

Modelo de los determinantes de la actitud hacia la rehidratación

Model of the determinants of attitudes toward rehydration

Modelo das determinantes da atitude em relação a reidratação

*Cruz García L.¹
Javier Carreón G.²
Jorge Hernández V.³
Gerardo Arturo Limón D.⁴
María de Lourdes Morales F.⁵
José Marcos Bustos A.⁶*

RESUMEN

Las políticas de salud suponen que el factor clave de sus programas preventivos está en la participación de la gente respecto a su rehidratación, porque esta se considera un instrumento de prevención de las enfermedades crónicas degenerativas, que han incrementado su tasa de morbilidad recientemente. En tal sentido, el objetivo del presente trabajo es establecer un modelo de las relaciones causales entre factores sociodemográficos y cognitivos relativos al consumo de bebidas. Para tal propósito, se llevó a cabo un estudio transversal y correlacional con una muestra de 100 afiliados a un hospital público. A partir de un modelo estructural ($X^2 = 163.873$, 28 gl, $p = .000$; GFI = .875; AGFI = .840; PGF = .681; RMSEA = .027; RMR = .066), se estableció que la edad determinó negativamente la actitud hacia la rehidratación ($\beta = -.22$) mientras que las creencias de rehidratación grupal (CRG) incidieron de manera positiva ($\beta = .47$). En el marco de las teorías actitudinales, se discutió la inclusión de las normas y percepciones como sus determinantes.

Palabras clave: hidratación, ingestión, agua, refresco, rehidratación.

ABSTRACT

Health policies assume that the key factor in their prevention programs is the participation of the people regarding rehydration, which is considered as an instrument of prevention of chronic degenerative diseases that in recent days have increased its morbidity rate. The purpose of this article is to establish a model of contributing relationships between sociodemographic and cognitive factors related to beverage consumption. A cross-sectional and correlational study was performed with a sample of 100 members of a public hospital. From a structural model ($X^2 = 163.873$, 28 df, $p = .000$, GFI = .875, AGFI = .840; PGF = .681, RMSEA = .027, RMR = 0.066) age deter-

RESUMO

As políticas de saúde supõem que o fator-chave nos seus programas de prevenção é a participação das pessoas em relação à sua hidratação, que é considerado como um instrumento para a prevenção de doenças degenerativas crônicas que ultimamente têm aumentado a taxa de morbidez. O propósito deste artigo é estabelecer relações contribuintes entre fatores sócio-demográficos e cognitivos relacionados ao consumo de bebidas. Para isso, foi realizado um estudo transversal e correlacional com uma amostra de 100 membros de um hospital público. A partir de um modelo estrutural ($X^2 = 163.873$, 28 gl, $p = .000$; GFI = .875; AGFI = .840; PGF = .681; RMSEA

mined adversely rehydration attitude ($\beta = -.22$) while Rehydration Beliefs Group (RBG) had a positive impact ($\beta = .47$) under the attitudinal theories, the inclusion of norms and perceptions and their determinants was discussed.

Key words: hydration, ingestion, water refreshment rehydration.

= .027; RMR = 0.066), a idade determino negativamente a atitude de reidratação ($\beta = -0.22$), enquanto o Grupo Crenças de Reidratação (GCR) teve um impacto positivo ($\beta = .47$). De acordo com as teorias atitudinais, a inclusão de normas e percepções e seus determinantes foram discutidas.

Palavras-chave: hidratação, ingestão de água, refrigerante, reidratação.

