

Posters

(Ordenadas por orden alfabético del apellido del conferencista)

DISOCIACION ENTRE EFECTOS ANSIOLÍTICOS Y/O ESTIMULANTES DE ETANOL EN RATAS ADOLESCENTES Y SU RELACIÓN CON EL CONSUMO DE ALCOHOL.

Acevedo, M.B.^{1,2} y Pautassi, R.M.^{1,2}

¹Instituto de Investigación Médica Mercedes y Martín Ferreyra
INIMEC-CONICET. ²Facultad de Psicología, UNC

Contacto: sallycaboo@gmail.com

Introducción: La naturaleza de la relación entre la sensibilidad motivacional hacia el etanol y la ingesta de esta droga ha sido escasamente estudiada. La sensibilidad motivacional hacia el alcohol, ya sea apetitiva, aversiva y ansiolítica- se transforma en un factor de máxima importancia en la regulación de los procesos de búsqueda e ingesta de este psicotrópico. Un marcador, aunque indirecto (i.e., “proxy”), que se emplea para

analizar los efectos motivacionales apetitivos del alcohol ha sido la activación motora inducida por etanol en campo abierto. Los estudios que analizan dicha sensibilidad en ratas han observado que en animales la exposición al alcohol induce efectos depresores, mientras que en ratas infantiles y adolescentes dicha exposición ejerce efectos activadores motores. No obstante, es posible que el incremento en la locomoción inducida por la droga este reflejando, al menos parcialmente, efectos ansiolíticos; o bien una interacción entre ambos efectos. Esto último ha sido un tema poco explorado en la literatura y, en general, coexisten trabajos que emplean metodologías similares para evaluar efectos ansiolíticos y activadores del etanol y otras drogas. Objetivos: a) analizar la correlación entre las diferentes variables obtenidas en las pruebas tradicionalmente utilizados para medir efectos ansiolíticos y estimulantes motores del etanol medidos en ratas adolescentes bajo el efecto agudo del etanol, b) evaluar si el efecto estimulante motor (incremento en la locomoción) inducido por

tipo de temperamento que el niño tenga --difícil o fácil--, la madre reaccionará de manera diferente, afectando su sensibilidad. Objetivos: Por lo anteriormente expuesto, la presente investigación pretende establecer si hay un perfil de personalidad materna e infantil asociados al grado de apego seguro presente en el niño. Metodología: La muestra estuvo compuesta por 137 madres de 25 a 63 años y 137 niños y niñas de 8 a 12 años de edad de la ciudad de Crespo y Ramírez, de la provincia de Entre Ríos, Argentina. Los instrumentos utilizados fueron, para medir los rasgos de personalidad en la madre, el cuestionario de personalidad NEO PI-R (Costa y McCrae, 1995 adaptada a la argentina por Richaud de Minzi, Lemos y Oros, 2003); para medir la personalidad de los niños, el cuestionario de personalidad CAPI (Lemos, 2004) y para medir el apego, la escala de apego de KERN'S (Kerns, Klepac y Cole, 1996 adaptada a la argentina por Richaud de Minzi, Sacchi, & Moreno, 2001 citado en Richaud de Minzi, 2006). El procedimiento estadístico utilizado para conformar los perfiles de personalidad materna e infantil según el grado de apego presente en el niño fue un análisis multivariado de variancia (MANOVA). Resultados: Los resultados encontrados indicaron la existencia de diferencias significativas en los factores de personalidad materna e infantil según el

grado de apego (F de Hotelling $(30,368) = 1,554; p = 0,034$). Los análisis univariados muestran que las diferencias estadísticamente significativas se presentaron específicamente en los factores: amabilidad de la madre ($F_{(3,133)} = 2,965; p = 0,034$), y extraversión de los niños ($F_{(3,133)} = 3,113; p = 0,028$), entre de los grupos con medio bajo y medio alto grado de apego. Discusión: Estos resultados muestran que la personalidad de la madre y la del niño, entre otros factores, juegan un papel importante en la construcción del vínculo de apego. La agradabilidad de la madre estaría vinculada a la sensibilidad ante las necesidades del niño, característica que determina la calidad del vínculo afectivo. Por otro lado, aquellos niños que presentan mayor nivel de actividad, atención y orientación social (mayor extraversión) podrían conseguir mayor atención de su figura de apego y llegar a establecer un vínculo de apego seguro.

Palabras Clave: Personalidad; Apego; Perfil; Rasgo.

EL EFECTO DE FRECUENCIA Y EL EFECTO DE LONGITUD DE LAS PALABRAS MEDIANTE EL PARADIGMA DE DESENMASCARAMIENTO PROGRESIVO EN LA IDENTIFICACIÓN VISUAL DE PALABRAS.

Manoiloff, L.M.V.¹; Rebollo, I.²; Segui, J.³

¹Grupo de investigación en Psicología Cognitiva del Lenguaje y Psicolingüística, Laboratorio de Psicología Cognitiva, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. ²Centro de Investigación Básica en Psicología, Facultad de Psicología, Universidad de la República, Uruguay. ³Laboratoire Mémoire et Cognition (CNRS-Paris 5 et Labex EFL).

