

PSICOLOGÍA SOCIAL

TEMA 1: INTRODUCCIÓN. EL CAMPO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.	6
1.- LA CIENCIA DE LA MENTE Y DE LA SOCIEDAD.	6
2.- PERSPECTIVAS SOBRE LA PSICOLOGÍA SOCIAL: EL INDIVIDUO Y EL GRUPO.	7
2.1.- ¿Existe una psicología del grupo?.	7
2.2.- La tesis de la mente grupal.	7
* LeBON (1896).	7
2.3.- Individualismo.	8
2.4.- Interaccionismo.	9
* SHERIF (1936): Estudio sobre las “normas sociales”.	10
3.- UNA HISTORIA MUY BREVE DEL CAMPO Y DE TÓPICOS DE INVESTIGACIÓN SELECCIONADOS.	10
3.1.- La perspectiva cognitiva y la influencia de la Gestalt.	11
3.2.- El método experimental.	11
3.3.- La Segunda Guerra Mundial y los años cincuenta.	12
* HOVLAND (1953): Estudio sobre persuasión y cambio de actitudes.	12
* FESTINGER (1950 y 1954) y ASCH (1952): El análisis de la influencia social.	12
* SHERIF y colaboradores (1967): Investigación del prejuicio y del conflicto entre miembros de diferentes grupos sociales.	13
3.4.- Disonancia cognitiva, atribución causal y cognición social.	14
3.5.- La emergencia de Europa.	14
TEMA 2: DEFINICIÓN DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.	15
1.- LA NECESIDAD DE LA EXPLICACIÓN PSICOSOCIAL.	15
2.- UNIDAD Y DIVERSIDAD DEL OBJETO DE ANÁLISIS.	15
2.1.- TESSER (1995): El enfoque clásico.	15
2.2.- SAPSFORD (1998): El enfoque de los dominios de análisis.	16
* El dominio societal.	16
* El dominio del grupo.	18
* El dominio interpersonal.	18
* El dominio intrapersonal.	18
3.- PSICOLOGÍA SOCIAL Y PROCESOS COLECTIVOS.	19
4.- NATURALEZA DE LA EXPLICACIÓN PSICOSOCIAL.	20
TEMA 3: LA EVOLUCIÓN DE LA CONDUCTA SOCIAL.	22
1.- INTRODUCCIÓN.	22
2.- RELEVANCIA DE LOS PLANTEAMIENTOS BIOLÓGICOS PARA LA PSICOLOGÍA SOCIAL.	22
3.- LA EXPLICACIÓN BIOLÓGICA DE LA CONDUCTA SOCIAL.	23
3.1.- La teoría de la evolución por selección natural y sus desarrollos posteriores.	23
La Etología.	23
La Sociobiología.	24
La Psicología evolucionista.	24
* La aptitud inclusiva (HAMILTON, 1964).	25
* El altruismo recíproco (TRIVERS, 1971).	25
* La inversión parental (TRIVERS, 1972).	26
3.2.- El estudio de la conducta social desde el marco evolucionista.	26
4.- LA BASE BIOLÓGICA DE LA CONDUCTA SOCIAL HUMANA.	28
5.- ARGUMENTOS CONTRA LOS ARGUMENTOS EN CONTRA.	30
6.- A MODO DE CONCLUSIÓN.	31
TEMA 4: PERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS.	33
1.- INTRODUCCIÓN.	33
2.- PERCEPCIÓN E INTERACCIÓN.	33
3.- DESARROLLO HISTÓRICO DE LOS ESTUDIOS SOBRE PERCEPCIÓN DE PERSONAS.	34

4.- DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.	35
4.1.- Semejanzas entre la percepción de objetos y la percepción de personas.	35
4.2.- Diferencias entre la percepción de objetos y la percepción de personas.	36
5.- FORMACIÓN DE IMPRESIONES.	36
5.1.- La investigación de ASCH.	37
5.2.- Integración de la información.	38
* Modelos de tendencia relacional.	38
* Modelos de combinación lineal.	39
* Modelos combinatorios.	40
6.- TEORÍAS IMPLÍCITAS DE LA PERSONALIDAD (TIP).	41
6.1.- Definición.	41
6.2.- Asociaciones entre rasgos.	42
7.- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE PERSONAS.	43
7.1.- Factores asociados al perceptor.	43
* En relación con las metas del perceptor.	43
* En relación con las expectativas del perceptor.	44
* Factores más específicos que influyen en la formación de impresiones.	44
7.2.- Variables asociadas a la persona percibida.	45
* Estrategias básicas utilizadas en el "manejo de la impresión".	45
7.3.- Factores relativos al contenido de la percepción.	47
* Efectos de orden.	47
Efecto primacía.	47
Efecto recencia.	48
* Tono evaluativo de los elementos informativos.	48
* Información única y redundante.	48
* Carácter ambiguo de la información.	49
* El propio contenido de la información.	49
TEMA 5: COGNICIÓN SOCIAL.	50
1.- INTRODUCCIÓN.	50
2.- REPRESENTACIONES MENTALES.	51
2.1.- Redes asociativas.	51
2.2.- Esquemas.	52
* El concepto de prototipo.	53
2.3.- Ejemplares.	53
3.- LA ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO.	54
3.1.- Accesibilidad.	54
* Utilización reciente del conocimiento.	54
* Frecuencia y cronicidad de preactivación del conocimiento.	55
* Características propias de la información.	55
3.2.- Aplicabilidad.	56
3.3.- Saliencia.	57
3.4.- El heurístico de disponibilidad.	57
4.- CONSECUENCIAS DE LA ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO.	58
4.1.- Atención.	58
4.2.- Codificación, interpretación y organización de la información.	59
4.3.- Memoria y recuperación de la información.	60
* Información consistente frente a inconsistente.	61
4.4.- Realización de evaluaciones, juicios, predicciones, inferencias y conductas.	62
5.- EL PROCESO DE INFERENCIA.	62
5.1.- Recogida de la información.	63
5.2.- Muestreo de la información.	64
5.3.- Uso e integración de la información.	64
* Establecimiento de relaciones entre eventos.	65
* Estimación de probabilidades.	65
Sesgo en el cálculo de probabilidades debido a la utilización del "heurístico de representatividad".	65
Ignorancia de las probabilidades previas (o tasa base).	66
Fallos en el cálculo de probabilidades conjuntas.	66
Dificultades en el manejo de la información diagnóstica y no diagnóstica.	66

TEMA 6: PROCESOS DE ATRIBUCIÓN.	67
1.- INTRODUCCIÓN.	67
2.- HEIDER: LA PSICOLOGÍA INGENUA DE LA ACCIÓN.	67
2.1.- El proceso atributivo según HEIDER.	67
2.2.- Medida o grado en que un actor es personalmente responsable de la ocurrencia del suceso.	68
3.- JONES Y DAVIS: LA TEORÍA DE LAS INFERENCIAS CORRESPONDIENTES.	68
3.1.- Los efectos no comunes de la acción.	68
3.2.- Las expectativas sobre el actor.	69
3.3.- Relevancia hedónica.	69
4.- KELLEY: EL MODELO DE COVARIACIÓN Y LOS ESQUEMAS CAUSALES.	69
4.1.- El modelo de la covariación.	69
4.2.- El caso del consenso.	70
4.3.- Los esquemas causales.	71
* Esquema de las “causas suficientes múltiples” o CSM.	71
* Esquema de las “causas necesarias múltiples” o CNM.	72
5.- JONES Y NISBETT: LAS DIFERENCIAS ACTOR – OBSERVADOR.	72
6.- LOS ERRORES, LOS SESGOS Y LAS FUNCIONES DE LA ATRIBUCIÓN.	73
6.1.- El error fundamental y el error último de atribución.	73
* Error fundamental de atribución.	73
* Error último de atribución.	74
6.2.- Las funciones de la atribución.	74
* Función de control.	74
* Función de autoestima.	74
* Función de presentación, autopresentación o autoensalzamiento del Yo.	74
7.- ATRIBUCIÓN, CREENCIAS Y EXPLICACIONES SOCIALES.	74
TEMA 7: ESTEREOTIPOS.	76
1.- INTRODUCCIÓN.	76
2.- LA DEFINICIÓN DE ESTEREOTIPO.	76
2.1.- Las definiciones de estereotipo y su clasificación.	76
2.2.- Relación entre estereotipo, prejuicio y discriminación.	77
3.- HISTORIA DEL TRATAMIENTO DE LOS ESTEREOTIPOS EN PSICOLOGÍA SOCIAL.	77
3.1.- Otras contribuciones.	78
* KATZ y BRALY (1933).	78
* ALLPORT (1935).	78
* ADORNO (1950).	78
* CAMPBELL (1967).	78
* TAJFEL (1969).	79
4.- ORIENTACIONES TEÓRICAS EN EL ESTUDIO DE LOS ESTEREOTIPOS.	80
4.1.- La orientación sociocultural.	80
* Teorías del conflicto.	80
* Teorías del aprendizaje social.	80
4.2.- Teorías de la personalidad.	80
* Teoría del chivo expiatorio.	80
* Teoría de la personalidad autoritaria.	80
4.3.- La orientación cognitiva.	81
* Procesamiento de la información acerca de estímulos.	81
* Relación entre los estereotipos y las correlaciones ilusorias.	81
* Influencia de factores motivacionales.	82
* Críticas a la orientación cognitiva.	82
5.- EL CAMBIO DE ESTEREOTIPOS.	82
5.1.- La contribución de LIPPMANN.	82
5.2.- La hipótesis del contacto intergrupar.	83
5.3.- La orientación cognitiva social.	83
5.4.- Evidencia obtenida a favor de los distintos modelos de cambio.	84

6.- LAS FUNCIONES DE LOS ESTEREOTIPOS.	85
6.1.- Funciones individuales de categorización y de defensa de sus valores.	85
6.2.- Funciones sociales.	86
* Según TAJFEL.	86
* Otras contribuciones.	86
TEMA 8: ALTRUISMO Y CONDUCTA DE AYUDA.	87
1.- INTRODUCCIÓN.	87
2.- ¿QUÉ ENTENDEMOS POR ALTRUISMO Y POR CONDUCTA DE AYUDA?.	87
3.- ¿CUÁNDO AYUDA LA GENTE?.	88
3.1.- Características de la situación.	88
3.2.- Influencia de las características de la situación.	89
3.3.- Características de la persona que necesita ayuda.	90
4.- ¿CÓMO AYUDA LA GENTE?.	92
5.- ¿POR QUÉ AYUDA LA GENTE?.	92
5.1.- La conducta de ayuda y el refuerzo.	92
5.2.- Factores emocionales.	93
5.3.- Las normas sociales y personales.	96
6.- ¿TIENE EL ALTRUISMO BASE BIOLÓGICA?.	97
7.- DESARROLLO DEL ALTRUISMO Y LA CONDUCTA DE AYUDA DURANTE LA VIDA DEL INDIVIDUO.	98
8.- LA CONDUCTA DE AYUDA DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL QUE LA RECIBE.	99
8.1.- Petición de ayuda.	99
8.2.- Reacción ante la ayuda recibida.	100
TEMA 9: ATRACCIÓN Y RELACIONES INTERPERSONALES.	101
1.- INTRODUCCIÓN.	101
2.- LA AFILIACIÓN.	101
3.- ATRACCIÓN INTERPERSONAL.	102
3.1.- Explicaciones psicosociales de la atracción.	102
* La búsqueda de consistencia cognitiva.	102
* Las consecuencias de la asociación y del refuerzo.	102
* Intercambio e interdependencia.	103
3.2.- Factores que influyen en la atracción.	103
* Proximidad.	103
* Características físicas.	104
* Otras características personales socialmente valoradas.	105
* Semejanza.	106
* Reciprocidad.	107
4.- EL AMOR.	107
4.1.- Amor y cariño.	108
4.2.- Amor apasionado o enamoramiento.	108
4.3.- El amor compañero.	109
4.4.- Otras formas de amor.	109
* El amor como decisión-compromiso.	109
* El amor como juego.	110
* El amor altruista.	110
5.- PROBLEMAS EN LAS RELACIONES AMOROSAS.	111
5.1.- Los celos.	111
5.2.- Insatisfacción y ruptura de las relaciones.	111
* Intimidad e implicación en la relación.	111
* Semejanza y ajuste.	112
* La rutina y el aburrimiento.	112
* Evaluación negativa.	113
5.3.- La soledad.	113

TEMA 10: AGRESIÓN.	115
1.- DEFINICIÓN.	115
2.- SUPUESTOS PSICOSOCIALES EN EL ESTUDIO DE LA AGRESIÓN.	115
2.1.- El papel del aprendizaje.	116
2.2.- La subcultura de la violencia y los "mitos de agresión".	116
3.- ANTECEDENTES DE LA AGRESIÓN.	116
3.1.- Hipótesis clásica de la frustración-agresión.	116
3.2.- Frustración y activación.	117
3.3.- Frustración y afecto negativo.	117
3.4.- Calor y agresión.	117
3.5.- Ruido y agresión.	118
3.6.- Dolor.	119
3.7.- El ataque interpersonal.	119
3.8.- Violación de las normas.	120
3.9.- Violencia en el contexto familiar y agresión.	120
4.- EL PROCESO DE AGRESIÓN.	120
4.1.- El papel de la activación en general.	120
4.2.- Activación y etiquetado cognitivo.	121
4.3.- "Transfer" de la excitación y cólera.	121
4.4.- La cólera como respuesta expresivo-motora.	122
5.- EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.	122
5.1.- Algunos resultados de interés.	123
6.- AGRESIÓN GRUPAL Y SOCIETAL.	123

TEMA 1: INTRODUCCIÓN. EL CAMPO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.

La Psicología es la ciencia de la mente y la Psicología social es la ciencia de los aspectos sociales de la vida mental.

La vida de la Psicología como ciencia comenzó en la segunda mitad del siglo XIX. En el año 1879, Wilhelm WUNDT fundó el primer laboratorio de Psicología en Leipzig (Alemania). WUNDT se propuso de forma consciente aplicar los nuevos métodos de investigación de la fisiología experimental a los problemas de la conciencia y la percepción humanas, hasta el momento dominio de los filósofos.

Desde el principio, WUNDT mostró interés no sólo por la estructura y por los contenidos de la conciencia individual, sino también por la Psicología “social”. Sin embargo, aunque escribió mucho acerca de la Psicología social, no estudió estos aspectos colectivos de la Psicología en su laboratorio. Hubo que esperar a principios del siglo XX para que los métodos de investigación empíricos y experimentales de la ciencia comenzaran a aplicarse a la Psicología social. Hacia 1908, W. McDOUGALL, un psicólogo evolucionista inglés, y E. A. ROSS, un sociólogo estadounidense, publicaron textos muy influyentes. Pero la investigación experimental se puso en marcha, en sentido estricto, en los años veinte y treinta de nuestro siglo, y primordialmente en los Estados Unidos, donde F. ALLPORT, un destacado psicólogo conductista, publicó su primera obra al respecto en 1924. Por tanto, la Psicología social, en cuanto campo moderno, tiene sólo 70 años de edad.

1.- LA CIENCIA DE LA MENTE Y DE LA SOCIEDAD.

La Psicología social no se puede definir como el estudio de la conducta social. Esta definición nunca fue apropiada para la Psicología social, la cual rechazó en gran medida las ideas conductistas. El tema central de la Psicología, incluyendo dentro de ésta la Psicología social, no es la conducta sino la mente, o si se prefiere, “la conducta como expresión de la mente”.

De forma similar, la Psicología social no es el estudio de la sociedad o de las instituciones sociales. Algunos científicos sociales buscan los principios subyacentes de la organización de la sociedad, y del cambio y la interacción sociales, y pueden invocar de forma implícita principios psicológicos. Por ejemplo, pueden asumir que la acción humana está gobernada por el propio interés racional, pero dichos principios no constituyen su preocupación central. Sin embargo, para los psicólogos sociales el objeto fundamental de investigación es el funcionamiento de la mente individual en sociedad. Probablemente, la mejor definición breve de la Psicología social es: “la ciencia de la mente y de la sociedad”.

La Psicología social adopta los siguientes supuestos:

1. Existen procesos psicológicos que determinan la forma en que funciona la sociedad y la forma en la que tiene lugar la interacción social.
2. Los procesos sociales, a su vez, determinan las características de la psicología humana. Es esta determinación mutua de mente y sociedad lo que estudian los psicólogos sociales.
3. Los conceptos, principios, explicaciones y teorías de la Psicología social son siempre psicológicos, si bien en un sentido especial, ya que se da siempre por sentado que existe una interacción con la actividad social y con los procesos y productos sociales.

2.- PERSPECTIVAS SOBRE LA PSICOLOGÍA SOCIAL: EL INDIVIDUO Y EL GRUPO.

Esta definición de la Psicología social es importante porque delimita su campo como algo distinto de la Psicología individual y de las Ciencias Sociales. Esto lo veremos más claro ubicando su definición en el contexto en el que surgió como ciencia empírica, contexto marcado por una fuerte controversia sobre la “mente social”.

2.1.- ¿Existe una psicología del grupo?

Todos los seres humanos pertenecemos a grupos sociales y vivimos en ellos. De una forma completamente natural, percibimos a los grupos, hablamos de ellos y reaccionamos frente a ellos como si se tratasen de algo unitario.