Recibido: 2012-06-22; aprobado: 2013-06-27

1. Psicólogo social, magíster en Trabajo Social, doctor en Psicología Social y Ambiental. Profesor de la UAEM, campus Huehuetoca. Estado de México, México. Correo electrónico: garcialirios@terra.com
2. Historiador, especialista en Ingeniería de la Calidad, doctor en Administración. Investigador del SNI y profesor de la UNAM-FCA. Distrito Federal, México.
3. Licenciado en Trabajo Social, doctorando en Ciencia Política. Profesor de la UNAM, ENTS. Distrito Federal, México.
4. Psicólogo, doctor en Psicología. Profesor de la UPN, campus Chihuahua, México.
5. Trabajadora social, doctorando en Investigación Educativa. Profesora de la UAEM, campus Huehuetoca, Estado de México.
6. Psicólogo social, doctor en Psicología Social y Ambiental. Investigador del SNI y profesor de la UNAM, campus Zaragoza. México.

INTRODUCCIÓN

La salud, desde la psicología social, es considerada como el resultado de acciones deliberadas y planificadas de consumo (1). En situaciones de escasez y desabastecimiento, los individuos forman grupos de autogestión impulsados por creencias y actitudes (2). A medida que la situación se torna extrema, las personas tienden creer que el agua es el recurso más importante y en consecuencia sus disposiciones prevalecientes se orientan al consumo racional de agua (3). En este sentido, es posible observar una relación estrecha entre creencias, actitudes y comportamientos en situaciones de crisis.

Las creencias han sido definidas como categorías de información en torno a la disponibilidad de recursos o personas (4).

Las creencias han sido definidas como categorías de información en torno a la disponibilidad de recursos. Es decir, la información sobre sequías propicia categorías de escasez y desabastecimiento entre los consumidores (5). En el caso del servicio público de agua potable, la información en torno a la inversión en infraestructura determina el secuestro de pipas, boicots a instalaciones con la finalidad de exigir a las autoridades el mejoramiento del

servicio (6). También, la información relativa a la venta de agua genera las categorías “especulación” o “acaparamiento” (7). Por lo tanto, las creencias son un filtro de información que predispone a los consumidores a optimizar o reutilizar el agua (8).

Las predisposiciones o creencias en torno a la abundancia o escasez de agua están relacionadas con disposiciones o actitudes a favor o en contra del consumo de agua frente a otras bebidas como el refresco o cerveza (9). Por su parte, las actitudes son disposiciones positivas o negativas que se originan luego de que una persona ha evaluado la disponibilidad de los recursos y la ha asociado a un comportamiento particular o grupal (10). ¿Cuál es entonces la relación entre creencias y actitudes respecto al consumo de agua frente a la disponibilidad de refresco o cerveza en grupos de diferente sexo, edad, ingreso y escolaridad que experimentan una situación de escasez y desabastecimiento?

El problema de investigación puede ser respondido considerando el supuesto según el cual la situación de escasez y desabastecimiento de agua, activa un sistema de creencias y actitudes a favor de la ingesta de bebidas adictivas o relacionadas con enferme-

dades crónicas degenerativas como la diabetes tipo II. En tal sentido, la disponibilidad de refresco y cerveza sustituye al consumo de agua. Tal relación se intensifica considerando sexo, edad, ingreso y escolaridad. Por ejemplo, a mayor edad, ingreso y escolaridad, la ingesta de bebidas adictivas se intensificaría en hombres más que en mujeres.

Contrastar esta hipótesis permitirá discernir el impacto de la disponibilidad de recursos sobre los comportamientos mediante los procesos psicológicos expuestos y las características socio-demográficas, educativas y económicas. A partir de este diagnóstico, será posible construir programas de intervención orientados a la promoción de la salud en el que el consumo de agua sería un indicador de hidratación en lo particular, desarrollo humano en lo local y sustentabilidad de los recursos en lo general.

MÉTODO

Diseño

Se llevó a cabo un estudio transversal y correlacional.

