ANEXO G

DIAGNOSTICO

Rorschach Interpretation Assistance Program™ Interpretive Report

This person has produced a valid record that should ordinarily provide reliable information about his personality functioning.

This person appears to be susceptible to episodes of affective disturbance that are likely to involve features of depression. He may not necessarily complain of feeling depressed or emotionally upset, but he is nevertheless disposed to affective malaise that interferes with his ability to function effectively.

In fact, he appears at present to be experiencing a fair amount of emotional stress that is giving rise to unpleasant affect and increasing his susceptibility to becoming depressed.

Situationally related stress is making more demands on his adaptive capacities than he ordinarily is required or accustomed to confront, and this may be reducing his usual level of effectiveness in making decisions and pursuing courses of action.

This person lacks openness to experience and has an avoidant style in which he tends to view the world with an overly narrow frame of reference. As a consequence, he is likely to have little tolerance for uncertainty and ambiguity, to feel most comfortable in clearly defined and well-structured situations, and to favor simple solutions to even complex problems.

He tends to be a perfectionist with a strong need to be correct or conventional. He typically processes information in a cautious manner that

involves excessive attention to details.

He displays adaptive capacity to think logically and coherently, and is, for the most part, as capable as most people of this age of coming to reasonable conclusions about relationships between events and of maintaining a connected flow of associations in which ideas follow each other in a comprehensible manner.

He shows a potentially maladaptive style of experiencing and expressing affect in which he exerts more stringent control over his feelings than most people. Consequently, he is likely to be an emotionally reserved individual who has difficulty relaxing, being spontaneous, showing his feelings, and relating to others on a casual and informal basis.

There are indications of oppositional tendencies that are likely to be associated with underlying feelings of anger and resentment toward people and toward the world in general, possibly including negativity toward authority.

This person appears to compare himself unfavorably to other people and consequently to suffer from low self-esteem and limited self-confidence.

This person gives evidence of limited capacity to form close attachments to other people. Although he may not necessarily avoid interpersonal relationships, these relationships tend to be psychologically at arm's length rather than close and intimate.

He shows about as much interest in other people as would be expected. This interest in being around other people and paying attention to what they say and do is a personality asset that ordinarily contributes to good adjustment. This person is more likely than most people of this age to demonstrate generally adaptive interpersonal behavior most of the time.