Sin duda, al hablar de los grupos como si fueran entidades únicas, que muestran pautas sistemáticas y organizadas de conducta en un plano colectivo, y no sólo individual, les atribuimos procesos psicológicos al igual que lo hacemos con los individuos. La pregunta que surge es la siguiente: ¿existe un tipo distintivo o especial de psicología de “grupo” actuando en los eventos colectivos?.

Esta pregunta se la plantearon los primeros teóricos, ya que equivalía a preguntarse si la Psicología social necesitaba desarrollarse como una ciencia distintiva o si se podían resolver sus problemas tan sólo con la ayuda de la Psicología individual y de las Ciencias Sociales. Hubo tres tipos de respuestas: la tesis de la mente grupal, el individualismo y el interaccionismo.

2.2.- La tesis de la mente grupal.

Un grupo de teóricos preexperimentales (LeBON, McDOUGALL y FREUD) defendían que los grupos se caracterizaban realmente por una Psicología distintiva, imposible de reducir a la Psicología del miembro individual, pero igualmente real. Postulaban que, en los contextos grupales o colectivos, los individuos eran poseídos por una mente de grupo que transformaba de forma cualitativa su psicología y su conducta.

* LeBON (1896).

Se manifestó asombrado por la falta de continuidad que, a su juicio, existía entre la conducta de los ciudadanos pacíficos cuando actuaban en aislamiento y la conducta de esos mismos ciudadanos cuando actuaban como miembros de una muchedumbre revolucionaria. Y puso como ejemplo a las muchedumbres revolucionarias francesas del siglo XIX.

Manténía que el individuo civilizado, moral y racional, se convertía en un ser primitivo, amoral, violento y destructivo en la muchedumbre. Su explicación era que los individuos de una muchedumbre daban lugar a la aparición de una mente colectiva. La “mente grupal o colectiva” era diferente de la mente normal del individuo. Reflejaba las cualidades fundamentales, compartidas e inconscientes de la “raza”. En una muchedumbre, la personalidad consciente se pierde y el inconsciente racial prevalece. Es una vuelta al primitivismo y a la barbarie.

Propuso algunos mecanismos psicológicos para explicar la emergencia de la unidad psicológica de los miembros:

1. La “desindividuación”: proceso por el que el individuo pierde su yo individual en la muchedumbre y, con ello, el sentido de responsabilidad personal por sus acciones.
2. El “contagio”: proceso por el cual los sentimientos y acciones se extienden en la muchedumbre con ayuda de la imitación mutua. Los miembros de la muchedumbre se parecen más entre sí en cuanto a su conducta y pierden sus diferencias personales.

3. Y la “sugestión o sugestibilidad”: que es la base del contagio y consiste en la disposición de los miembros a influirse mutuamente, sobre la base de una sumisión irracional y emocional a la muchedumbre.

La Psicología moderna rechaza el concepto de una mente grupal en un sentido literal y, desde luego, rechaza las ideas de “mente de raza” o “inconsciente compartido”. Sin embargo, la hipótesis de LeBON acerca de la desindividuación y de la influencia social dentro de la muchedumbre han resultado ser más duraderas:

- De la misma forma que LeBON consideraba la conducta de las muchedumbres como una expresión de fuerzas colectivas que superaban la psicología del individuo, ciertas perspectivas contemporáneas consideran la conducta individual como un reflejo relativamente pasivo de fuerzas históricas y culturales.

- En el extremo, algunos teóricos llegan a afirmar que la psicología individual no es más que una construcción puramente social. Las uniformidades sociales de la conducta individual, las explican atribuyendo influencia causal a alguna entidad directamente colectiva.

2.3.- Individualismo.

F. ALLPORT (1924) dio un segundo tipo de respuesta:

En primer lugar, defendía la aplicación de la teoría conductista del aprendizaje a la explicación de la interacción social.

En segundo lugar, abogaba por el individualismo como solución al problema individuo-grupo. Rechazaba la idea de una mente grupal y la noción de cualquier tipo de realidad grupal. Creía que sólo los individuos eran reales y que los conceptos grupales no pasaban de ser meros resúmenes de las actividades de miembros individuales.

Y, en tercer lugar, no negaba que los individuos pudiesen comportarse de forma diferente en los grupos. Sin embargo, en su opinión, toda conducta es resultado de un aprendizaje de respuestas discriminativas a condiciones estímulares concretas, en función de la experiencia que tiene el organismo de las consecuencias de sus acciones. Si las condiciones estímulares cambian, también lo harán las respuestas individuales. Las otras personas no son más que estímulos sociales ante los que las personas han aprendido a responder, exactamente igual que aprenden a comportarse en ambientes no sociales.

La implicación era clara. La Psicología social no era necesaria como ciencia distinta, puesto que no era más que la aplicación de las leyes conductuales de la Psicología individual a las condiciones estímulares más complejas del ambiente social. Como tal, la “psicología social” no existía: su objeto no era más que un tipo particular de respuestas a un tipo particular de estímulos.

Es importante señalar que, para ALLPORT, los grupos sólo eran agregados de individuos, y que la conducta individual no cambiaba de forma cualitativa en los grupos. Por ello, la perspectiva individualista es reduccionista: defiende que el grupo no es diferente de la suma de sus miembros.

Al final de su vida, ALLPORT (1962) casi llegó a cambiar su opinión. Dejó de mantener diferencias, en la práctica, con los psicólogos sociales. Admitió que existía una pauta social de la interacción social, que mediaba las reacciones individuales y que, sin embargo, no estaba contenida en las personas individuales que interactuaban. Esto es lo mismo que afirmar que existe una propiedad emergente y de un nivel superior en el grupo.

Por otro lado, en aquella década, las ideas de la “Psicología de la Gestalt” se convirtieron en la influencia dominante de la investigación sobre procesos grupales, desplazando al conductismo.

Con todo, la perspectiva individualista sigue siendo una fuerza significativa en la Psicología social contemporánea. Su supuesto es que la Psicología básica del individuo existe y funciona de manera independiente de nuestro ser social, y que, como mucho, aparece simplemente en formas diferentes según las condiciones estímulares sociales.

2.4.- Interaccionismo.

La tercera respuesta se propuso en los años 30 y 40. Quienes la proponían eran teóricos influidos por la Psicología de la Gestalt y que, en consecuencia, adoptaban un punto de vista cognitivo en lugar de conductista. Tres nombres sobresalen en particular: Muzafer SHERIF (1936), Solomon ASCH (1952) y Kurt LEWIN (1952).

La psicología de la Gestalt es una escuela de pensamiento que surgió en Alemania y rechazó la idea de que la conducta esté compuesta por una serie de conexiones elementales estímulo-respuesta. Frente al conductismo, la Gestalt sugería que el mundo percibido está organizado activamente en pautas con sentido, en “todos” o estructuras (las “Gestalten”). Estas estructuras prevalecen sobre las unidades estímulares de que están compuestas en el sentido de que:

1. Las propiedades percibidas de las unidades están determinadas por la pauta o el sistema del que son parte. Como, por ejemplo, cuando el sonido de una nota está influido por la melodía de la que es parte.

2. Las personas reaccionan ante las pautas en las que está organizado el mundo perceptivo, y no ante estímulos elementales aislados.

Aquí había dos ideas que significaban una cierta liberación para la Psicología del grupo:

1. Que el todo es mayor que la suma de sus partes. Es decir, la organización de los elementos en un sistema produce propiedades del sistema de un nivel superior que no se pueden encontrar en los elementos en aislamiento. Esto ofrece una base para una perspectiva no reduccionista de la Psicología grupal, ya que implica que es absolutamente normal y verosímil que la interacción entre individuos en un grupo pueda producir procesos y productos psicológicos diferentes de la Psicología del individuo e irreductibles a ella.

2. Que las reacciones de las personas ante el mundo son una función de cómo perciben, comprenden o interpretan dicho mundo, es decir, del significado que le han dado por medio de procesos de cognición activa, lo que desplaza el énfasis de la teoría del aprendizaje y la conducta, a la cognición. La perspectiva cognitiva en Psicología social, mantiene que la conducta individual es una función de cómo el individuo construye activamente una interpretación o definición con sentido de la situación, y de las representaciones mentales internas que la persona trae a la situación y emplea para darle sentido.

SHERIF, ASCH y LEWIN usaron estas ideas para defender que, aunque los procesos psicológicos residían sólo en los individuos (rechazando así la tesis de la mente grupal), existía una psicología de grupo distintiva: Las mentes individuales resultaban cualitativamente modificadas por medio de la vida del grupo. Por medio de la interacción social, los miembros del grupo creaban productos colectivos como normas sociales, valores y creencias, todos los cuales eran luego internalizados por los individuos, como estructuras y fuerzas sociopsicológicas, en la cognición individual.

Así pues, la Psicología de grupo es una parte de la Psicología del individuo, ya que las mentes individuales no se forman en aislamiento, sino en interacción social. A esta perspectiva general se la describe como “interaccionismo”, ya que asume que la Psicología del grupo está producida por una interacción entre los procesos psicológicos “individuales” y la vida social.

* SHERIF (1936): Estudio sobre las “normas sociales”.

Un ejemplo pionero de investigación interaccionista lo proporciona el estudio de SHERIF sobre cómo se forman las normas en los grupos.

SHERIF define las normas como “costumbres, tradiciones, estándares, reglas, valores, modas y todos los demás criterios de conducta que se estandarizan como consecuencia del contacto de los individuos”. Supone que los juicios implican el establecimiento de comparaciones y, por tanto, se formulan con respecto a un marco de referencia. Este marco puede ser:

- Externo: Basado en algún referente externo. Como, por ejemplo, cuando un elefante es tomado como estándar de comparación con un ratón.
- Interno: Basado en la propia experiencia personal. Como, por ejemplo, cuando se juzga un día como caluroso porque se está acostumbrado a bajas temperaturas y se toma la propia experiencia como marco.

En sus clásicos experimentos ponía a las personas en una situación objetivamente ambigua, donde no existían marcos de referencia:

1. Tenían que estimar el movimiento aparente de un punto de luz en una habitación completamente oscura. La luz estaba en realidad fija. Sin embargo, a causa del “efecto autocinético” (ilusión óptica) parecía desplazarse en cada exposición.

2. Al principio, los sujetos se enfrentaban a la situación por su cuenta y emitían una serie de juicios de recorrido particular de distancias, a medida que la luz se encendía y se apagaba. Con el tiempo, estos juicios se estabilizaban en torno a un valor más frecuente. Estos recorridos variaban de una persona a otra.

3. Cuando dos o tres personas con recorridos ya establecidos se juntaban para emitir juicios en el contexto del grupo, sus respuestas convergían de manera gradual hasta que se establecía un recorrido compartido. Estas normas grupales compartidas variaban para cada grupo, y su desarrollo era todavía más rápido si no se daba a los individuos la oportunidad de desarrollar primero las normas personales.

Los experimentos muestran que “cualidades nuevas y supraindividuales surgen en las situaciones de grupo” pero, al mismo tiempo, son estructuras psicológicas internalizadas, ya que, incluso cuando los miembros individuales vuelven a su aislamiento inicial, siguen teniendo en cuenta en su actuación la norma grupal compartida. No recuperan sus normas previas. El impacto de estas normas grupales, por lo tanto, muestra que existen fuerzas socialmente estructuradas operando en las mentes individuales.

La perspectiva interaccionista trata de comprender cómo la psicología individual produce la vida social a la vez que es transformada por ella, sin negar la realidad, o la influencia causal, ni de la mente ni de la sociedad.

3.- UNA HISTORIA MUY BREVE DEL CAMPO Y DE TÓPICOS DE INVESTIGACIÓN SELECCIONADOS.

La investigación empírica y experimental en Psicología social comenzó a progresar en las décadas de 1920 y 1930. Dos piedras angulares fueron la adopción de:

- La perspectiva cognitiva.
- Y el experimento de laboratorio.

3.1.- La perspectiva cognitiva y la influencia de la Gestalt.

Los psicólogos sociales cognitivos explican la percepción y la conducta como una reacción al significado psicológico de la situación, mediada por el funcionamiento cognitivo del individuo y no por el simple aprendizaje o el instinto.

La psicología moderna ha sido cognitiva, en lugar de conductista, desde los años 60. Sin embargo, la Psicología social ha sido ampliamente cognitiva desde el principio. En la Psicología social, la psicología de la Gestalt fue importante a la hora de contrarrestar la influencia del conductismo.

Teóricos como ASCH, HEIDER, LEWIN y SHERIF tradujeron las ideas de la Gestalt en potentes teorías psicossociológicas:

- ASCH: investigación sobre la “formación de impresiones”.
- HEIDER: investigación sobre el “equilibrio cognitivo” y “psicología ingenua”.
- LEWIN: la “teoría del campo”, que fue especialmente influyente y creó toda una tradición de investigación conocida como “dinámica de grupos”.

* LEWIN: La “teoría del campo” y la tradición de la “dinámica de grupos”.

LEWIN analizó las relaciones intragrupo como un campo social de fuerzas en el “espacio vital” del individuo. Es decir, la totalidad de los acontecimientos psicológicos que afectan al individuo en un momento dado, incluyendo siempre tanto a la persona como al ambiente. Y consideró individuo y grupo como un sistema interdependiente.

Empleó e introdujo en la Psicología social conceptos grupales de “propiedades del todo”, como, por ejemplo, su “grado de cohesividad” (el grado de atracción mutua entre los miembros, la fuerza que mantiene a los miembros unidos en el grupo), “estándares de grupo” (normas sociales), “climas sociales”, “estilos de liderazgo” y “decisiones de grupo”.

Subrayó que, para comprender y cambiar la conducta de los individuos, es preciso considerar a éstos como miembros de un sistema social y a su conducta como determinada o regulada por las propiedades dinámicas de ese sistema. De hecho, con frecuencia resulta más sencillo cambiar a todo el grupo, que la conducta de un individuo aislado del grupo.

Muchas de estas ideas se desarrollaron con posterioridad. Los discípulos de LEWIN continuaron la influencia de la teoría de campo hasta bien entrada la década de los años 50 y 60.

3.2.- El método experimental.

Los estudios de LEWIN y de otros autores ayudaron a crear un estilo especial de experimentación en Psicología social. El experimento (de laboratorio o de campo) es un método especialmente dotado para encontrar y confirmar vínculos causales entre variables en condiciones especificadas de forma estricta. No es un buen método para obtener descripciones naturalistas de la conducta social, ni para descubrir cómo se correlacionan e interactúan en el mundo real variables y procesos, pero es un método excelente de investigación teórica para establecer contrastes entre teorías y para desarrollar las propiedades conceptuales de las teorías. Los experimentos no nos dicen directamente lo que sucede en el mundo real, pero nos ayudan a desarrollar buenas teorías que luego podemos usar para hacer inferencias verosímiles acerca de los sucesos en el mundo real.

LEWIN y otros autores, mostraron que era posible hacer experimentos sobre el complejo tema de estudio de la Psicología social, y nos enseñaron cómo hacerlos. De hecho, los psicólogos sociales se han convertido en expertos en la medición de las actitudes y de otros tipos de diferencias entre personas en percepción y evaluación. La marca distintiva del experimento es el control, la simplificación y la medición exacta, y

los psicólogos sociales han aprendido que el control y la manipulación se han de dirigir a variables que se definen subjetivamente (es decir, desde la perspectiva de las personas cuyas reacciones se están observando) y en función de constructos teóricos que tienen sentido y son relevantes en el marco de un sistema teórico de ideas, aunque se conceptualicen de forma global. Es decir, es perfectamente aceptable manipular un todo complejo de aspectos empíricos interrelacionados como una sola variable, con tal de que se pueda conceptualizar de forma verosímil como una sola propiedad teórica, y exista evidencia de que los sujetos reaccionan ante ella de forma global, como una entidad subjetivamente significativa.

3.3.- La Segunda Guerra Mundial y los años cincuenta.

La Segunda Guerra Mundial fue un hito histórico en el desarrollo de la Psicología social. Por una parte, intelectuales como HEIDER y LEWIN, por ejemplo, habían llegado a Estados Unidos huyendo de Europa. Y, por otra, la guerra planteó elevadas exigencias a la Psicología social al pedirle que estudiase problemas aplicados de relevancia para el esfuerzo bélico.

En consecuencia, los años 40 y 50 presenciaron una gran expansión de la investigación en áreas claves.

* HOVLAND (1953): Estudio sobre persuasión y cambio de actitudes.

HOVLAND, JANIS y KELLEY (1953) abordaron un programa importante sobre persuasión y cambio de actitudes. Estudiaron los aspectos de la fuente (persona que envía el mensaje), del mensaje y del receptor del mensaje, que llevaban a cambios en las creencias privadas del receptor. El trabajo en estos temas ha identificado:

1. Las variables de la fuente que influyen en la persuasión: El prestigio percibido, la credibilidad, la pericia, el atractivo y la capacidad de inspirar confianza del comunicante.

2. Las variables del mensaje: El grado en el que los argumentos presentados se perciben como fuertes o débiles, la discrepancia entre el mensaje y la posición del receptor, las emociones generadas por el mensaje, y el hecho de que se presenten las dos vertientes de un tema o sólo una.

3. Las variables del receptor: Las actitudes ya existentes del receptor, la implicación de su ego y el compromiso con dichas actitudes.

HOVLAND y colaboradores adoptaron un enfoque de “reforzamiento” (es decir, de teoría del aprendizaje) a la persuasión, pero posteriormente se ha empleado toda una gama de nuevas teorías.

* FESTINGER (1950 y 1954) y ASCH (1952): El análisis de la influencia social.