Muestra

Se seleccionaron intencionalmente a 100 derechohabientes del Hospital General de Cuernavaca. El 40% tiene entre 30 y 40 años, el 36% entre 22 y 29 años y el 24% más de 40 años. El 80% de las personas encuestadas son mujeres y el 20% hombres. El 60% vive en matrimonio, el 20% en unión libre, el 13% se ha separado, el 4% ha perdido a su cónyuge y el 3% vive en soltería. El 43% gana menos de 5.000 pesos al mes, el 27% entre 5.000 y 8.000, el 30% corresponde a los que tienen un ingreso superior a los 8.000 pesos mensuales. El 35% cuenta con primaria completa, el mismo porcentaje corresponde a quienes tienen la secundaria completa, el 23% terminó el bachillerato y el 7% tiene estudios universitarios. La ocupación principal corresponde a los servicios con un 46%, 40% al trabajo doméstico y 14% son profesionales.

Instrumentos

Se utilizó un cuestionario de datos sociodemográficos que incluyó preguntas relativas a sexo, edad, escolaridad e ingreso.

La Escala de Creencias Rehidratantes Sociales incluye 18 reactivos con dos opciones de respuesta: Falso o Verdadero. La Escala de Creencias Rehidratantes Familiares tiene seis reactivos con dos opciones de respuesta: Falso o Verdadero. La Escala de Creencias Rehidratantes Individuales comprende cinco reactivos con dos opciones de respuesta: Falso o Verdadero. La Escala de Actitud hacia la Rehidratación usa siete reactivos con cuatro opciones de respuesta que van desde Totalmente en desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo.

Procedimiento

La encuesta se llevó a cabo en las instalaciones de Trabajo Social del Hospital General de Cuernavaca en Morelos (México). Se informó a las personas encuestadas sobre la investigación y se les pidió su participación. El criterio de selección de cuestionarios para captura de datos fue: 1) idénticas opciones de respuesta para cada reactivo y 2) más de una opción de respuesta para cada ítem.

Análisis

El modelo de los determinantes sociodemográficos y cognitivos de las actitudes hacia la rehidratación incluye: normalidad establecida por el parámetro de curtosis, confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, validez mediante pesos factoriales, covarianzas a partir de parámetros Phi, estructura considerando los estadísticos Beta, Phi y Error, así como ajuste y residual tomando índices de bondad, normados, no normados y parciales.

Normalidad

La distribución normal fue estimada a partir del parámetro de curtosis multivariante en la que valores inferiores a cinco fueron considerados evidencia de normalidad. La significancia del parámetro se calculó con el estadístico bootstrap cuyo valor fue cercano a cero. La Tabla 1 muestra valores de curtosis ubicados en el intervalo de -3 a +3, que indican una distribución normal. A continuación, se procedió a estimar la confiabilidad del instrumento que mide las variables sociodemográficas y cognitivas.

Confiabilidad

La estimación de la consistencia interna se llevó a cabo a partir de las correlaciones entre ítem y subescala. El parámetro alfa de Crombach con valores superiores a .60 se consideró evidencia de consistencia interna (véase la Tabla 1).