Contacto: lmvmanoiloff@gmail.com

Introducción: En el campo de investigación de la identificación de palabras visuales, hay una variedad de tareas experimentales debidamente probadas. Sin embargo, los estudios realizados sobre las variables que influyen en el proceso de percepción de la palabra impresa, han arrojado algunos resultados contradictorios en ciertas variables, como es el caso de la longitud de la palabra. Por ejemplo, en la tarea de velocidad de nominación o lectura de palabras, los efectos son generalmente inhibitorios, es decir, a los sujetos le lleva más tiempo iniciar su articulación según la longitud de la palabra va aumentando. No obstante, un efecto contrario de facilitación es obtenido con el Paradigma de Incremento de Luminancia Perceptual (Luminance Increment Paradigm –LIP–), que muestra tiempos de identificación más breves para las palabras que tienen un mayor número de letras. El hecho que una variable muestre efectos tan disímiles en función de las diferentes técnicas, implica que el rendimiento en

estas tareas, no refleja el funcionamiento de mecanismos idénticos. En este trabajo se utilizó una de las técnicas de identificación perceptual: el Paradigma de Desenmascaramiento Progresivo, introducido por Grainger and Segui en 1990 (Progressive Demasking Task -PDM-). En previos estudios, ésta tarea mostró ser sensible a factores que afectan el proceso de reconocimiento visual de palabras, como la frecuencia de las palabras (“efecto de frecuencia” o EF) y la similitud ortográfica entre palabras (“efecto de vecinos ortográficos”). **Objetivos:** El objetivo de este estudio, efectuado con el paradigma PDM, fue de examinar los efectos de una variable léxica, la frecuencia de las palabras, y de una variable sub-léxica, la longitud de las palabras, sobre el tiempo de reconocimiento. **Metodología:** En este trabajo participaron 21 sujetos pertenecientes a la Facultad de Psicología; UNC. Todos tenían como lengua materna el español. Las variables independientes fueron la frecuencia de uso de las palabras (alta y baja) y la longitud de las palabras (cortas y largas), medidas en cantidad de letras y sílabas. La variable dependiente fue el tiempo de identificación medido en milisegundos. **Resultados:** Los análisis estadísticos realizados fueron: ANOVA y Prueba T para muestras dependiente. Los resultados mostraron un claro efecto de frecuencia, con tiempos más breves de identificación de las

palabras de alta frecuencia en comparación a las palabras de baja frecuencia. No se observó ningún efecto de longitud de las palabras (similar tiempo de identificación para las palabras cortas y largas). Tampoco hubo interacción entre los dos factores. Discusión: Por lo tanto, la tarea PDM parece ser principalmente sensible a variables léxicas, y no a variables sub-léxicas como la longitud de las palabras. Como ya se señaló, con el procedimiento LIP se había observado un efecto de facilitación con la longitud de las palabras. Esto indica que las dos tareas de identificación perceptual, PDM y LIP, difieren en relación a su sensibilidad a una variable en particular (la longitud), involucrada en la percepción e identificación de palabras escritas.

Palabras Clave: Identificación de Palabras Escritas; Efecto de Frecuencia; Efecto de Longitud; Tareas de Identificación Perceptual.

VALORES INTERPERSONALES Y PERFILES PROFESIONALES

Marcaccio, A.; Moreno, J.E.

Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Psicología Matemática y Experimental (CONICET), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Centro Interdisciplinario de Investigaciones en Psicología Matemática y Experimental (CONICET), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Contacto: antonela.marcaccio@gmail.com

Introducción: Los valores interpersonales influyen en las motivaciones que las personas tienen para actuar en el mundo. Los valores interpersonales se relacionan tanto con el objetivo de una acción como con la posterior satisfacción percibida. El ámbito laboral es uno de los lugares donde la interacción con otros individuos es relevante, no sólo para lograr cumplir con las tareas asignadas, sino también como un factor determinante de fenómenos contextuales como el clima laboral. Objetivos: El objetivo del presente trabajo fue evaluar la relación existente entre los valores interpersonales y algunos perfiles profesionales (contabilidad y administración, marketing y ventas, y recepción). Metodología: El diseño de investigación es descriptivo – comparativo. La muestra es de carácter intencional. Participaron 310 personas, 137 hombres y 173 mujeres, de entre 20 y 53 años. Se seleccionaron tres perfiles profesionales diferentes: (a) contabilidad y administración: personas con estudios en curso o completos en ciencias económicas con experiencia en administración de personal, contabilidad, impuestos o auditoría; (b) marketing y ventas, personas con estudios en curso o completos de comercialización, administración de empresas con orientación comercial, o experiencia suficiente en el área de ventas; y recepción o atención al cliente: personas interesadas en desempeñarse