El análisis de la influencia social dio un gran salto adelante con la investigación de ASCH (1952) sobre la conformidad, y las teorías de dinámica de grupos de FESTINGER (1950 y 1954).

En la primera teoría de gran influencia de FESTINGER (1950):

- La conformidad se explicaba como un resultado de las presiones hacia la uniformidad, en grupos orientados a la tarea en los que había comunicación directa entre los miembros.

- La uniformidad servía a funciones de pertenencia grupal, tanto de “contrastación de la realidad social” (la contrastación de la realidad social valida las propias creencias por medio del acuerdo con otras personas) como de “locomoción de grupo” (el consenso se percibía como instrumentalmente necesario para que el grupo alcanzara sus objetivos deseados).

- Estas presiones hacia la uniformidad se incrementaban cuanto más cohesivo era el grupo, cuanto mayores eran los desacuerdos y cuanto más relevantes eran los desacuerdos para los objetivos y valores del grupo. Cuanto mayor es la incertidumbre en un grupo cohesivo, y cuanto mayor es la percepción de que la uniformidad facilita el resultado deseado, mayor es la presión que se ejerce sobre un desviado para que se conforme a la norma grupal. Si ni el desviado ni la mayoría acercan sus posiciones, el resultado probable es la expulsión del desviado del grupo.

En su segunda teoría de gran influencia, FESTINGER (1954) esbozó el “proceso de la comparación social” que se ha convertido en un proceso explicativo central de la Psicología social. Postuló que las personas necesitan evaluar sus capacidades y opiniones y que, cuando esto no se puede hacer a través de medios físicos, objetivos y no sociales, recurrían al establecimiento de comparaciones con otras personas. Su hipótesis básica era que las personas se comparan a sí mismas con otras, para reducir la incertidumbre acerca de la adecuación de su conducta, sentimientos y creencias.

De ambas teorías se seguía que, cuando un grupo social tiene una norma bien establecida que especifica la conducta correcta, tienden a surgir presiones en el grupo para mantener esa norma. La conformidad se define como el movimiento de uno o más desviados hacia la norma grupal (aunque sea equivocada) en función de la presión social de la mayoría.

Los estudios de ASCH (1952) ofrecieron una potente demostración experimental de las presiones para la conformidad: Un único sujeto ingenuo, enfrentado a un grupo de iguales aparentes (pero en realidad colaboradores del experimentador), que emitían juicios unánimemente incorrectos acerca de las longitudes de una serie de líneas, tendía a conformarse una media del 33 por ciento de los ensayos. ASCH pensaba que sus datos proporcionaban evidencia tanto de la independencia como de la conformidad, y en ello llevaba razón. Sin embargo, la mayor parte de la investigación posterior ha prestado mayor atención a la facilidad con la que incluso grupos minimamente cohesivos pueden producir presiones para la uniformidad. La investigación ha confirmado que la conformidad al grupo es más fuerte cuando los miembros del grupo son cohesivos, similares e interdependientes.

Estos resultados han llevado a una distinción entre dos tipos de influencias:

1. La influencia que cambia la actitud privada, pero que puede o no expresarse después en palabras o hechos manifiestos, se denomina “aceptación privada”, y constituye un “proceso cognitivo informativo”.
2. La influencia que cambia la conducta pública o manifiesta, pero que puede o no llevar a un cambio de la actitud privada, se denomina “complacencia pública”, y constituye un “proceso social normativo”.

* SHERIF y colaboradores (1967): Investigación del prejuicio y del conflicto entre miembros de diferentes grupos sociales.

SHERIF y colaboradores (1967) explicaron el prejuicio como una forma de conducta intergrupo y no como una expresión de la personalidad. Demostraron, mediante una serie de experimentos de campo, que los grupos compiten o cooperan entre sí en función de si su relación se caracteriza por un conflicto de intereses o por metas supraordenadas. La competición, a su vez, produce hostilidad, prejuicio y sesgo entre los grupos, estereotipos negativos del exogrupo, etnocentrismo e incremento de la cohesión endogrupal, todos los síntomas estándar del conflicto intergrupalo.

Pero, a finales de los años 60, el estudio del grupo (al menos en Estados Unidos) parecía estar en declive.

3.4.- Disonancia cognitiva, atribución causal y cognición social.

La investigación en percepción social se centra en la manera en que formamos impresiones de personas, las evaluamos, juzgamos, recordamos y explicamos. Una de las tendencias principales de la Psicología social de las décadas posteriores a 1950, fue un movimiento constante hacia los análisis cognitivos de las actitudes y de la percepción social.

A la influencia general de las ideas de la Gestalt sobre la investigación en percepción social, se añadieron otras dos perspectivas cognitivas que procedían de la Psicología general tras la guerra:

- Al final de los años 40, el New Look con BRUNER y colaboradores, hicieron un trabajo espectacular que mostraba el impacto de los factores internos cognitivos y motivacionales sobre la percepción. Este trabajo, al mismo tiempo que contribuyó a acelerar los cambios en la Psicología en su conjunto, tuvo un impacto inmediato y duradero sobre la Psicología social.

- Luego, en los años 60, tuvo lugar en Psicología lo que se ha denominado la “revolución cognitiva”, que se refiere al rechazo del conductismo por parte de los psicólogos que favorecen análisis abiertamente mentalistas, los cuales construyen la actividad cognitiva como “procesamiento de información”. Al final de los años setenta, muchos psicólogos sociales adaptaban directamente ideas, métodos y datos de la psicología cognitiva para explicar la percepción social, dando lugar al nacimiento de un nuevo campo conocido como “cognición social”.

También dentro de la Psicología social tenían lugar desarrollos críticos. En 1957 FESTINGER publicó su libro sobre “disonancia cognitiva”, en el que postulaba que las personas tienen la necesidad de mantener consistencia psicológica entre sus cogniciones (creencias, juicios, etc.). Fue, probablemente, la primera vez en la historia de la Psicología social que una teoría de un único proceso limitado (en contraposición a un marco general) llegó de una manera tan clara a dominar la actividad del campo.

Sin duda, los años 60 fueron un momento crítico. Al principio de la década, la investigación sobre los grupos todavía era próspera, pero a su final estaba en declive y ya no ocupaba el centro de la escena teórica. El éxito de la teoría de la disonancia cognitiva, marcó un cambio de rumbo definitivo hacia el estudio de los procesos individuales (cognitivos y motivacionales).

A finales de los años setenta, la investigación se realizaba en un frente muy amplio, de tal forma que fue relativamente fácil para los investigadores la creación de una nueva área: la cognición social. La cognición social comenzó a emerger como área de investigación a finales de los años 70 y alcanzó su cima en los 80. Se estudia más adelante.

3.5.- La emergencia de Europa.

Los últimos años 60 vieron la emergencia de la Psicología social europea. Hay en la actualidad psicólogos sociales trabajando en todo el mundo, pero Europa sigue siendo la evidencia de que la Psicología social se está convirtiendo en una ciencia plenamente internacional, en lugar de estar dominada por las preocupaciones concretas de una sociedad o de una visión ideológica del mundo específicas.

Una consecuencia de la internacionalización de esta ciencia, ha sido una saludable fertilización cruzada de ideas y datos. Existen fundadas esperanzas de que una ciencia más rica surgirá de la multiplicación de sus fuentes intelectuales.

TEMA 2: DEFINICIÓN DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.

La definición de la Psicología social de este temario es la que ofrece J. C. TURNER en el capítulo introductorio. En este segundo capítulo se explicitan algunos de sus aspectos, se extraen una serie de implicaciones de interés, y se introducen nuevas nociones que servirán como puntos de referencia en el resto de los capítulos.

1.- LA NECESIDAD DE LA EXPLICACIÓN PSICOSOCIAL.

Son varios los autores que atribuyen la aparición, desarrollo y consolidación de la Psicología social, como disciplina científica, a la demanda de explicación de los conflictos sociales. De la lectura de la evolución de la Psicología social, parece bastante claro que surge en contextos de gran conflictividad social, en el seno de sociedades que habían alcanzado niveles de complejidad desconocidos hasta ese momento (de manera singular en Estados Unidos).

Inicialmente, los contenidos estudiados coinciden de manera muy estrecha con las preocupaciones sociales del momento. Su desarrollo posterior siguió marcado por las tensiones que se experimentaron en cada período. La gran expansión de la disciplina a partir de los años 50, coincide igualmente con un aumento de la conflictividad en todo el mundo. Ello explicaría la pérdida paulatina de su carácter predominantemente estadounidense.

Todas estas cuestiones, planteadas por la conflictividad en ascenso, tienen un elemento de novedad: su explicación está fuera del alcance de las disciplinas tradicionales. La Psicología social aparece como un intento de comprensión de la gran diversidad social existente y de sus consecuencias para la sociedad.

2.- UNIDAD Y DIVERSIDAD DEL OBJETO DE ANÁLISIS.

La definición de TURNER, según la cual la Psicología social es “la ciencia de los aspectos sociales de la vida mental”, sirve para dotar de unidad a la disciplina. Sin embargo, una ojeada a los títulos de los capítulos siguientes, sugiere más bien una gran diversidad de contenidos. Se impone, por tanto, la pregunta acerca de cómo conciliar la unidad implicada por la definición, con la diversidad de contenidos estudiados por los psicólogos sociales.

A continuación se presentan dos intentos de respuesta:

- El enfoque “clásico”.
- Y el enfoque de los “dominios de análisis”.

2.1.- TESSER (1995): El enfoque clásico.

El enfoque clásico, representado por TESSER, es el fruto de una larga tradición en la que se han inspirado manuales de autores como ZAJONC (1967), o SHERIF y SHERIF (1969). En esencia, su estrategia consiste en establecer una serie de niveles o escalones en función de la supuesta complejidad social. Los contenidos psicosociales se ubican, posteriormente, en alguno de esos escalones.

TESSER (1995), a modo de ejemplo, distingue tres escalones que supone que están organizados sobre una dimensión de complejidad social creciente:

1. El intrapersonal, que se aplica a los procesos que tienen lugar dentro del individuo: Cognición social, el yo, la percepción de personas y la atribución de actitudes.

2. El interpersonal, que implica la interacción entre, al menos, dos personas: Atracción, altruismo, agresión e influencia.

Y 3. el colectivo, que se refiere a “entidades” de más de dos personas: Los grupos, las relaciones entre grupos y el prejuicio.

Esta estrategia se basa en la aplicación de la metáfora de los “niveles” de análisis a los contenidos de la Psicología social. Pero la metáfora de los niveles se enfrenta a serias dificultades. La principal es que tiende a suponer, sin proporcionar las pruebas necesarias, que unos niveles son más básicos que otros.

2.2.- SAPSFORD (1998): El enfoque de los dominios de análisis.

SAPSFORD ofrece una alternativa a la noción de nivel: la de dominio, que es ajena a las jerarquías y que designa, en Psicología social, un área o territorio unificado en torno a algún tipo de “conocimiento”. Por ejemplo, el basado en un determinado objeto de análisis, o el que se adquiere a partir de la adopción de una cierta perspectiva.

Dentro de la Psicología social coexisten, según SAPSFORD, cuatro dominios que se relacionan con otros tantos objetos de análisis:

1. El “societal”: las sociedades o instituciones sociales.
2. El del “grupo”.
3. El “interpersonal”: las relaciones interpersonales.

4. Y el “intrapersonal”: lo que este autor denomina “elementos constitutivos” de las personas.

Pero si dentro de la Psicología social existen varios dominios diferentes, tendrá que haber entre ellos alguna relación. Las posibilidades son tres:

- a. Jerarquización, que queda descartada de entrada, ya que convertiría a los dominios en algo similar a los niveles.
- b. Compartimentalización, que tampoco es aceptable porque renuncia al carácter unitario de la Psicología social.
- c. Complementariedad, que es la relación correcta porque reconoce que todos los dominios son importantes para la Psicología social.

Tres ejemplos de la relación de complementariedad de dominios, son:

Primero: Cuando se afirma que son las personas más agresivas las que consiguen el liderazgo al integrarse en grupos, se establece una relación entre los dominios grupal e intrapersonal.

Segundo: Cuando dos personas que mantienen una relación duradera advierten que, de repente, ésta se deteriora hasta desaparecer, debido a que una de ellas ha pasado a formar parte de un grupo, es producto de la complementariedad de los dominios interpersonal y grupal.

Y tercero: La afirmación: “la forma en que las madres educan a sus hijos, influye en la probabilidad de que éstos adquieran un mayor grado de autocontrol y disciplina interna”, establece complementariedad entre los dominios intrapersonal e interpersonal. Es la misma complementariedad que cuando se afirma que el trato dispensado en la consulta por el médico al paciente, determina el cumplimiento terapéutico de éste.

* El dominio societal.

La utilización del término “societal” en el contexto de la Psicología social se remonta a HIMMELWEIT, para quien es necesaria una psicología que preste la atención que se merece al estudio del ambiente, de su cultura y de sus instituciones.

SAPSFORD, por su parte, considera que el dominio societal comprende las “relaciones sociales”, cuando por tales se entiende, no las relaciones entre personas individuales, sino entre clases y grupos sociales considerados en su totalidad. Así, entraría dentro del dominio societal, el que diferentes períodos históricos favorezcan la aparición de pautas valorativas diferentes en la sociedad. Por ejemplo, períodos de

postguerra, en los que predomina la escasez, influyen en la aparición de valores economicistas.

Las “relaciones sociales” que tienen como protagonistas a clases y grupos sociales considerados en su totalidad, son el núcleo del dominio societal. Aquí ocupan un lugar de privilegio, las que están fundadas en relaciones de poder preexistentes, ancladas en las estructuras sociales y en el sistema económico que imperan en la sociedad. La explicación de corte societal parte del siguiente supuesto: la sociedad es preexistente, es ella la que constituye a los individuos y no al revés.

Dentro del dominio societal, se ubican los procesos colectivos con estas dos características fundamentales:

1. Son externos a las personas individuales.
2. Se apoyan en interacciones, instituciones y representaciones compartidas socialmente.

Los fenómenos colectivos caen también dentro del dominio societal. Así, el rumor, uno de los procesos colectivos más característicos, por una parte es externo a las personas individuales que lo transmiten y, por otra, está basado en interacciones, instituciones y representaciones compartidas socialmente. Todo lo anterior determina que la difusión del rumor, dentro de una determinada sociedad, siga las estructuras sociales existentes.

El análisis que realiza HOUSE (1995) del dominio societal, comienza por trazar una distinción nítida entre la cultura y la estructura social:

- La cultura está compuesta por un conjunto de creencias que comparten las personas de una sociedad concreta. Por ejemplo, cuando se afirma que el altruismo de una persona tiene su origen en los valores en los que se ha socializado, se está recurriendo a una explicación netamente cultural.
- La estructura social consta de ciertas pautas persistentes de conducta que se establecen entre las personas (o las posiciones sociales) en una sociedad determinada.

En las mismas coordenadas se mueve MILLER-LOESSI (1995), de cuyo trabajo vale la pena retener esta fórmula: “Cultura es aquello que los miembros de un sistema social creen colectivamente; mientras que estructura social es aquello que los miembros de un sistema social hacen colectivamente”.

En la realidad, la cultura y la estructura social van siempre íntimamente unidas. De hecho:

- La cultura influye en la estructura social. Fruto de esta influencia ha sido el mayor desarrollo económico general de los países anglosajones, debido a que predominan en ellos los valores de la llamada Ética Protestante.
- Y la estructura social influye en la cultura. Como demuestra el hecho de que las personas que realizan actividades muy similares en culturas diferentes, presentan pautas de comportamiento social también muy parecidas. Por ejemplo, los ejecutivos de alto nivel.

La distinción mencionada es por tanto analítica, ya que sirve de base a la existencia de dos explicaciones “societales” diferentes:

- La de corte estructural, que recurre a las características de la situación y es contemporánea a la conducta que trata de explicar.
- Y la de corte cultural, que tiende a atribuir la persistencia de la conducta a la operación de valores y creencias compartidas.

Puede aclarar el punto anterior el estudio del prejuicio de PETTIGREW (1958), que para explicarlo dispone de dos opciones:

1. Buscar las raíces del prejuicio en las leyes vigentes que regulan la conducta de las personas en esa sociedad (explicación de corte estructural). Elegir esta opción equivale a pronosticar que un cambio de las leyes cambiará también la intensidad del prejuicio, sus formas de manifestarse y el resto de aspectos que lo caracterizan.

2. Localizar el prejuicio en las creencias y valores que mantienen los miembros de esa sociedad (explicación de corte cultural). Elegir esta opción equivale a pronosticar que no se producirán cambios significativos en el prejuicio si antes no se modifican las creencias y valores que lo sustentan.

El dominio societal sugiere la conveniencia de contraponer los indicadores macrosociales objetivos a los subjetivos:

- Ejemplos de indicadores macrosociales objetivos son la tasa de paro de un país o el número de manifestaciones de protesta. Para obtenerlos, se utilizan datos de archivo o se recurre a documentos oficiales.

- Ejemplos de indicadores macrosociales subjetivos serían, en cambio, las medidas de tendencia central que, por algún motivo, pueden ser consideradas representativas de un país. Se obtienen habitualmente por medio de entrevistas.

* El dominio del grupo.