Número	Reactivo	Media	Desviación	Curtosis
Escala de creencias rehidratantes sociales				
R1	Tomar agua en lugar de refresco es saludable	2,07	1,05	-,741
R2	Un vaso de agua al día es suficiente para rehidratarse	3,17	1,05	,079
R3	Tomar demasiada agua afecta las vías urinarias	3,17	,99	,189
R4	Agua combinada con refresco da “mal de orín”	1,67	,76	-,911
R5	El refresco “baja” la comida	2,10	1,12	-,805
R6	México es el principal consumidor de refresco	1,47	,68	,229
R7	Tomar refresco es causa de diabetes	1,97	1,03	-,277
R8	La comida se acompaña mejor con un refresco de coca	3,47	,94	2,879
R9	El agua de sabor es típica de las kermeses	1,93	1,11	-,819
R10	Si los mexicanos tomáramos agua, estaríamos saludables	2,10	1,03	-1,049
R11	La familia mexicana consume refresco a diario	3,33	,96	1,456
R12	Como buen mexicano, acompaño mi comida con refresco	1,57	,94	2,618
R13	Si los mexicanos dejáramos la cerveza, las fiestas serían aburridas	3,30	,79	,925
R14	La comida mexicana picante se alivia con agua	1,63	,67	-,589
R15	Creo que el agua es buena después de correr	3,23	,94	1,199
R16	El Gatorade solo sabe cuando haces ejercicio	1,27	,45	-,824
R17	Los mexicanos comemos en la calle; tacos y refrescos	3,07	,91	-,124
Escala de creencias rehidratantes grupales				
R18	En las reuniones con mi familia un refresco es suficiente	1,73	,94	,275
R19	En las comidas familiares el refresco es necesario	2,10	1,09	-1,136
R20	Mi familia es feliz porque toma refresco	2,97	1,16	-1,365
R21	La Coca familiar alcanza para todos	1,83	1,02	,456
R22	La familia mexicana consume agua con otros ingredientes de sabor	1,87	,97	,182
R23	Mi familia toma refrescos solo cuando hay fiestas	1,70	,95	1,342
Escala de creencias rehidratantes individuales				
R24	Al beber agua activo mi digestión	2,17	1,05	-1,300
R25	Al rehidratarme mi presión sanguínea se beneficia	3,03	1,00	,075
R26	Creo que al ingerir líquidos estoy activando mi metabolismo	1,97	1,13	-,698
R27	El agua “no me sabe”	3,20	,96	,645
R28	Tomar demasiada agua me afecta las vías urinarias	2,30	1,26	-1,634
Escala de actitud hacia la rehidratación				
R29	Prefiero el refresco para “bajarme” la comida	2,45	,88	,567

Número	Reactivo	Media	Desviación	Curtosis
R30	Mi familia toma agua simple cuando se acaba el refresco	1,95	1,02	,988
R31	Aunque se acabe el refresco, mi familia compra más	2,30	,97	,768
R32	La Coca familiar es el refresco preferido por mi familia	2,45	,90	,245
R33	Mi familia prefiere la Coca en lugar de agua o Pepsi	2,01	1,00	,368
R34	En mi familia los niños toman refresco en lugar de agua	2,05	1,03	,933
R35	En las fiestas de mi familia los adultos toman cerveza y los niños refresco	2,98	1,08	,990

Tabla 1. Distribución normal de los reactivos

Validez

Se realizó un análisis factorial exploratorio de componentes principales con rotación varimax y pruebas tanto de esfericidad como de adecuación con los parámetros de Bartlett y Kayser-Meyer-Olkin. Los pesos factoriales superiores a .300 fueron considerados como evidencia de correlación entre reactivos y factores. Demostrada la confiabilidad, se procedió a calcular la validez del instrumento (véase la Tabla 2). El primer factor referido a las Creencias Rehidratación Social (CRS) incluyó los reactivos 1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13,

14 y explicó el 37,45% de la varianza. El segundo factor alusivo a las Creencias de Rehidratación Grupal (CRG) está conformado por los reactivos 18, 19, 20, 21, 22 y 23 y explicó el 18,23% de la varianza. El tercer factor relativo a las Creencias de Rehidratación Personal (CRP) agrupa los reactivos 24, 25, 26, 27, 28 y explicó el 10,34% de la varianza. El cuarto factor relacionado con las actitudes hacia la rehidratación está compuesto por los reactivos 29, 30, 31, 32, 33, 34 y 35 y explicó el 7,35% de la varianza.