Gran parte de la conducta socialmente relevante, tiene lugar en contextos de grupo y se denomina “interacción grupal”. A través de ella, los miembros del grupo establecen vinculaciones mutuas entre sí y con el grupo en su conjunto. Por tanto, en el dominio del grupo, el foco de análisis no está en lo que cada participante hace o siente, sino en los “constructos grupales” que surgen de la interacción entre ellos y que sólo se pueden dar cuando existe el grupo.

Los “constructos grupales” son esos fenómenos grupales que sólo se pueden dar en el grupo, como, por ejemplo: la pauta de comunicación vertical ascendente que se da en las organizaciones, o la necesidad de elegir un líder dentro de un grupo que realiza actividades conjuntas. Todos ellos suponen una orientación mutua de sus componentes, es decir, la existencia previa de significados compartidos que han ido surgiendo a través de la interacción. Son ellos los que justifican la necesidad de estudiar los grupos como un dominio peculiar.

Por último, la “interacción grupal”, según COOK (1995), obedece a que, aunque existen muchos tipos de grupos diferentes, hay algo común a todos ellos: los miembros están unidos entre sí, y con el grupo en su conjunto, porque comparten un interés básico por la pertenencia grupal. Así se genera, según COOK, la interdependencia dentro del grupo que, a su vez, impulsa la actividad grupal coordinada.

* El dominio interpersonal.

La presencia de dos o más personas, es la condición previa para poder aceptar que un determinado proceso pertenece a este dominio. Sin embargo, lo verdaderamente crucial es que se considere a cada una de las personas participantes como un todo. Es decir, cuando se analiza la interacción que da lugar a las relaciones interpersonales, el foco ha de estar en el análisis de las personas individuales, y no en el de su pertenencia a un grupo o su posición en un orden social. Como ejemplo del dominio interpersonal, se puede tomar la relación de amistad entre dos personas.

* El dominio intrapersonal.

TESSER (1995) reconoce que, en la actualidad, el objetivo prioritario de investigación es la misma teoría psicosocial llamada “cognición social”. El interés de los psicólogos sociales por la cognición se debe a dos razones fundamentales:

1. Son estímulos sociales los que desencadenan la operación de los mecanismos cognitivos.

2. El contenido de la cognición es social.

En cualquier caso, la cognición se refiere al estudio de cómo opera la mente humana, y es un ejemplo prototípico del dominio intrapersonal, que engloba las estructuras supuestamente internas de la persona individual, así como los procesos que ocurren dentro de ella. Otros ejemplos del dominio intrapersonal son: el estilo atributivo y la hipótesis de la frustración-agresión.

Junto a la cognición social, ha ido adquiriendo importancia el estudio del conocimiento acerca de uno mismo (el yo) y de los demás (percepción de personas, atribución), mientras que el estudio de la actitud, que ha sido siempre central en la disciplina, sigue tan vigente como siempre. La visión estándar de las actitudes es intrapersonal.

3.- PSICOLOGÍA SOCIAL Y PROCESOS COLECTIVOS.

No prestar la atención debida a los procesos colectivos, puede desembocar en el error conocido como “falacia ecológica”. Por ejemplo, creer que todos los daneses son más individualistas que los guatemaltecos, porque los dos países difieren enormemente entre sí en el valor de “individualismo”.

La primera consecuencia a extraer de la “falacia ecológica”, es la necesidad de aceptar sin reservas mentales la entidad del dominio “societal” y de los procesos que se integran en él: la memoria colectiva, el clima emocional, el clima organizacional, y los valores y sistemas culturales.

La segunda consecuencia, es la complementariedad que debe presidir la relación entre dominios, idea respaldada por numerosas pruebas empíricas. Así, son las personas con creencias compartidas de carácter estigmatizante sobre el SIDA, las que muestran mayor grado de acuerdo con informaciones incorrectas sobre su transmisión. En este caso, se constata que diferencias en ciertos indicadores macropsicológicos hallan su paralelismo en procesos individuales.

MILLER-LOESSI (1995) reconoce que, tradicionalmente, la Psicología social ha intentado establecer relaciones de carácter general entre procesos, y ha pasado por alto las relaciones circunscritas a contextos específicos. Sin embargo, en los últimos años ha comenzado a mostrar interés por la distinción “émico-ético”:

- Lo “émico” se refiere al examen y análisis de los procesos desde dentro, y atendiendo exclusivamente a una cultura.

- Lo “ético”, por el contrario, consiste en el examen realizado más bien desde una posición externa. Se basa en la suposición de que resulta posible, e incluso sencillo, establecer comparaciones entre culturas.

La distinción émico-ético fue propuesta por BERRY (1969). Según este autor, muchos investigadores se han esforzado por reproducir, en su propio contexto, resultados de estudios realizados en otros países, importando las técnicas y medidas de los estudios originales. BERRY designa esta estrategia como “ética impuesta”, ya que adopta el supuesto no comprobado de que las técnicas y medidas importadas siguen siendo válidas en el nuevo contexto. Probablemente, este supuesto no se cumple en muchos casos. BERRY, reconociendo el interés de llegar a resultados “éticamente” válidos, sugiere una estrategia diferente, la “ética derivada”, consistente en realizar inicialmente estudios “émicos” paralelos en una serie de culturas nacionales. Las eventuales convergencias entre los resultados de cada cultura, permitirán albergar cierta confianza en la identificación de procesos equivalentes en las culturas estudiadas.

4.- NATURALEZA DE LA EXPLICACIÓN PSICOSOCIAL.

A continuación, presentaremos el análisis detallado de una explicación psicosocial paradigmática, donde veremos cómo se combinan los diversos dominios en la explicación psicosocial.

Los sucesos objeto de análisis se conocen como la “batalla de Westminster”. Tuvieron lugar en Londres el 24 de noviembre de 1988, en el contexto de una manifestación de 16.000 estudiantes de universidad que habían acudido a la capital desde todos los distritos universitarios de Inglaterra. El objetivo era realizar una concentración ante el Parlamento para protestar contra unas medidas recientemente adoptadas por el gobierno en relación con la política de concesión de becas. Pero lo que empezó siendo una manifestación pacífica, se acabó convirtiendo en una violenta confrontación entre los estudiantes y la policía.

REICHER (1996), autor muy interesado por los fenómenos colectivos, puso un empeño especial en la reconstrucción fidedigna de lo que había sucedido. Combinando todas las informaciones procedentes de una amplia variedad de fuentes, consiguió generar un repertorio básico de puntos sobre los que existía consenso entre todos los participantes.

Su explicación contradice la difundida por los medios de comunicación el día posterior a los sucesos, que de forma casi unánime recurría a la teoría de la masa irracional que sigue ciegamente a un líder.

He aquí la secuencia de los hechos tal como fue reconstruida por REICHER:

1. El 9 de noviembre, los estudiantes habían decidido concentrarse ante el Parlamento para solicitar a sus representantes el voto en contra de la nueva política de becas.

2. La manifestación comenzó normalmente, si bien, de forma inesperada según REICHER, una parte de ella se desvió de la ruta marcada y llegó a la entrada del puente de Westminster. Simultáneamente, y tras romper un pequeño cordón policial, un grupo reducido de manifestantes (otro) alcanzó esa misma entrada.

3. Algunos organizadores intentaron alejar a estos manifestantes del puente, pero sin éxito al encontrar la salida bloqueada por la policía.

4. Dado que la ley inglesa prohíbe realizar manifestaciones en una milla a la redonda del Parlamento coincidiendo con la celebración de sesiones, para la policía esta concentración era un quebrantamiento de la ley. El punto de vista de los estudiantes era exactamente el opuesto, ya que consideraban un derecho democrático básico la presentación de su solicitud a sus diputados. En este contexto se generó la pauta de acción-reacción que desembocó en la violencia abierta.

REICHER llama la atención sobre el hecho de que los medios de comunicación se refieren siempre a los manifestantes como una masa compacta y homogénea, cuando lo cierto es que, cuando se inició la manifestación, no existía nada parecido a una masa homogénea, sino una división entre estudiantes y militantes. Estos últimos eran vistos por los estudiantes como no representativos de ellos y como manipuladores. Son los acontecimientos del puente los que producen el cambio de las categorías:

5. Las cargas policiales modificaron las opiniones de los manifestantes no politizados sobre la policía, que ahora ya no es percibida como neutral, sino como “brazo represivo” del gobierno.

6. La diversidad inicial de los manifestantes, encuadrados en grupos diferentes, cede el paso a la homogeneidad y la unión. Y la disposición a apoyar a los otros manifestantes en el conflicto contra la policía se convierte en criterio de pertenencia a la masa (aparece el carácter grupal).

Según REICHER, un conflicto como el descrito sólo puede ocurrir si existen ciertas creencias previas (aparece el carácter cultural):

En primer lugar, los participantes en el conflicto (en este caso, los manifestantes) han de creer en la legitimidad de la violencia cuando no se respetan los derechos que se consideran justos.

En segundo lugar, es preciso creer en la eficacia del recurso a la violencia.

Por todo ello, el conflicto que describe REICHER es de carácter grupal y societal (dado el carácter cultural del mismo).

Estos sucesos muestran, según REICHER, que el contexto no es siempre una realidad externa. Así, las categorizaciones empleadas por la policía (“estos manifestantes pretenden interrumpir la sesión parlamentaria y provocar alteraciones de orden público”) crean un contexto peculiar en que los estudiantes se categorizan a sí mismos como endogrupo y deciden actuar contra la policía de manera violenta. En función de las relaciones intergrupales, por tanto, la categorización se convierte constantemente en contexto y viceversa.

TEMA 3: LA EVOLUCIÓN DE LA CONDUCTA SOCIAL.

1.- INTRODUCCIÓN.

En este capítulo se aborda la existencia de una base biológica subyacente en los procesos psicosociales. Nuestros mecanismos psicológicos y nuestras tendencias conductuales son el producto de miles de años de evolución de nuestra especie, al igual que nuestros rasgos morfológicos. Esos mecanismos y tendencias innatos que poseemos, sin embargo, no determinan por sí solos nuestra conducta, sino que dependen de las características del medio social y cultural, que los activará en unos casos y los inhibirá en otros.

Comienza exponiendo la reacción negativa de los científicos sociales ante la idea de que la conducta social humana tenga una base biológica y de que pueda ser estudiada desde una perspectiva evolucionista, señalando las razones que justifican ese rechazo. El resto del capítulo se articula en torno a esas razones, utilizando el trabajo realizado por los científicos evolucionistas como evidencia de nuestras raíces biológicas. La conclusión final es que el enfoque evolucionista y el de la Psicología social no son incompatibles, sino que ambos se complementan para llegar a entender mejor el comportamiento humano.

2.- RELEVANCIA DE LOS PLANTEAMIENTOS BIOLÓGICOS PARA LA PSICOLOGÍA SOCIAL.

Pocos científicos hoy día rechazarían la afirmación de que la conducta humana tiene una base biológica. Ahora bien, cuando se trata de comportamientos o fenómenos encuadrables en el ámbito cognitivo, social o cultural, la reacción es muy distinta. En estos terrenos se considera que el ser humano está muy por encima de la biología, y todo intento de apelar a argumentos biológicos recibe automáticamente, como si de un reflejo más se tratara, las etiquetas de “reduccionismo” y “determinismo”.

Entre las razones más frecuentemente mencionadas para rechazar los planteamientos biológicos o evolucionistas en la explicación de la conducta social humana, podemos citar las siguientes:

- Dichos planteamientos se consideran “reduccionistas”, en el sentido de que intentan explicar la conducta humana compleja reduciéndola a los efectos de los genes y su recombinación.

- Las explicaciones biológicas o evolucionistas, al apelar a la influencia de los genes en la conducta, pecan de “determinismo genético”, considerando que lo que está escrito en los genes es inevitable y menospreciando la influencia del ambiente.

- La cultura es más importante y está muy por encima de los mecanismos psicológicos simples a la hora de explicar la conducta social humana, por lo que, aún cuando se pudiera dar una explicación biológica de esos mecanismos psicológicos, el papel de la cultura sería mucho más determinante.

- Muchos psicólogos sociales afirman que sus explicaciones y las de los científicos evolucionistas están a distintos niveles, y por tanto son incompatibles o irrelevantes entre sí.

- Algunos más tolerantes, aceptan que los principios evolucionistas pueden ser relevantes o aplicables a ciertos fenómenos estudiados por la Psicología social, pero sólo a unos pocos de carácter muy básico, como la agresión o la conducta sexual, y nunca a otros más complejos como los procesos grupales o la cognición social.

- Por último, se critica a los modelos evolucionistas que sus explicaciones son de sentido común, que carecen de poder predictivo, y que no pueden comprobarse científicamente.

3.- LA EXPLICACIÓN BIOLÓGICA DE LA CONDUCTA SOCIAL.

Abordar el estudio de la conducta desde un punto de vista biológico no supone considerarla determinada de forma fija e inmediata por los genes, una cosa son las tendencias o predisposiciones con las que nacemos, y otra la forma concreta que esas tendencias adoptan en interacción con las variables del medio en que cada individuo se desarrolla. Por ello, no tiene mucho sentido hablar aquí de reduccionismo ni de determinismo.

La explicación biológica de la conducta se caracteriza por su énfasis en la interacción entre el origen evolutivo y el contexto ontogenético para entender la conducta. De hecho, en la explicación evolucionista de la conducta el papel del contexto es crucial. La importancia del contexto a la hora de explicar la conducta es una premisa que comparten la etología, la psicología evolucionista y la psicología social. Pero, atención, son varios los contextos que se incluyen dentro de la explicación biológica de la conducta:

- El “contexto inmediato”: características de la situación concreta que ponen en marcha determinados mecanismos y activan determinadas conductas.

- El “contexto evolutivo”: los miles de años en que nuestros ancestros se han enfrentado a diversas presiones selectivas, generación tras generación. Es considerado por los científicos evolucionistas (especialmente los etólogos y los psicólogos evolucionistas) como indispensable para entender la conducta.

- El “contexto ontogenético”: constituido por las experiencias que cada individuo ha tenido a lo largo de su desarrollo, y que influyen en la forma y el momento en que se activan los mecanismos seleccionados durante la historia evolutiva de la especie. Aquí estaría incluida la transmisión de normas sociales y culturales que tiene lugar en el proceso de socialización.

Por tanto, desde un punto de vista evolucionista, la conducta es producto de la interacción entre los mecanismos psicológicos evolucionados a lo largo de nuestra historia filogenética y las variables contextuales.

3.1.- La teoría de la evolución por selección natural y sus desarrollos posteriores.

Existen actualmente tres disciplinas que se ocupan del estudio biológico de la conducta. Por orden cronológico de aparición, son: la etología, la sociobiología y la psicología evolucionista.

La Etología.

Aunque en un principio se centraba casi exclusivamente en los mecanismos fisiológicos subyacentes en la conducta (la “etología clásica” de LORENZ y TINBERGEN), actualmente se ocupa sobre todo de las relaciones entre individuos dentro del grupo, las interacciones entre grupos y el papel que desempeñan los factores ecológicos en la dinámica de las estructuras sociales (es lo que se conoce como “etología social”, CROOK, 1970).

En contra de las otras dos disciplinas, los etólogos no son aficionados a la formulación de teorías aplicables a todos los casos (dada la diversidad de especies) y utilizan la teoría de la evolución como único marco general. En este sentido, consideran que sólo la observación y la descripción cuidadosa de lo observado permitirá su explicación y su posible generalización a otras especies.

Comparten con los psicólogos evolucionistas el considerar las características del medio en que vive cada especie, como determinantes de la variedad de estructuras corporales y mecanismos conductuales existentes (ya que éstos han sido favorecidos por la selección natural), así como el interés por explicar los fenómenos teniendo en cuenta distintos niveles causales. Estos niveles son: la evolución filogenética, el desarrollo ontogenético, las causas inmediatas y la función adaptativa.

La Sociobiología.

Es el estudio biológico de la sociedad (WILSON, 1975). Es decir, intenta explicar los fenómenos presentes en las sociedades animales a partir de la teoría de la evolución por selección natural (en su versión moderna basada en la “aptitud inclusiva”), y de las demás teorías de alcance medio que fueron formuladas para ampliar las ideas de DARWIN (“inversión parental”, “altruismo recíproco”).

Aunque surgió de la Etología, sus planteamientos se han apartado considerablemente de su disciplina de origen. Los sociobiólogos hacen hincapié casi exclusivo en que las tendencias y las conductas que posee el ser humano en la actualidad, tienen como causa el haber servido para el éxito reproductivo de nuestros ancestros y como fin último aumentar al máximo nuestra propia aptitud inclusiva. En este sentido, todos los rasgos que poseemos son adaptativos.

Frente al hincapié de los etólogos y los psicólogos evolucionistas en la interacción entre el organismo y su ambiente, la Sociobiología se centra más en el hecho de la transmisión de los genes a la siguiente generación, y da menos importancia a las presiones ambientales que pudieron interactuar con el genotipo a lo largo de la evolución. Tampoco se caracteriza por el énfasis en el apoyo empírico de sus afirmaciones, como ocurre con las otras dos disciplinas, sino más bien por lo polémicas y desafiantes que resultan sus inferencias para los científicos sociales.

La Psicología evolucionista.

Es una disciplina de muy reciente aparición (BARKOW y otros, 1992). Puede considerarse un híbrido de las dos anteriores. Le interesan, por un lado, las presiones que existían en ambientes sociales ancestrales y los mecanismos psicológicos que evolucionaron para hacer frente a esas presiones, y, por otro, la forma en que esos mecanismos evolucionados funcionan en los ambientes contemporáneos.