Número	Reactivo	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Confiabilidad
Escala de creencias rehidratantes sociales						,7130
R1	Tomar agua en lugar de refresco es saludable	,345	,012	,102	,231	
R2	Un vaso de agua al día es suficiente para rehidratarse	,456	,157	,028	,146	
R3	Tomar demasiada agua afecta las vías urinarias	,024	,293	,294	,139	
R4	Agua combinada con refresco da “mal de orín”	-,521	-,312	-,304	-,279	
R5	El refresco “baja” la comida	-,354	-,145	-,271	-,035	
R6	México es el principal consumidor de refresco	-,456	-,213	-,103	-,036	
R7	Tomar refresco es causa de diabetes	-,367	-,167	-,157	-,136	
R8	La comida se acompaña mejor con un refresco de coca	-,178	-,016	-,024	-,267	
R9	El agua de sabor es típica de las kermeses	,654	,297	,167	,346	
R10	Si los mexicanos tomáramos agua estaríamos saludables	,621	,367	,132	,126	
R11	La familia mexicana consume refresco a diario	-,345	-,045	-,239	-,129	
R12	Como buen mexicano, acompaño mi comida con refresco	-,215	-,156	-,186	-,064	
R13	Si los mexicanos dejáramos la cerveza, las fiestas serían aburridas	-,356	-,245	-,175	-,197	
R14	La comida mexicana picante se alivia con agua	,576	,123	,132	,212	

Número	Reactivo	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Confiabilidad
R15	Creo que el agua es buena después de correr	,256	,231	,245	,110	
R16	El Gatorade solo sabe cuando haces ejercicio	,178	,145	,342	,256	
R17	Los mexicanos comemos en la calle; tacos y refrescos	,135	,245	,023	,397	
Escala de creencias rehidratantes grupales						,8193
R18	En las reuniones con mi familia un refresco es suficiente	,024	,457	,134	,001	
R19	En las comidas familiares el refresco es necesario	-,126	-,434	-,357	-,029	
R20	Mi familia es feliz porque toma refresco	-,129	-,453	-,301	-,039	
R21	La Coca familiar alcanza para todos	-,345	-,300	-,294	-,001	
R22	La familia mexicana consume agua con otros ingredientes de sabor	,241	,325	,192	,182	
R23	Mi familia toma refrescos solo cuando hay fiestas	-,028	-,378	-,025	-,142	
Escala de creencias rehidratantes individuales						,7794
R24	Al beber agua activo mi digestión	,110	,014	,454	,241	
R25	Al rehidratarme mi presión sanguínea se beneficia	,123	,231	,423	,263	
R26	Creo que al ingerir líquidos estoy activando mi metabolismo	,165	,284	,322	,038	
R27	El agua “no me sabe”	-,192	-,084	-,300	-,163	
R28	Tomar demasiada agua me afecta las vías urinarias	,094	,137	,401	,047	
Escala de actitud hacia la rehidratación						,7012
R29	Prefiero el refresco para “bajarme” la comida	-,128	-,304	-,302	-,567	
R30	Mi familia toma agua simple cuando se acaba el refresco	,035	,284	,310	,357	
R31	Aunque se acabe el refresco mi familia compra más	-,138	-,194	-,320	-,468	
R32	La Coca familiar es el refresco preferido por mi familia	-,295	-,045	-,254	-,365	
R33	Mi familia prefiere la Coca en lugar de agua o Pepsi	-,274	-,304	-,243	-,344	
R34	En mi familia los niños toman refresco en lugar de agua	-,384	-,301	-,104	-,466	
R35	En las fiestas de mi familia los adultos toman cerveza y los niños refresco	-,104	-,254	-,193	-,487	
Varianza explicada		37,45	18,23	10,34	7,35	

Tabla 2. Confiabilidad y validez del instrumento

RESULTADOS

Una vez establecidos los factores cognitivos, se procedió a estimar las covarianzas entre los factores sociodemográficos y cognitivos. La Tabla 3 muestra valores cercanos a la unidad que fueron interpretadas relaciones espurias entre los factores y valores cercanos a la unidad que se defi-

nieron como evidencia de relación causal entre los factores. La matriz de covarianzas permitió elaborar el modelamiento de las relaciones causales entre los factores. Para los propósitos del trabajo, los factores sociodemográficos y las creencias se consideraron exógenos en referencia a las actitudes hacia la rehidratación.