Característica de este enfoque es la idea de que hay distintos tipos de pensamientos, o de mecanismos de aprendizajes, que han evolucionado para hacer frente a distintas situaciones sociales y ambientales con las que se encontraron nuestros ancestros. No se trata de instrucciones genéticamente programadas sobre la conducta, sino de mecanismos mentales que nos permiten hacer inferencias, juicios y elecciones apropiadas para cada situación. Por lo tanto, lo que se hereda según los psicólogos evolucionistas son los mecanismos psicológicos y las tendencias conductuales.

Se diferencia de la Sociobiología en que utiliza los principios evolucionistas para relacionar la función original de la conducta (causas últimas) con los mecanismos psicológicos actuales (causas inmediatas), sin pretender que todos los rasgos que poseemos sean adaptativos por el hecho de que lo fueran en ambientes ancestrales. Además, dedica mucha más atención a la cuestión de la flexibilidad de respuesta de tales mecanismos. En lugar de proponer un mecanismo general cuyo fin es aumentar al máximo nuestra aptitud inclusiva, como hacen los sociobiólogos, defienden la existencia de múltiples mecanismos diseñados a lo largo de la evolución para resolver problemas específicos, y sostienen que el éxito reproductivo o la aptitud inclusiva es la causa de que poseamos esos mecanismos, no su finalidad. De hecho, los psicólogos evolucionistas acusan a los sociobiólogos de confundir la causa de la conducta con su finalidad, cayendo en un razonamiento circular que llaman la “falacia sociobiológica”.

Aparte de las diferencias que las hacen independientes entre sí, las tres disciplinas comparten una importante característica común: toman como marco de referencia la teoría de la evolución por selección natural. Esta teoría, que fue formulada por DARWIN a mediados del siglo pasado y que posteriormente ha sido ampliada para dar cuenta de fenómenos que quedaban sin explicación, lejos de haberse quedado obsoleta como algunos opinan, constituye el marco de referencia de la explicación científica en Biología, razón por la cual se habla de explicación “biológica”.

Lo que sostiene DARWIN (1859) es que aquellos miembros de la especie que posean las características o tendencias que les permitan adaptarse a su medio, sobrevivirán y tendrán más probabilidades de reproducirse y transmitir sus rasgos adaptativos a sus hijos a través de la información genética; mientras que, por el contrario, los individuos que no sean capaces de adaptarse al medio, especialmente cuando se producen cambios drásticos en él, probablemente morirán sin dejar descendencia, por lo que sus rasgos no adaptativos no tendrán continuidad en la especie.

* La aptitud inclusiva (HAMILTON, 1964).

DARWIN se ocupó fundamentalmente de la evolución de los rasgos físicos, y no tanto de la conducta. Por ello ha sido necesario ampliar su teoría para poder explicar algunos fenómenos que contradecían sus planteamientos.

Uno de esos fenómenos, probablemente el más claro, es la conducta altruista. ¿Cómo pueden propagarse los genes que favorecen la conducta altruista si los portadores de dichos genes mueren sin reproducirse?. Fue HAMILTON (1964) quien encontró la solución a este dilema, estudiando la conducta de las abejas:

- Un individuo X puede realizar un acto altruista si dicho acto ayuda a otro miembro de su familia, puesto que ese miembro comparte algunos genes con X. Al ayudar a un pariente a sobrevivir y reproducirse, X está ayudando también a que sus propios genes (los que comparte con el otro) pasen a la siguiente generación, y por tanto también la tendencia al altruismo, incluso aunque el acto altruista suponga la muerte sin descendencia del autor.

- Por supuesto, cuanto mayor sea el grado de parentesco con un miembro del grupo, es decir, cuanto mayor sea la proporción de genes que se comparten, mayor será la tendencia a comportarse de forma altruista con él.

HAMILTON llamó a este mecanismo evolutivo “aptitud inclusiva” o “aptitud ampliada” (“inclusive fitness”) para distinguirlo de la aptitud individual propugnada por DARWIN. Es un concepto clave en la nueva versión de la teoría darwinista y en ella se basa la versión actual de la teoría de la evolución por selección natural. Hace referencia a la capacidad de propagación de los genes de un individuo a la siguiente generación aunque sea de forma indirecta, a través de la reproducción de otro u otros individuos que compartan genes con él.

* El altruismo recíproco (TRIVERS, 1971).

El modelo de HAMILTON ha demostrado ser muy útil para explicar la conducta social animal, y es perfectamente aplicable a nuestra especie. Lo que no explica el enfoque nepotista (de “egoísmo genético”, que dicen los sociobiólogos) de HAMILTON es el altruismo hacia las personas que no comparten ninguno de sus genes con nosotros.

Fue TRIVERS (1971) quien formuló una respuesta a esta nueva incógnita postulando que estaremos dispuestos a ayudar a personas que no sean parientes siempre que exista la posibilidad de que nos devuelvan el favor a nosotros mismos o a alguno de nuestros parientes, lo que denominó “altruismo recíproco”. Este altruismo recíproco (que se da sobre todo en la especie humana aunque también se ha encontrado en otros primates), no es más que otra forma de aumentar nuestra propia aptitud inclusiva.

Lógicamente, junto con la tendencia al altruismo recíproco ha tenido que evolucionar la capacidad para detectar a los “tramposos”, que reciben el favor y no lo devuelven. De lo contrario, este tipo de altruismo no habría podido prosperar.

* La inversión parental (TRIVERS, 1972).

También se debe a TRIVERS otra de las ampliaciones de la teoría darwinista, en este caso a la teoría de la selección sexual (DARWIN, 1871). Se trata de su teoría de la “inversión parental”.

La teoría de la selección sexual de DARWIN se centra en la evolución de los rasgos adaptativos en función de los beneficios reproductivos que suponen a los que poseen esos rasgos. La idea surgió al observar que muchas especies poseían características que no parecían favorecer la supervivencia de los individuos, sino más bien al contrario (la cola del pavo real, la cornamenta de los venados, etc.), y que esas características “desadaptativas” no estaban presentes en todos los miembros de la especie, sino sólo en uno de los sexos. DARWIN propuso dos formas de explicarlo:

- La “competición intrasexual”, en la que los individuos del mismo sexo se enfrentan entre sí para conseguir acceso a los individuos del sexo opuesto y lograr reproducirse.

- Y la “selección intersexual”, es decir, la que realizan los miembros del sexo opuesto. Si existe un consenso entre ellos sobre qué rasgos son deseables en el otro sexo, aquellos que los posean serán elegidos preferentemente y tendrán más probabilidades del reproducirse.

Lo que no explicaba la teoría de la selección sexual de DARWIN es: 1. Qué es lo que determina cuál de los sexos va a competir por el acceso al otro; y 2. Cuál va a ser el sexo que discrimine entre los individuos del opuesto a los que poseen determinadas características y a los que no. Esto es precisamente lo que pretende explicar la teoría de la inversión parental, referida a la diferencia entre los sexos en cuanto al potencial reproductivo que cada uno invierte para tener descendencia. Según TRIVERS:

- El sexo que más invierte en una única fertilización será el que más discriminará a la hora de elegir un compañero sexual, porque las consecuencias de una mala elección serán tanto más graves cuanto mayor sea la inversión.

- Y el sexo que menos invierte será el que muestre una mayor competición intrasexual por el acceso al mayor número posible de miembros del otro sexo.

En nuestra especie, como en la mayoría, la mujer invierte sexualmente mucho más que el hombre. Por eso, la selección habría favorecido a las hembras que mejor discriminan en su elección y a los machos más competitivos y más promiscuos.

3.2.- El estudio de la conducta social desde el marco evolucionista.

Hasta ahora se ha visto cuál es el marco teórico desde el que es posible dar una explicación biológica evolucionista de la conducta social humana. A continuación, se presenta un ejemplo de cómo se aplica realmente la teoría a los procesos psicosociales. Para ello, hemos escogido un trabajo realizado dentro de la Psicología evolucionista.

Los psicólogos evolucionistas se apoyan en la teoría de la selección natural de DARWIN (en su versión de aptitud inclusiva), y en las teorías de rango medio derivadas de ella, para explicar los mecanismos psicológicos subyacentes en la conducta. Una vez observado y descrito un fenómeno determinado, proceden a elaborar hipótesis y predicciones basadas en la teoría. Los métodos empíricos empleados para probar estas hipótesis son los mismos que se utilizan en Psicología social y en otras áreas de la Psicología. Además, recurren a la comparación entre diversas poblaciones y diversas culturas para dar más fuerza a sus resultados (o para invalidarlos).

Un estudio que puede considerarse prototípico de la investigación en Psicología evolucionista es el realizado por BUSS (1990) sobre las diferencias sexuales en los celos. Se trata de un fenómeno presente en prácticamente todas las culturas conocidas, y es una de las principales causas de agresión y de homicidio dentro del matrimonio. Los celos constituyen un fenómeno complejo, con componentes cognitivos, emocionales y motivacionales, que son activados por la amenaza a una relación que mantenemos con otra persona y que consideramos valiosa.

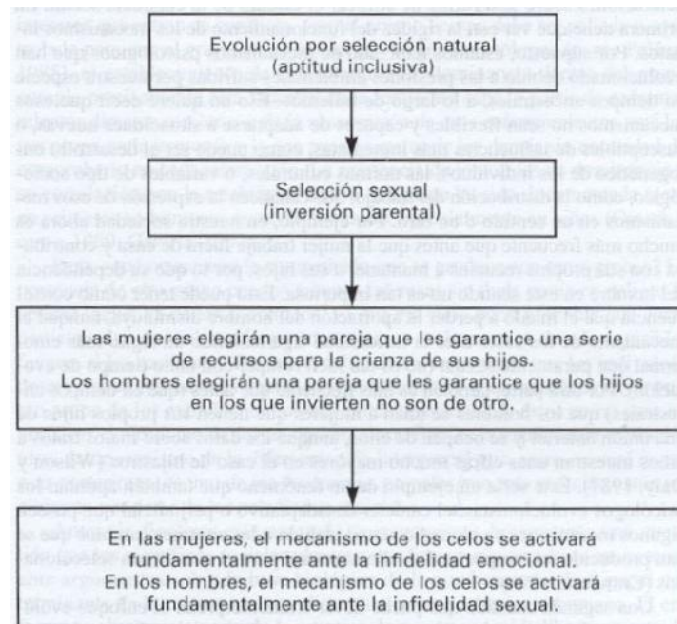
El enfoque evolucionista sugiere que los celos son un mecanismo, seleccionado a lo largo de la historia evolutiva del ser humano, para solucionar los problemas adaptativos que suponía la pérdida de relaciones importantes (pérdida no por muerte del otro sino por abandono). Aquellos individuos que utilizaran este mecanismo y consiguieran tener mayor número de descendientes, lograrían que sus genes se propagaran, mientras que los que no reaccionaran ante la amenaza de pérdida de la pareja sexual tendrían más dificultades para reproducirse.

De acuerdo con la teoría de la selección natural, puesto que tanto los hombres como las mujeres se han visto perjudicados por ese tipo de pérdida, no es lógico predecir que uno de los sexos experimentará más celos que el otro. De hecho, parece tratarse de un mecanismo típico de nuestra especie (aunque no está demostrado que sea exclusivo de ella) que se encuentra tanto en hombres como en mujeres de todo el mundo. Donde sí es predecible que haya diferencias entre los sexos, es en los sucesos que activan el mecanismo de los celos. Esto se debe a que los problemas adaptativos ocasionados por la pérdida de la relación no han sido los mismos para los hombres y para las mujeres. BUSS y colaboradores, en una serie de estudios, confirmaron que:

- En las mujeres, el mecanismo de los celos se activará fundamentalmente ante la infidelidad emocional. Esto es debido al hecho de que, si su pareja copula con otra mujer, no interfiere por ello en su propia reproducción, a menos que la relación de su pareja con esa otra mujer no se limite a la cópula, sino que implique un compromiso emocional más fuerte que le lleve a invertir sus recursos en esa relación, privando a su propia descendencia de los recursos necesarios para su supervivencia.

- En los hombres, el mecanismo de los celos se activará fundamentalmente ante la infidelidad sexual. Esto es debido a que el hombre se enfrenta al problema de la certeza de la paternidad y, por tanto, la principal amenaza consiste en que su pareja copule con otro y tenga hijos de otro. Si esto ocurriera, él estaría invirtiendo sus recursos para sacar adelante a los descendientes de otro hombre en lugar de los suyos.

En la figura siguiente, podemos ver el mecanismo de generación de hipótesis a partir de la teoría general de la evolución. Más concretamente, a partir de la teoría general (evolución por selección natural-aptitud inclusiva), y de una teoría de nivel medio derivada de ella (teoría de la selección sexual-inversión parental), se genera una hipótesis (“cuando los hombres contribuyen con recursos para sacar adelante a la descendencia, las mujeres seleccionarán parejas en parte basándose en la capacidad y la disposición de éstas para aportar recursos, y los hombres seleccionarán parejas que les garanticen que la descendencia en la que invierten no es de otro”), y a partir de ella se formulan predicciones concretas (“en las mujeres ha evolucionado un mecanismo de celos que se activará ante la amenaza de pérdida de una pareja que contribuye con recursos a la supervivencia de sus hijos; por otra parte, en los hombres ha evolucionado un mecanismo de celos que se activará ante la amenaza de que su inversión se desperdicie en los hijos de otro):



La evidencia transcultural muestra que estos resultados no son exclusivos de una población concreta. Por ejemplo, BETZIG (1989), en un estudio de 89 culturas repartidas por todo el mundo, encontró que la causa de divorcio más frecuentemente mencionada por los hombres, pero no por las mujeres, era la infidelidad sexual.

Tres aclaraciones sobre esta forma de enfocar el estudio de la conducta social antes de finalizar el apartado:

1. La rigidez del funcionamiento de los mecanismos innatos no quiere decir que esos mecanismos no sean flexibles y capaces de adaptarse a situaciones nuevas, o susceptibles de influencias más inmediatas, que canalicen la expresión de esos mecanismos en un sentido o en otro. Por ejemplo, ahora es más frecuente que antes que los hombres se unan a mujeres que tiene sus propios hijos de una unión anterior y se ocupen de ellos, aunque los datos sobre malos tratos a niños muestran unas cifras mucho mayores en el caso de hijastros. Este sería un ejemplo de un fenómeno que también apuntan los psicólogos evolucionistas: el carácter desadaptativo o perjudicial que poseen algunos mecanismos en el medio actual, debido a los enormes cambios que se han producido con respecto al medio ancestral para el que fueron seleccionados.

2. El énfasis que el enfoque evolucionista da a las diferencias entre hombres y mujeres se debe a su vinculación directa con la teoría de la selección sexual y la inversión parental. Reconocen que no toda la conducta humana está diferenciada de esta forma, sino sólo la que ha tenido implicaciones para la reproducción durante nuestra historia evolutiva como especie, es decir, aquellos terrenos en los que hombres y mujeres han tenido que hacer frente a problemas adaptativos diferentes.

3. Por último, con respecto a los estudios, lo importante no es tanto que sus resultados sean irrefutables, sino que otros investigadores puedan replicar esos estudios con la misma o distinta metodología y obtener resultados similares u opuestos.

4.- LA BASE BIOLÓGICA DE LA CONDUCTA SOCIAL HUMANA.

La conducta social ha evolucionado igual que las estructuras anatómicas y los sistemas fisiológicos de nuestro cuerpo. Negar esto equivaldría a defender un argumento creacionista, y más plausible resulta la idea de que el ser humano se ha desarrollado como especie en un ambiente social que ya existía en tiempos ancestrales.

Aparte de las ventajas que conlleva vivir en grupo, también implica una serie de exigencias cuyo incumplimiento hará la convivencia inviable. Esas exigencias son las que han impulsado la evolución de estrategias y mecanismos de funcionamiento en un ambiente social. Y, muchas veces, esas exigencias que impone la vida en grupo pueden ir en contra de los intereses de un individuo, como ocurre en el caso de los subordinados que tienen que someterse al miembro dominante, renunciando a veces a recursos tan importantes como un buen lugar para dormir o una pareja con la que procrear.

Por tanto, además de estrategias para adaptarse a la vida en grupo, también tuvieron que desarrollarse mecanismos para permanecer dentro del grupo aún en condiciones de cierta desventaja, ya que ello sería, después de todo, menos desventajoso que vivir en solitario. Dos psicólogos sociales, BAUMEISTER y LEARY (1995), proponen que existe en el ser humano un motivo social, o mecanismo motivacional, que ha evolucionado precisamente porque impulsaba a los individuos a permanecer dentro de un grupo. Lo llaman “necesidad de pertenencia” (“need to belong”), y está presente en nuestro genotipo porque los individuos que mostraban tal motivación y se quedaban dentro del grupo obtenían unas ventajas reproductivas que superaban los costes de la vida grupal.

LEARY apunta también cuál puede ser el origen evolutivo y la función de la búsqueda de autoestima. Propone que la autoestima nos impulsa a disminuir la probabilidad de ser ignorados o rechazados por otras personas y a evitar la exclusión social. Por el mismo razonamiento de antes, los individuos que poseían esta motivación estarían más atentos a las claves situacionales que les indicaran la probabilidad de ser rechazados por el grupo y actuarían para impedir ese rechazo, lo que les reportaría las consiguientes ventajas reproductivas. En apoyo de su argumento evolucionista, cita numerosos estudios que sugieren que la función de la autoestima es más evitar la exclusión que facilitar la inclusión, dado que en ellos se demuestra que:

- Los sucesos que provocan rechazo o exclusión por parte de otros, correlacionan significativamente con el descenso de la autoestima de los sujetos.
- La exclusión efectiva disminuye la autoestima.
- La baja autoestima va unida a una percepción de rechazo por parte de otros.
- Las amenazas a la autoestima provocan conductas de búsqueda de aprobación social.
- El rechazo social disminuye la autoestima más de lo que la aceptación social la aumenta.

Una de las razones por las que la convivencia en un grupo resulta complicada es porque confluyen los intereses de todos los miembros, que muchas veces entran en competencia. Para lidiar con esos problemas, es necesario poseer estrategias que permitan alcanzar lo más posible las propias metas contrarrestando los impedimentos puestos por los demás. Una de esas estrategias es la formación de “alianzas cooperativas”. Estas alianzas pueden basarse en el parentesco (aptitud inclusiva), o en la reciprocidad (altruismo recíproco). La ventaja reproductiva para quienes emplearan esta estrategia en tiempos ancestrales debió de ser grande, ya que les permitiría salir con éxito de enfrentamientos que individualmente no habrían podido superar.

Por otra parte, la formación de alianzas basadas en la reciprocidad, planteaba la necesidad de desarrollar mecanismos que permitieran la detección de posibles tramposos, que recibieran ayuda en un conflicto y luego se negaran a devolverla.

La competición dentro del grupo es, por tanto, lógica, pero al mismo tiempo debe ser paliada o controlada para que el grupo no se desintegre. Según los etólogos, el establecimiento de una jerarquía de dominancia dentro del grupo cumple precisamente esta función: cada individuo sabe, a partir de enfrentamientos directos con otros o de la observación de esos enfrentamientos, qué lugar ocupa en la jerarquía y lo que puede esperar de los demás sin necesidad de comprobarlo en cada interacción. La existencia de jerarquías de dominancia y su correlación con la estabilidad dentro del grupo ha sido documentada tanto en primates no humanos, como en humanos, especialmente en niños.

Pero, ¿qué ocurre con la competición que se produce con otros grupos? Porque, atención, los otros grupos ponen en peligro la aptitud inclusiva de los individuos: comparten los mismos intereses, pero era poco probable que compartieran algo de su dotación genética y que devolvieran posibles favores si los recibieran. Por tanto, debió de ser importante que los individuos desarrollaran mecanismos para distinguir claramente a los miembros de su propio grupo de los extraños, tanto para evitar agresiones de éstos como para no practicar el altruismo de forma desventajosa. Ésta es la explicación evolucionista del mecanismo de la diferenciación intergrupala.

Por último, una cuestión que los científicos sociales plantean con frecuencia es el papel determinante de la cultura en la explicación del comportamiento humano:

- El enfoque evolucionista parte de la premisa de que la capacidad humana para la cultura ha surgido mediante selección natural, debido a los beneficios adaptativos que proporcionó a nuestros ancestros.

- Y, aunque existen diversos modelos dentro de este enfoque, los teóricos evolucionistas coinciden en rechazar los supuestos implícitos en los argumentos de los científicos sociales sobre la cultura, tales como que la cultura tiene el control exclusivo sobre la naturaleza humana y que por sí sola es suficiente para dar cuenta de la conducta de las personas, que no son más que meros receptores pasivos de las influencias culturales.

5.- ARGUMENTOS CONTRA LOS ARGUMENTOS EN CONTRA.

1. Los científicos evolucionistas explican la conducta humana exclusivamente en el plano genético, y la atribuyen a la acción directa de los genes (“reduccionismo biológico”).

- Lo que se hereda no son las conductas, sino las tendencias o los mecanismos que permiten que determinadas conductas sean activadas por variables ambientales.

- En cuanto a la pretensión de que estamos tan por encima de la biología que los genes apenas influyen en nuestra conducta, podríamos mencionar varios ejemplos que sugieren lo contrario, desde los estudios de etólogos sobre pautas de comportamiento típicas de nuestra especie, hasta los estudios de los psicólogos evolucionistas sobre diferencias de sexo en los criterios de selección de pareja.

2. Según la perspectiva evolucionista, la conducta está totalmente determinada por los genes, y no por el ambiente, de manera que es inevitable (“determinismo genético”).

- Los planteamientos evolucionistas sostienen que los mecanismos y tendencias que poseemos han sido seleccionados por su adaptación a los requisitos del medio ancestral, y que sólo se ponen en marcha cuando el contexto los provoca o los facilita. Así es precisamente cómo explican la existencia de diferencias culturales e, incluso, individuales, en determinadas conductas. Existe una interacción mutua entre mente y sociedad.

3. La cultura desempeña un papel mucho más determinante en la conducta social humana, que los mecanismos psicológicos simples que hayamos podido heredar.

- Los científicos evolucionistas no creen en la monocausalidad, sino en la interacción de factores causales. En este sentido, la cultura no actuaría independientemente de la base biológica, sino que potenciaría la expresión de determinados mecanismos heredados (como, por ejemplo, la tendencia al altruismo) y regularía la de otros (como, por ejemplo, las normas más o menos explícitas que castigan a los que no corresponden al altruismo de los demás).

4. Las explicaciones de los psicólogos sociales y las de los biólogos evolucionistas son incompatibles o irrelevantes entre sí.

- La inclusión de este capítulo en un manual de psicología social es una muestra de que no todos los psicólogos sociales tiene una visión tan miope de su disciplina.

5. Como mucho, los principios evolucionistas serían aplicables sólo a aspectos muy básicos de la conducta social humana.

- Esta concesión es extensible a fenómenos tradicionalmente más ligados a una concepción biológica, como son la conducta sexual (no las diferencias sexuales), la agresión, o las emociones. Sin embargo, en el apartado anterior se han presentado algunos estudios sobre cuestiones que los psicólogos sociales considerarían fuera de las competencias de los científicos evolucionistas.

6. Las explicaciones que proponen los modelos evolucionistas son de sentido común, carecen de poder predictivo y no son científicamente contrastables.

- La primera de estas acusaciones es lanzada fundamentalmente por personas que consideran los resultados de los estudios como una perogrullada una vez conocidos, pero que habrían sido incapaces de preverlos antes.

- Un estudio desde la perspectiva evolucionista, empieza por la observación del fenómeno, sigue por la elaboración de hipótesis y predicciones a partir de la teoría, y termina con la realización de la investigación mediante métodos científicos para obtener unos resultados susceptibles de refutación por otros investigadores.

Desde luego, es cierto que la mayoría de estos argumentos tenían cierta carga de razón en otro tiempo, cuando los planteamientos evolucionistas se conocían a través de escritos divulgativos, pero las cosas han cambiado mucho desde entonces, y es importante que esos cambios sean conocidos para evitar prejuicios inútiles.

6.- A MODO DE CONCLUSIÓN.

El enfoque evolucionista de la conducta social, lo que tiene de especial y de interesante es que trata de explicar el porqué de la conducta. Pero no un porqué inmediato, como hacen las teorías psicosociales, sino las causas últimas, la función de la conducta. Por ejemplo, los psicólogos sociales explican muchas veces la conducta de las personas diciendo que hacen lo que hacen porque les resulta reforzante. Pero no explican por qué algunas cosas son más reforzantes que otras. Por eso, el enfoque evolucionista no es incompatible ni irrelevante para la Psicología social, sino complementario e incluso necesario. De hecho, como defienden los psicólogos evolucionistas, la teoría de la evolución puede servir de marco explicativo que englobe otras teorías de alcance medio, como son las teorías en Psicología social. No se trata de que los psicólogos sociales empiecen a explicar la conducta en términos evolucionistas, sino de que sus explicaciones no contradigan la teoría de la evolución.

En este sentido, tener en cuenta la perspectiva evolucionista puede evitar a los psicólogos sociales cometer algunos errores, como el de atribuir un determinado fenómeno a una norma arbitraria de nuestra cultura, cuando ese mismo fenómeno se observa en otras culturas. Pero, ni siquiera en el caso en que se produzcan variaciones de una cultura a otra deben descartarse automáticamente las influencias biológicas. Ya

se ha visto que las tendencias genéticas no son rígidas, de modo que diferentes ambientes activarán diferentes tipos de mecanismos innatos.

Los psicólogos evolucionistas consideran también como un error frecuente en el campo de la Psicología social, el pretender comprender los procesos subyacentes en la cognición social a partir de los procesos que intervienen en la cognición no social. Puesto que la mente humana ha sido diseñada fundamentalmente para la vida social, “en lugar de tratar de recomponer la naturaleza de la mente estudiando la capacidad de la gente para reconocer la letra “a” presentada durante 250 milisegundos, los científicos deberían estudiar la capacidad de las personas para enviar e interpretar señales de amistad, cooperación, agresividad y amor, tal como ocurren a la velocidad natural de la conversación humana” (KENRICK y SIMPSON, 1997).

Si pensamos que muchas de las presiones selectivas que han tenido lugar durante la evolución del ser humano surgieron probablemente de problemas asociados con la vida en grupo, algunos de los mecanismos psicológicos más potentes deberán haber evolucionado para hacer frente a relaciones sociales complejas. La Psicología social posee las herramientas metodológicas para identificar e investigar estos mecanismos, y también para desvelar cómo distintas situaciones activan distintos mecanismos adaptativos. Así, la explicación en términos de causas últimas (origen evolutivo y función adaptativa de los mecanismos psicológicos) se complementa con la explicación de las causas próximas (naturaleza y condiciones de funcionamiento de esos mecanismos).

La conclusión de todo ello es que no sólo no hay incompatibilidad entre el enfoque evolucionista o biológico y el psicosocial, sino que ambos se necesitan mutuamente para llegar a una comprensión más profunda y menos sesgada de la conducta social humana.

TEMA 4: PERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS.

1.- INTRODUCCIÓN.

Este capítulo aborda un proceso sobre el que pivota toda la interacción social. En efecto, sólo una adecuada percepción del medio que nos rodea, tanto físico como social, permite nuestra adaptación a él.

Comienza el tema tratando de mostrar que la percepción del medio es el fundamento de muchos procesos de interés para la Psicología social, como la cognición social, la atribución y la inferencia. La parte central se dedica a las tres líneas de investigación principales:

- Formación de impresiones.
- Teorías implícitas de la personalidad (TIP).
- Factores que influyen en la percepción de personas.

2.- PERCEPCIÓN E INTERACCIÓN.

Imagínate por un momento que te encuentras en una discoteca de moda de tu ciudad un sábado por la noche y que una persona se acerca con el propósito de iniciar una conversación. ¿Cómo reaccionarías?, ¿qué pensarías?, etc. Las respuestas que nos podemos hacer en una situación similar dependerán de una multitud de factores, algunos de los cuales serán tratados en el presente capítulo. El ejemplo permitirá comentar algunos de los principales procesos y fenómenos que constituyen el área de estudio de la “cognición social”.

En primer lugar, nuestra reacción ante quien se acerca dependerá del “reconocimiento de emociones” que realicemos, es decir, del diagnóstico acerca de su estado de ánimo. Este diagnóstico se elabora, fundamentalmente, a partir de la observación de su rostro y de otras señales no verbales. Así, nuestra respuesta variará según estimemos que la persona se encuentra angustiada, feliz, eufórica o triste.

En segundo lugar, nos formaremos “una impresión” sobre ella, una imagen relativamente coherente, para lo cual uniremos los diversos elementos informativos que hemos podido ir recogiendo en esos primeros instantes de interacción: su aspecto físico, vestimenta, forma de hablar, atractivo.

En tercer lugar, realizaremos “atribuciones causales”, esto es, buscaremos alguna causa para explicar la conducta de dicha persona. Y en cualquier caso, nuestros sentimientos, pensamientos y conductas respecto a tal persona estarán mediatizados por el tipo de causa que atribuyamos a su conducta.

Subyacente a los procesos anteriores, porque no es un proceso distinto de ellos, estará la utilización de diversos “esquemas” (conjuntos organizados de conocimientos) que nos ayudarán a procesar rápidamente la información que vamos recibiendo y a tomar una decisión lo más adecuada posible. Así, todos poseemos determinados esquemas acerca de:

- Las situaciones (comportamientos permitidos en situaciones específicas).
- Los esquemas de personas (tanto de personas en general como de quienes pertenecen a diferentes grupos sociales).
- Y de nosotros mismos.

Por último, nuestra reacción en la situación descrita estará mediatizada por los procesos de “inferencia social”, es decir, por la forma según la cual procesamos la información que estamos recibiendo, la almacenamos en nuestra memoria, la ponemos en relación con otra información de la que ya disponíamos, la recuperamos y la aplicamos al caso en cuestión.

Siguiendo con el ejemplo, nuestra respuesta en la situación planteada será correcta o adecuada (y no nos acarreará al menos consecuencias negativas) dependiendo en gran medida de la certeza de nuestra percepción. Uno de los principios constantes en nuestra vida cotidiana es la necesidad de predecir la conducta, sentimientos, pensamientos y reacciones de las demás personas, sobre todo en la medida en que nos afectan.

3.- DESARROLLO HISTÓRICO DE LOS ESTUDIOS SOBRE PERCEPCIÓN DE PERSONAS.

Un simposio celebrado en la Universidad de Harvard en 1957, además de dar lugar a la publicación del libro “Person Perception and Interpersonal Behavior” de TAGIURI y PETRULLO (1958), constituye el punto de inflexión más importante en el desarrollo histórico de los estudios sobre percepción de personas. Sólo a partir de esta fecha, consiguió esta área de investigación y teorización consolidarse como un dominio independiente.

Con anterioridad existían estudios sobre percepción social, pero se limitaban a la consideración de los factores que influían en la exactitud de los juicios sobre los rasgos de personalidad o a la clarificación de las variables relacionadas con la expresión y el reconocimiento de las emociones.

El cambio que se avecinaba comenzó a anunciarse ya en la década anterior. Destacan en este sentido la aportación de ASCH y la corriente denominada “New Look” en percepción:

- ASCH (1946) introdujo un giro radical en el área, al cambiar el foco de interés del estudio de la exactitud en la formación de impresiones, al estudio del proceso a través del cual se forman estas impresiones.

- La corriente “New Look” en percepción social, supuso la introducción de las motivaciones y experiencias de los perceptores en el proceso de percepción del mundo natural.

Un experimento realizado por BRUNER y GOODMAN (1947) ilustra claramente este nuevo enfoque:

1. Un grupo de niños de entre 10 y 11 años, la mitad perteneciente a familias de alto poder adquisitivo y la otra mitad a familias considerablemente más pobres, tenían que ajustar un círculo luminoso variable al tamaño de diversas monedas.

2. La mitad de los sujetos trabajaba con la moneda en la mano y la otra mitad lo hacía de memoria. Los grupos control, en vez de ajustar monedas, ajustaban círculos de cartón de tamaños similares a los de aquéllas.

3. Los resultados indicaron que los tamaños de las monedas más valiosas resultaban sobrestimados y los de las monedas menos valiosas infraestimados, y esto ocurría con mayor fuerza cuando la tarea se realizaba de memoria. En el caso de los niños que trabajaban con discos de cartón no apareció ningún efecto significativo y, en general, la distorsión era más fuerte en los niños pobres.

Lo fundamental en este enfoque es concebir la percepción como un proceso selectivo, mucho más dinámico y funcional de lo que se había supuesto con anterioridad. Percibir consiste básicamente en formular hipótesis y tomar decisiones. Dicho proceso está determinado por las necesidades, los valores sociales, el aprendizaje y, en general, por las características permanentes y temporales de los individuos.

JONES (1990), participante en el mencionado simposio, resume del siguiente modo las principales líneas de investigación que en él se presentaron, y que constituyen las grandes vías por las que habrían de transcurrir (desde finales de los años 50) los estudios sobre percepción de personas:

1. El perceptor como lector de emociones.
2. El perceptor como buen juez de la personalidad.
3. El perceptor como integrador de la información.
4. El perceptor como atribuidor causal.
5. El perceptor como actor motivado.

Algunos de estos desarrollos constituyen el contenido del presente capítulo y otros serán tratados en diferentes capítulos del presente temario.

4.- DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.

La percepción comprende fundamentalmente dos procesos:

1. La recodificación o selección del enorme caudal de datos que nos llega del exterior, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria. Por ejemplo, podemos resumir gran parte de la información que tenemos sobre la persona que se nos acerca en la discoteca con el atributo “cordial”, olvidando otros pequeños detalles.

2. Un intento de ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros y, de ese modo, evitar o reducir la sorpresa.

Los estudios de percepción de personas y percepción social han estado muy ligados a los estudios de percepción de objetos. Así, la percepción de objetos y la percepción de personas presentan semejanzas, aunque también presentan diferencias que son importantes.

4.1.- Semejanzas entre la percepción de objetos y la percepción de personas.

Ambos tipos de percepciones están estructurados. Una de las formas más básicas de organización consiste en crear categorías, tratando a estímulos independientes como equivalentes entre sí, o integrantes de una unidad, y diferentes a su vez de otros estímulos. En el mundo de los objetos las categorías que utilizamos son claras (por ejemplo, los estados de los cuerpos o los colores). Igual ocurre en la percepción de personas y de sus acciones. Cuando percibimos a una persona, poseemos multitud de categorías para clasificar todos los elementos informativos. Las personas diferimos en el tipo de categorías que utilizamos, si bien en determinados momentos o circunstancias todos tendemos a usar categorías similares.