	Sexo	Edad	Ingreso	Escolaridad	CRS	CRG	CRI	Actitud
Sexo	,583							
Edad	,676	,281						
Ingreso	-,001	-,015	,729					
Escolaridad	,050	,065	,060	,567				
Creencias de Rehidratación Social (CRS)	,076	,050	,132	,045	,561			
Creencias de Rehidratación Grupal (CRG)	,113	,314	-,033	,004	,000	,640		
Creencias de Rehidratación Individual (CRI)	,037	,014	,091	,053	,111	-,003	,223	
Actitud hacia la rehidratación	,112	,533	-,175	-,026	-,136	,124	-,044	,190

Tabla 3. Covarianzas entre los factores

Conocidas las relaciones entre los factores sociodemográficos y cognitivos, se estimó un modelo estructural de siete determinantes para la actitud hacia la rehidratación. Los valores correlacionales entre los determinantes son cercanos al cero con excepción de las CRG que tuvieron correlaciones cercanas a la unidad con las CRS y las CRI. Los valores cercanos a la unidad son evidencia de relaciones nulas en las que se considera que cada factor es independiente de los demás determinantes (véase la Figura 1).

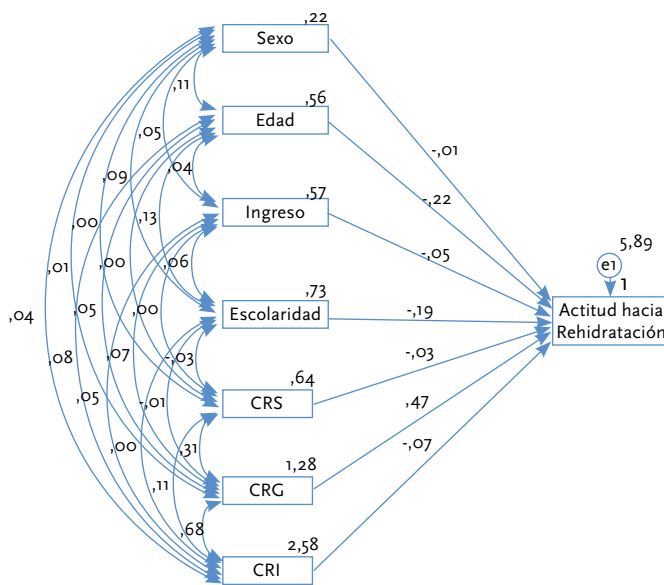


Figura 1. Determinantes de la actitud hacia la rehidratación

En el caso de las relaciones causales entre los determinantes sociodemográficos y las creencias sobre la actitud hacia la rehidratación, la edad incidió negativamente en la actitud. Tal resultado signi-

fica que la edad de los consumidores más jóvenes influye en sus actitudes negativas hacia la rehidratación. Por el contrario, a medida que la edad se incrementa la actitud hacia la rehidratación tiende a ser positiva. Es decir, los jóvenes parecen tener una mejor actitud hacia otras bebidas no necesariamente rehidratantes en comparación a los adultos mayores que parecen tener una mejor actitud hacia los productos rehidratantes.

En el caso de las relaciones causales positivas entre los factores sociodemográficos y cognitivos, las CRG son las determinantes de las actitudes hacia la rehidratación. En la medida en que los individuos creen que la rehidratación mejora las relaciones familiares, incrementan sus actitudes positivas hacia dicha rehidratación. Si se trata de jóvenes, pueden no tener una actitud positiva a la rehidratación, pero cuando conviven con su familia, sus actitudes lo son.

El modelo de medición en referencia al modelo estructural es evaluado por su ajuste. El valor de chi cuadrado es empleado como evidencia de ajuste. Sin embargo, debido a que el parámetro es sensible al tamaño de la muestra, los índices de bondad de ajuste cuyos valores son cercanos a la unidad son considerados una mejor evidencia de relaciones causales estimadas muy cercanas a las relaciones causales hipotéticas. En el caso de los índices residuales, el valor cercano al cero es considerado evidencia de ajuste entre ambos modelos. La Tabla 4 muestra valores cercanos a la unidad para el caso de los índices de ajuste y cercanos al cero para el caso de los índices residuales.