Tanto en la percepción de objetos como en la de personas, tendemos a buscar con mayor afán los elementos invariantes de los estímulos que percibimos. Siendo nuestro interés primordial predecir la conducta de los demás, no nos resultan de mucho interés aquellos aspectos de su conducta que nos parecen superficiales o inestables.

Nuestras percepciones de los objetos y de los demás tienen “significado”. Los diversos estímulos que percibimos pasan al interior de nuestra mente a través de un tamiz cuya función consiste en “interpretarlos”, otorgándoles significado. Como mostraron HEIDER y SIMMEL (1944), cuando la gente percibe puntos luminosos en movimiento en una pantalla, lo interpreta y lo expresa como que “un punto persigue a otro”. Del mismo modo, si vemos a una persona que ayuda a un anciano a cruzar la calle, es probable que esa percepción sea almacenada en la memoria junto con la interpretación de que dicha persona es amable y ayuda a los demás. Cuando posteriormente nos pregunten si esa persona es amable, es probable que utilicemos para nuestro juicio la interpretación que hemos almacenado más que el hecho concreto que dio lugar a la interpretación.

4.2.- Diferencias entre la percepción de objetos y la percepción de personas.

Las personas son percibidas como agentes causales y los objetos no, es decir, los seres humanos tenemos intenciones de control sobre el medio que nos rodea. Esto explica por qué el factor “engaño” tiene una importancia fundamental en la percepción de objetos.

Las otras personas son similares a nosotros, lo cual nos permite realizar una serie de inferencias que no podemos realizar en el caso de los objetos. Así, todos tenemos una idea de cómo se siente una persona cuando está triste. Sin embargo, nadie atribuye sentimientos a los árboles (salvo como licencia poética). De manera inevitable, la percepción social implica al propio Yo.

La percepción de personas suele darse en interacciones que poseen un carácter dinámico. Generalmente, cuando percibimos a otra persona, somos a la vez percibidos. Nuestra mera presencia, puede hacer que la otra persona “maneje la impresión” que quiera causarnos. Además, las expectativas o percepciones respecto a la persona que percibimos influyen en nuestra conducta hacia ella; y esta conducta, a su vez, puede influir en la respuesta que la persona emita, cerrando de esta manera una especie de círculo vicioso. Valga como ejemplo el experimento de SNYDER, TANKE y BERSCHIED (1977):

- Pidieron a un grupo de estudiantes que, individualmente, mantuvieran una conversación telefónica con una chica considerablemente “atractiva” con el fin de conocer algo acerca de ella (el atractivo de la chica venía indicado por una fotografía). Paralelamente, los experimentadores pidieron lo mismo a otros estudiantes, sólo que en este caso la chica era bastante menos atractiva.

- Se grabaron de forma separada las conversaciones de estos chicos y chicas, ambos ajenos a la manipulación experimental, y unos jueces, también ajenos, analizaron dicho material.

- Las conclusiones de los jueces muestran que los chicos que creían que estaban hablando con chicas atractivas se mostraban más sociables, extravertidos y afectuosos, que aquellos que creían que lo hacían con chicas poco atractivas. Más interesante es aún el resultado que mostraba en las chicas el mismo patrón de respuesta. Es decir, aquellas que hablaban con chicos que creían que eran atractivas se mostraban también más sociables, afectuosas y extravertidas; conducta que puede explicarse como una reacción a la conducta de sus interlocutores. De esta manera, los chicos que hablaban con chicas supuestamente atractivas, acababan hablando con chicas que se comportaban realmente de forma atractiva, y confirmaban así su idea inicial.

La percepción de personas es, generalmente, más compleja que la percepción de estímulos físicos, pues las personas solemos tener muchos atributos cruciales que no son observables a simple vista, cambiamos con frecuencia más que los objetos, y la exactitud en la percepción social es más difícil de comprobar.

5.- FORMACIÓN DE IMPRESIONES.

Por “formación de impresiones” se entiende el proceso mediante el cual se infieren características psicológicas a partir de la conducta, así como los atributos de la persona observada, y se organizan estas inferencias en una impresión coherente.

5.1.- La investigación de ASCH.

En relación con la pregunta de cómo organizamos los diversos datos observados en una impresión única y relativamente unificada, el marco teórico adoptado y la metodología de investigación utilizada siguen los pasos del importante trabajo de Solomon ASCH (1946).

ASCH se inclina por una concepción “gestáltica”, según la cual:

- Los diversos elementos están organizados como un todo, como una “gestalt” o configuración, de forma que cada rasgo afecta y se ve afectado por todos los demás, generando una impresión dinámica que no es fácil de predecir a partir de los diferentes elementos tomados por separado.

- En cada impresión, aunque todos los rasgos se relacionan entre sí, hay unos que tienen un mayor impacto sobre los demás, sirviendo como elementos aglutinadores de la impresión. Éstos son los que ASCH denomina “rasgos centrales”.

Este modelo fue verificado mediante una serie de experimentos realizados por el propio ASCH, de los cuales el más básico y conocido es el siguiente:

- Un grupo de sujetos recibió una descripción (una lista) de rasgos comunes de una persona desconocida para ellos. El otro grupo recibió la misma descripción de la persona desconocida con una única diferencia: mientras en la primera lista aparecía el término “afectuosa”, en la segunda, en cambio, se había sustituido por el término “fría”.

- A los sujetos de ambos grupos se les pidió que se hicieran una idea de la persona estímulo, que escribieran una semblanza de ella y que escogieran entre cada par de rasgos, de los que aparecían en una tabla, aquellos que creían que caracterizaban a esa persona. De ahora en adelante, y siguiendo la tradición del área, llamaremos “rasgos estímulo” a los rasgos presentados a los sujetos y “rasgos respuesta” a los rasgos sobre los que debían clasificar a la persona estímulo.

- Los resultados mostraron que los dos grupos respondían de forma considerablemente distinta, tanto en la redacción de las semblanzas (más positivas en el grupo que tenía el término “afectuosa”) como en la elección de adjetivos. De modo que ASCH concluyó que “afectuosa” y “fría” eran “rasgos centrales” en este contexto, pues servían como guías para la organización de la información en un todo coherente. Existen, no obstante, varias características de las listas que no se ven afectadas por la variación de “afectuosa” o “fría”.

Para ASCH, los resultados de este experimento, apoyan su concepción de que un cambio en una de las cualidades produce una modificación sustancial de la impresión global. Este cambio, además, posee una dirección específica y no puede confundirse con el “efecto halo”. Este efecto aparece cuando un rasgo positivo tiende a llevar asociados a él otros rasgos positivos, y un rasgo negativo otras cualidades negativas; así, si de una persona sólo sabemos que es “atractiva”, es más probable que la consideremos como “agradable”. Pero el efecto halo no puede explicar los resultados de ASCH porque el cambio no se produce en todas las cualidades, sino que aparece limitado a algunas características. Como ejemplo de las cualidades de las listas que no se vieron afectadas, podemos citar la honestidad, la sinceridad, el atractivo físico, etc.

La diferencia entre un rasgo central y uno periférico se aprecia en el impacto que tiene en la impresión resultante. Cuando, en otro experimento, ASCH presentó los mismos “rasgos estímulo”, pero en vez del par “afectuoso-frío” usó el de “cortés-descortés”, las diferencias aparecidas en las calificaciones de los “rasgos respuesta” fueron considerablemente más débiles que las halladas en el experimento anterior.

¿De qué depende que un rasgo sea central o periférico?: Según ASCH, el contenido y la función de una cualidad personal dependen del ambiente o contexto, es decir, de los demás “rasgos estímulo”. No se trata de que la misma cualidad pueda ser central o periférica según el ambiente, sino que cuando un rasgo cambia de contexto, y pasa por ejemplo de ser central a periférico, se produce una modificación en su contenido o “significado”. Así, cuando se presenta un determinado conjunto de características, éstas se organizan y agrupan entre sí formando una globalidad particular, dentro de la cual cada rasgo encuentra su significado específico y su valor funcional. Dado que la centralidad depende de los otros “rasgos estímulo”, un par de rasgos determinados serán centrales en unos contextos, pero no en otros. Por ejemplo, “afectuoso”, junto a otros rasgos como obediente, débil, superficial, etc., adquiriría el “significado” de una cordialidad pasiva, un afecto sumiso.

El trabajo de ASCH inició dos importantes líneas de investigación:

- La primera de ellas se refiere a las distintas formas en que la información es procesada y combinada (se aborda a continuación).

- La segunda se refiere a la relación entre “rasgos estímulo” y “rasgos respuesta”. Es decir, ¿existen relaciones relativamente estables entre rasgos?. Y si existen, ¿en qué se basan esas asociaciones?. Esta línea de investigación desembocó en lo que se denominan “Teorías Implícitas de la Personalidad” (TIP), que se tratarán posteriormente.

5.2.- Integración de la información.

Cuando percibimos a los demás, nos formamos impresiones globales y unitarias de cada persona. Sin embargo, la información que recibimos está fragmentada en pequeñas piezas informativas. La integración de la información presenta un interés especial cuando se trata de información que no es coherente entre sí, por lo que también ha sido denominada “resolución de información contradictoria”.

Las teorías o modelos que intentan explicar cómo los perceptores combinan la información disponible, parten de una concepción “gestáltica” y pueden dividirse en dos grupos: Modelos de tendencia relacional y modelos de combinación lineal.

* Modelos de tendencia relacional.

Corresponden a la concepción “gestáltica” de ASCH, según la cual todos los elementos informativos se combinan entre sí para producir una única “gestalt” significativa.

Cada característica tiene un significado diferente en cada contexto, y este significado no es independiente de las otras características presentes. Cuando un individuo recibe información inconsistente, puede hacer dos cosas para que la impresión resultante sea coherente:

- En primer lugar, puede cambiar el significado de las características. Así, por ejemplo, el término “feliz” no tiene el mismo significado cuando va acompañado de “tonto y tranquilo” que cuando está junto a “afectuoso y relajado”. Este cambio de significado ocurre primeramente en la dimensión descriptiva y, con posterioridad, en la dimensión evaluativa (“feliz” tiene un valor mas positivo en el segundo caso).

- En segundo lugar, puede inferir nuevos rasgos que permitan reducir las contradicciones. Si sabemos de otra persona que es “inteligente, afectuosa y mentirosa”, quizá deduzcamos que es “política” o “diplomática”.

* Modelos de combinación lineal.

Suponen que los elementos informativos no cambian de significado, sino que se combinan entre sí, sumándose, promediándose o multiplicándose, de tal manera que la impresión resultante es fruto de la combinación aditiva de algunas propiedades del estímulo. En este caso, el valor de cada rasgo es independiente de los demás.

Además, dan por supuesto que hay una dimensión a lo largo de la cual puede situarse cualquier tipo de estímulo (y ésta es la dimensión evaluativa).

Algunos de estos modelos son: El modelo suma, el modelo promedio y el modelo de la media ponderada.

1. El modelo suma:

- La impresión final es el resultado de la suma de los valores de cada uno de los rasgos por separado. De esta forma, si queremos causar una buena impresión en los demás, la táctica elegida sería la de presentar cuantos más rasgos positivos mejor, aunque su valor absoluto no sea muy elevado.

2. El modelo promedio:

- La impresión final resultante sería la media aritmética de los valores de cada uno de los rasgos por separado.

- Si aplicamos este modelo y el anterior a situaciones de la vida cotidiana, obtendremos predicciones diferentes, pero, entre ambos, la evidencia empírica concede bastante más apoyo al modelo promedio. Por ejemplo, ANDERSON (1965) presentó combinaciones de estímulos de diferente valoración: “N” igual a negativamente valorados, “M” igual a moderadamente valorados y “P” igual a positivamente valorados. Y comprobó que la combinación “PP” causaba una mejor impresión que la combinación “PPMM”, lo cual apoya al modelo promedio. Sin embargo, este modelo no explica todos los resultados, ya que, por ejemplo, también aparecía que la combinación “PPPP” era más valorada que la combinación “PP” cuando, según el modelo promedio, ambas combinaciones deberían ser igualmente valoradas.

Tabla 4.2. Los modelos suma y promedio.

Jorge		Antonio	
amable	+6	amable	+6
trabajador	+5	trabajador	+5
atractivo	+7	atractivo	+7
SUMA	+18	alto	+2
PROMEDIO	18/3 = 6	SUMA	+20
		PROMEDIO	20/4 = 5

3. El modelo de la media ponderada:

- Las limitaciones explicativas del modelo anterior llevaron a ANDERSON, en 1968, a formular otro modelo con idéntica base, pero bastante más complejo, que aparece resumido a continuación:

$$\text{Impresión} = \frac{p_0 I_0 + \sum pI}{p_0 + \sum p}$$

p_0 = Peso o importancia de la impresión inicial.

I_0 = Impresión inicial.

p = peso de cada uno de los elementos informativos.

I = valor de cada elemento informativo.

- Son, pues, dos los factores que enriquecen este modelo: la impresión inicial y el peso de los elementos informativos.

- Cada elemento informativo posee un determinado valor (tal y como admitían el modelo suma y el modelo promedio) que aparece representado en la fórmula por “I”. Ese valor I, es el mismo en cualquier momento. Sin embargo, además de ese valor, cada elemento posee una importancia, o peso específico, según el momento o las circunstancias concretas.

- I_0 es una especie de sesgo general que, basándonos en nuestra experiencia pasada, utilizamos en nuestras percepciones. Este sesgo puede ser favorable (confío en esa persona), desfavorable (desconfío de esa persona) o neutral.

- p_0 depende de diversos factores, pero uno de los más importantes es el número e importancia de los elementos informativos que componen la impresión. Cuanto más conoce uno a otra persona, menor es la importancia de la impresión inicial y viceversa.

- Según el modelo de la media ponderada (ANDERSON, 1981), una forma de solucionar la aparición en un estímulo de información contradictoria sería desestimando la inconsistencia, esto es, otorgándole un menor peso a los rasgos que resultan contradictorios con los que han aparecido previamente.

* Modelos combinatorios.

Desde los años 50 hasta nuestros días se han realizado innumerables estudios que apoyan tanto los modelos de combinación lineal como la concepción gestáltica de ASCH. Incluso los defensores de cada línea han reconocido, basándose en sus propios resultados, que en ocasiones el proceso seguido para la formación de impresiones es el propuesto por la visión alternativa. Además, las investigaciones han mostrado continuamente resultados difíciles de explicar satisfactoriamente por cualquier teoría, como el denominado “efecto negativo del contexto”, que ocurre cuando un rasgo positivo (por ejemplo, “madre”) se asocia a otro negativo (por ejemplo, “cruel”), resultando una impresión extremadamente negativa. Por otra parte, OSTROM (1977) considera que ambos modelos pueden llegar a hacer predicciones muy similares.

FISKE y NEUBERG (1990) han desarrollado un modelo de formación de impresiones que conjuga el modelo del cambio de significado de ASCH con los modelos de combinación lineal. Según estos autores, las personas nos formamos impresiones de las dos maneras, dependiendo de las circunstancias informativas y emocionales. De forma resumida, su modelo dice lo siguiente:

- Cuando percibimos a una persona, lo primero que hacemos rápidamente, y sin que necesariamente seamos conscientes de ello, es una categorización inicial (basándonos en unas mínimas señales, por ejemplo, físicas o situacionales).

- Si la persona percibida carece de interés para nosotros, el proceso de formación de impresiones puede finalizar aquí (todos los días vemos a miles de personas de las que sólo percibimos esas características instantáneas).

- Si la persona que percibimos nos interesa, o es relevante para nosotros, entonces prestaremos atención a los elementos informativos que presenta.

- El modelo de FISKE y NEUBERG es un continuo, de manera que las siguientes fases que seguirían en orden sucesivo son: confirmación de la categorización, recategorización (si la fase anterior no puede culminarse satisfactoriamente), e integración “pieza a pieza” de los diferentes elementos informativos. Como esta última tarea requiere mayor esfuerzo y atención, sólo se llega a ella en caso de que las anteriores posibilidades fracasen.

6.- TEORÍAS IMPLÍCITAS DE LA PERSONALIDAD (TIP).

El trabajo de ASCH no sólo despertó interés respecto a cómo los perceptores combinan los diferentes elementos informativos de que disponen para formarse una impresión única y unitaria, sino que también suscitó el debate sobre cómo inferimos unos rasgos a partir de otros. La postura más extendida considera que las personas tenemos ideas claras acerca de cómo los rasgos se asocian entre sí.

6.1.- Definición.

El término “Teorías Implícitas de la Personalidad” (TIP) tiene dos acepciones básicas:

1. Según la definición más general, las TIP designan a aquellas creencias que cada uno de nosotros tiene acerca del ser humano en general, especialmente en relación con la frecuencia y variabilidad de un determinado rasgo de personalidad (por ejemplo, puedo creer que el hombre es un lobo para el hombre, o, por el contrario, que el ser humano es solidario por naturaleza).

2. Según la definición más específica, las TIP son creencias acerca de qué rasgos o características de las personas suelen aparecer unidos, es decir, ocurren conjuntamente (por ejemplo, cuando sabemos que una persona es militar de profesión, suponemos que es disciplinada, estricta y conservadora).

En definitiva, las TIP son:

- “Teorías”: porque las creencias acerca de las asociaciones entre rasgos están estructuradas, presentando cierto grado de consistencia interna.