X ²	gl	p	GFI	AGFI	PGFI	RMSEA	RMR
163,873	28	,000	,875	,840	,681	,027	,066

Tabla 4. Parámetros de ajuste

No obstante que el modelo de relaciones causales estimadas se ajusta al modelo de relaciones causales hipotéticas, el valor del error o disturbio de medición indica que existen otros factores que influyen en la actitud hacia la rehidratación. A continuación se discuten cuáles serían esos factores.

DISCUSIÓN

El presente estudio ha establecido una relación directa, positiva y significativa entre las creencias de rehidratación grupal y las actitudes hacia la rehidratación. En referencia a otros estudios en los que las creencias inciden en las actitudes, las creencias normativas del grupo de pertenencia determinaron las disposiciones a favor del ahorro de agua. Incluso, al ser influida negativamente por la edad, la relación entre creencias familiares y actitud individual evidencia que la disponibilidad de recursos repercute sobre los comportamientos (11).

En el marco de la persuasión, los modelos de procesamiento de información plantean que la influencia de un grupo lejano es de orden racional, empero las personas más cercanas a nuestra vida cotidiana influyen afectivamente (12). En la presente investigación se ha encontrado una relación significativa entre las emociones de consumo familiares sobre las actitudes hacia la rehidratación.

No obstante que la familia es el soporte social de la salud personal y que tal relación parece incidir en menores de edad más que en adultos (13), la rehidratación es un indicador de identidad en la que un individuo busca diferenciarse de las preferencias hídricas de quienes lo rodean o con quienes interactúa (14). Es por ello que se recomienda la inclusión de la identidad y alteridad como variables determinantes de la rehidratación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ajzen I, Fishbein M. Factors influencing intentions and the intention behavior relation. *Human Relations*. 1974; 27: 1-15.
2. Bustos J, Flores M, Andrade P. Motivos y percepción de riesgos como factores antecedentes a la conservación de agua en la Ciudad de México. *La Psicología Social en México*. 2002; 9: 611-17.
3. Bustos J, Flores M, Andrade P. Predicción de la conservación de agua a partir de factores sociocognitivos. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*. 2004; 5: 53-70.
4. Bustos J, Flores M, Barrientos C, Martínez J. Ayudando a contrarrestar el deterioro ecológico: atribución y motivos para conservar agua. *La Psicología Social en México*. 2004; 10: 521-26.
5. Corral V. Determinantes psicológicos o situacionais do comportamento de conservação de água: um modelo estrutural. *Estudos de Psicologia*. 2003; 8: 245-52.
6. González A, Amérigo M. Actitudes hacia el medio ambiente y conducta ecológica. *Psicothema*. 1999; 11: 13-25.
7. Guering B. Attitudes and beliefs as verbal behavior. *Behavior Analyst*. 1994; 17: 155-63.
8. Leiserowitz A, Kates R, Parris T. Sustainability values, attitudes and behaviors: a review of multinational and global trends. *Annual Review of Environmental Resources*. 2006; 31: 413-44.
9. Martinportugues C, Canto J, García M. Actitudes hacia el ahorro de agua: un análisis descriptivo. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*. 2002; 3: 119-43.
10. Petty R, Cacioppo J. Communication and persuasion: central peripheral routes to attitude change. New York: Springer-Verlag; 1986.
11. Petty R, Cacioppo J. The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Psychology*. 1986; 19: 123-83.
12. Schwartz N, Bohner G. The construction of attitudes. In A. Tesser, Schwartz, N. (Ed.). *Handbook of Social Psychology*. Oxford: Blackwell; 2001. p. 436-57.
13. Smith JR, Hogg MA. Social identity and attitudes. In W. Crano, Prislin R. (Eds.). *Attitudes and attitude change*. New York: Psychology Press; 2008. p. 337-60.
14. Wood W. Attitude change: persuasion and social influence. *Annual Review of Psychology*. 2000; 51: 539-70.