- “Implícitas”: porque estas teorías no suelen estar formuladas en términos formales, siendo con frecuencia inconscientes, de ahí que también hayan sido denominadas “ingenuas”. Una consecuencia importante de esta característica de las TIP es que, al no haber sido formuladas de manera explícita, su veracidad o falsedad no suele ser puesta a prueba, y el individuo las continúa utilizando basándose en los datos de la realidad que confirman sus TIP más que en los que las niegan o cuestionan.

- “De la personalidad”: porque su contenido lo constituyen fundamentalmente atributos personales o rasgos de personalidad.

Por definición, las TIP son idiosincráticas. Es decir, que cada individuo, a lo largo de su vida y como fruto de su experiencia, desarrolla sus particulares TIP. No obstante, a pesar de esta variabilidad individual, existe cierto consenso o coincidencia entre los integrantes de una determinada sociedad o grupo social (especialmente en determinados momentos históricos) en sus TIP.

Las TIP, como la mayoría de las estructuras cognitivas, tienen una de sus principales razones de ser en la necesidad que tenemos de estructurar, dotando de orden y significado, nuestras percepciones de la realidad, y hacer esto de la forma más sencilla posible. Ahora bien, ¿existen realmente estas asociaciones entre rasgos denominadas TIP?. En principio, cabría pensar en una respuesta afirmativa. Sin embargo, según la concepción de ASCH expuesta anteriormente, no existen asociaciones fijas entre rasgos. Para él, el proceso de formación de impresiones podría esquematizarse así:

RASGOS ESTÍMULO -> IMPRESIÓN -> INFERENCIAS RESPUESTA

Por eso, según ASCH, es muy difícil predecir los rasgos respuesta a partir de los rasgos estímulo, dado que desconocemos cuál será la impresión (la gestalt constituida por la interrelación entre rasgos) que el individuo se formará.

Sin embargo, también podría ser que las personas realizáramos inferencias directamente a partir de los datos que tenemos, sin necesidad de una impresión interviniente. Ésa es la postura de BRUNER y TAGIURI (1954), quienes propusieron el término de “Teorías Implícitas de la Personalidad” para designar el hecho de que las personas tenemos una idea preformada de qué características van unidas.

BRUNER y colaboradores (1958) mostraron cómo las inferencias a partir de combinaciones, podían pronosticarse a partir de inferencias basadas en componentes aislados:

- Cuando todos los rasgos de una combinación (o la mayoría), por separado, apuntaban en la dirección de una inferencia determinada, la combinación total apuntaba en la misma dirección. Es decir, si la gente piensa que las personas “inteligentes” son “agresivas” y que las “desconsideradas” también lo son, lógicamente, pensarán que quienes son a la vez “inteligentes y desconsideradas” serán “agresivas”.

- Cuando los rasgos que forman parte de la combinación son opuestos entre sí, la inferencia a partir de la combinación se ajusta a aquella inferencia aislada que es más fuerte. Es decir, si de “inteligente” inferimos “honesto”, y de “desconsiderado”, “dehonesto”, si percibimos a una persona como “inteligente y desconsiderada”, ¿será “honesta” o “deshonesta”? Siguiendo el ejemplo anterior, es más probable que infiramos “deshonesto” a partir de “desconsiderado” que “honesto” a partir de “inteligente”, por lo que la impresión resultante de combinar “inteligente y desconsiderado” estará más inclinada hacia la inferencia de “deshonesto”.

WISHNER (1960) reinterpretó los resultados de ASCH, estudiando las relaciones entre rasgos, y mostró que conociendo las relaciones entre rasgos, podemos predecir los rasgos respuesta, esto es, la impresión que se formarán los perceptores a partir de los rasgos estímulo. Al contrario de lo que pensaba ASCH, sostiene que un rasgo es central, no cuando tiene una alta correlación con los rasgos estímulo, sino cuando la tiene con los rasgos respuesta. Así, por ejemplo, la centralidad de “afectuoso” depende de lo que nosotros deseemos saber sobre la otra persona, o de aquello que nos estemos preguntando, o sea, los rasgos respuesta:

- Será central, por ejemplo, si nuestro interés consiste en averiguar si la persona estímulo responderá a una petición nuestra.

- No será central, por ejemplo, si lo que queremos averiguar es si esa persona obtiene muy buenas notas en su vida académica.

6.2.- Asociaciones entre rasgos.

La dimensión o criterio que las personas utilizamos con mayor frecuencia para asociar rasgos es la “dimensión evaluativa”.

OSGOOD y colaboradores (1957), utilizando la “técnica del diferencial semántico”, encontraron que tres dimensiones eran suficientes para explicar la mayoría de las calificaciones de su experimento:

- “Evaluación”: bueno-malo, la de mayor importancia.
- “Potencia”: fuerte-débil.
- “Actividad”: activo-pasivo.

Posteriores investigaciones han ratificado la importancia de la dimensión evaluativa. Sin embargo, estas mismas investigaciones también han llevado a considerar que la dimensión evaluativa se subdivide en diferentes tipos de contenido evaluativo:

- ROSENBERG y colaboradores (1968): “Competencia social” y “competencia intelectual”.

- KIM y ROSENBERG (1980): “Madurez”, “preocupación por los demás”, “integridad”, “estabilidad psicológica” y “atractivo físico”.

Sin embargo, hay otras características de los rasgos, como su contenido descriptivo, que a veces influyen en las asociaciones que las personas establecemos. PEABODY (1967) realizó un experimento para discernir si las personas hacían más inferencias basándose en el significado “descriptivo” o en el “evaluativo” de los rasgos:

- Seleccionó cuatro rasgos que diferían en el contenido descriptivo y en el evaluativo (audaz, prudente, temerario, tímido).
- La tarea de los sujetos consistía en inferir ante la presentación de una de las cuatro palabras la ocurrencia de los otros rasgos.
- Los resultados mostraron que las inferencias fueron más poderosas para los rasgos descriptivamente similares aunque evaluativamente diferentes (prudente frente a tímido), que para los descriptivamente diferentes pero evaluativamente similares (prudente frente a audaz):

Cuadro 4.1. Rasgos utilizados en el estudio de Peabody (1967).

	Positivo	Negativo
Audacia	audaz	temerario
Timidez	prudente	tímido

Así, pudiera ser que, cuando las personas hacemos juicios sobre la personalidad de los demás, lo hagamos sin pensar en personas concretas (estableciendo sencillamente asociaciones entre pares de rasgos) y nos guiemos más por el contenido descriptivo de los rasgos que por el tono evaluativo que conllevan, especialmente cuando las relaciones descriptivas son fuertes y las evaluativas débiles, como en el caso del estudio de PEABODY.

7.- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PERCEPCIÓN DE PERSONAS.

7.1.- Factores asociados al perceptor.

El perceptor recibió una considerable atención en los primeros estudios sobre la percepción de las personas. Concretamente, el interés inicial se dirigía hacia la identificación del tipo de jueces con un mayor desarrollo de la exactitud perceptiva, lo cual implicaba que la exactitud es una aptitud general. Las investigaciones no han confirmado la veracidad de este supuesto, según el cual los buenos jueces lo son para todas las personas estímulo y para todos los tipos diferentes de cualidades.

Posteriormente, la corriente “New Look” en percepción, otorgó al perceptor y, más concretamente a sus motivos, necesidades, expectativas y personalidad, un papel primordial en el proceso perceptivo.

Más recientemente, las investigaciones han confirmado que:

- Los objetivos que persiguen los perceptores modelan los procesos cognitivos asociados a la percepción de personas.
- Las metas de quien percibe no sólo influyen en cómo se procesa la información recibida, sino también en el tipo de información que es buscada.
- Sin conocer las metas del perceptor, es imposible especificar el tipo de impresión que se formará de la persona percibida.

* En relación con las metas del perceptor.

JONES y THIBAUT (1958) dividieron en tres categorías los tipos de metas que una persona suele ir buscando cuando percibe a otra:

1. Probar o confirmar sus propios valores.
2. Comprender a la otra persona y las causas de su conducta.
3. Determinar si la conducta de la otra persona se ajusta a alguna regla o norma o, por el contrario, la viola.

FISKE (1988) considera que las motivaciones se combinan con las circunstancias para crear metas específicas que favorecen: O bien el procesamiento minucioso de cada elemento informativo, o bien la categorización casi automática de la persona estímulo. Así, si la motivación del perceptor consiste en formarse una impresión segura del estímulo (porque, por ejemplo, depende de él), el perceptor atenderá mucho más a todos los elementos informativos que si su motivación consiste en mantener una categorización negativa del estímulo (por ejemplo, porque amenace su autoestima).

HILTON y DARLEY (1991) distinguen entre:

- “Situaciones diagnósticas”, donde la meta principal del perceptor consiste en formarse una impresión global lo más exacta posible de la persona percibida. Es el caso, por ejemplo, de un entrevistador encargado de hacer una selección de personal. En este tipo de situaciones, las personas tendemos a formarnos impresiones más integradas e individualizadas, y nuestros juicios serán más exactos considerando a la persona en general, sin constricciones de rol.

- Y “situaciones de acción”, donde la persona persigue ciertos objetivos específicos que están sólo indirectamente relacionados con la formación de impresiones. Por ejemplo, cuando pedimos el menú en un restaurante tenemos que interactuar con el camarero, pero el interés por formarnos una impresión de esta persona es mínimo. En este tipo de situaciones, tendemos a formarnos impresiones simples, y solemos realizar juicios bastantes exactos de cómo esa persona actuará en esa situación, pero no de cómo actuará cuando la situación cambie.

* En relación con las expectativas del perceptor.

Respecto a las expectativas que los perceptores llevan consigo cuando perciben a otra persona, JONES (1990) distingue dos tipos:

- “Expectativas basadas en la categoría”. También se denominan estereotipos y serán tratadas en otro capítulo.

- “Expectativas basadas en el estímulo”. Reflejan el conocimiento previo que el perceptor tiene de la persona percibida. Ese conocimiento puede provenir de la observación directa, de la información que la propia persona percibida revela o de una tercera fuente.

* Factores más específicos que influyen en la formación de impresiones.

1. Familiaridad:

- En general, esta característica hace que la impresión formada sea mucho más compleja que cuando la persona estímulo es casi desconocida y, por regla general, produce una mayor exactitud en la percepción.

- Sin embargo, la familiaridad también produce ciertos sesgos perceptivos, como el efecto de la “mera exposición” (ZAJONIC, 1968), según el cual la mayor frecuencia de exposición, o la repetida experiencia perceptiva de las personas estímulo, siempre que su valor sea positivo o neutral, acaba por convertirlas en más atractivas.

2. Valor estímulo:

- El valor que el estímulo tiene para los jueces afecta a su percepción, tendiendo a darse una acentuación perceptiva, como mostraron BRUNER y GOODMAN (1947) en su estudio sobre percepción de monedas y círculos. En él, las monedas (especialmente para los niños pobres) tendían a verse más grandes de lo que lo eran.

- Asimismo, el “efecto halo” indica que quienes son vistos de forma muy positiva en un rasgo tienden a verse como poseedores de otros rasgos positivos. Este efecto explica por qué las personas de elevado rango o prestigio son percibidas de forma más favorable de lo que por sus verdaderas cualidades merecerían.

3. Significado emotivo del estímulo:

- En general, este valor emotivo depende del poder del estímulo para proporcionarnos consecuencias positivas o negativas. Así, cuando una persona está deseosa de hacer amigos es más fácil que detecte en los demás indicios que hablen de su predisposición para hacer amistades.

- Dos fenómenos contrapuestos han sido señalados en relación con el significado emotivo de los estímulos: “La defensa perceptiva”, que consiste en el alto umbral de reconocimiento que precisan algunos estímulos amenazadores (cuando “no vemos aquello que no queremos ver”); y “la perspicacia perceptiva”, que consiste en el bajo umbral de reconocimiento de que gozan los estímulos que pueden satisfacer una necesidad o reportarnos beneficios.

4. Experiencia:

- Las personas que tienen más experiencia con cierto tipo de rasgos realizan percepciones más acertadas, pues generalmente saben calibrar la importancia relativa que, tanto la persona estímulo como la situación en la que se encuentran, tienen en la producción de una determinada conducta (DAWSON, 1989).

La conducta y características de la persona percibida son inseparables de la propia presencia del perceptor. Así, la combinación de determinadas metas que el perceptor busca en interacción con ciertas expectativas (por ejemplo, estereotipos), puede producir que el perceptor realice ciertas tácticas que provoquen la confirmación conductual de sus expectativas. Este es el fenómeno de la profecía que se cumple a sí misma (HILTON y DARLEY, 1991). Un ejemplo puede ser el experimento de WORD y colaboradores (1974) en el que encontraron que sujetos de raza blanca, cuando entrevistaban a personas de raza negra, conducían la entrevista de forma que los entrevistados obtenían un mal resultado, confirmando de esta manera sus expectativas previas.

7.2.- Variables asociadas a la persona percibida.

Cuando el objeto de la percepción es otra persona, hay un elemento crucial que influye en la impresión que se forma el perceptor, y es que el estímulo perceptivo (la otra persona) intenta regular y controlar la información que presenta al perceptor, especialmente la referente a sí mismo. Este “manejo de la impresión” es la consecuencia inevitable de la percepción social: dado que los demás continuamente se están formando impresiones de nosotros, es importante influir sobre esa impresión en la dirección deseada y de ese modo influir sobre la conducta de los demás.

Con el “manejo de la impresión” de las personas no sólo buscamos obtener la mayor aprobación social, sino también:

- Auto-ensalzamiento: consiste en mantener e incrementar la autoestima, así como en presentar una imagen de uno mismo cercana al Yo-ideal.

- Auto-consistencia: validar las creencias que tenemos respecto a nosotros mismos.

- Auto-verificación: intentar aprender la verdad sobre uno mismo mediante la obtención de información diagnóstica.

* Estrategias básicas utilizadas en el “manejo de la impresión”.

Son varias las estrategias básicas utilizadas. Su utilización depende fundamentalmente del objetivo que persigamos y de las circunstancias concretas.

El “congraciamiento” consiste en intentar aparecer de una manera atractiva ante los demás (incluso aceptado y querido). Básicamente, pues, consiste en conformarse a las expectativas del perceptor. La utilización de esta táctica, y su éxito, dependen según JONES (1964) de tres variables:

- De lo importante que es para la persona estímulo resultar “atractiva”.
- De la probabilidad subjetiva de éxito, esto es, de resultar realmente “atractiva”.
- De lo legítima que resulte su utilización (la utilización de esta táctica es más legítima en unas situaciones que en otras).

Con la “intimidación” las personas intentan mostrar el poder que ejercen sobre la otra persona, amenazando o creando temor. Suele darse casi exclusivamente en relaciones que no son voluntarias (pues en una relación voluntaria la probabilidad de que el otro abandone la relación es mayor). Con frecuencia, el perceptor se conforma a los deseos de la persona percibida con el fin de evitar las consecuencias negativas de su desacuerdo (esta es, por ejemplo, la conducta de muchos hijos ante sus padres).

La “autopromoción” consiste en mostrar las propias habilidades y capacidades, ocultando los defectos. Esta táctica aumenta en eficacia si el individuo reconoce fallos menores o ya conocidos por los perceptores, pues de este modo su credibilidad aumenta. El problema, es hacer creer a los demás que uno tiene ciertas cualidades de las que carece.

Otras estrategias buscan suscitar en los demás el deber moral, la integridad o incluso la culpabilidad. A veces, como último recurso, las personas muestran hasta sus debilidades y dependencias respecto a la otra persona.

En los dominios relacionados con la competencia o el rendimiento, una estrategia empleada es la de “auto-incapacidad”, que consiste en incrementar la probabilidad de que un posible fracaso futuro sea atribuido a factores externos y un posible éxito a factores internos. Por ejemplo, cuando un estudiante antes de un examen dice: “vamos a ver cómo sale, a pesar de que no he podido dormir en toda la noche a causa de un terrible dolor de cabeza”.

En ocasiones el deseo de una auto-presentación favorable lleva a las personas a asociarse al éxito de las demás, atribuyéndoselo de alguna manera. Es lo que se denomina “disfrute del reflejo de la gloria de otros” (CIALDINI y colaboradores, 1986), es decir, sentir orgullo de la victoria de otros a los que seguimos. También existe el distanciamiento del fracaso de otros (SNYDER y colaboradores, 1986). Por ejemplo, es frecuente en los seguidores de un equipo deportivo la expresión “hemos ganado” después de una victoria y la expresión “el equipo ha perdido” después de una derrota.

Sería incorrecto pensar que estos esfuerzos de los individuos por presentar unas imágenes determinadas de sí mismos son esfuerzos por presentar una imagen “falsa”:

- En primer lugar, porque estamos limitados por nuestra propia realidad y no todo lo que queremos podemos conseguirlo: quien no es inteligente puede intentar parecerlo, pero lo logrará sólo relativamente.

- En segundo lugar, porque a veces nosotros, nuestro Yo, se va convirtiendo en aquello que aparentamos, especialmente cuando nuestra apariencia recibe la aprobación de quienes nos rodean.

No obstante, algunas personas son más hábiles que otras en el arte del “manejo de la impresión”. Esta habilidad puede detectarse con la “Escala de autoobservación” de SNYDER (1987). Las personas que obtienen altas puntuaciones en esta escala, ejercen un mejor control sobre sus autopresentaciones verbales y no verbales que quienes las obtienen bajas. Además, poseen una mayor capacidad para detectar los intentos de manejo de la impresión realizados por otras personas.

Independientemente de esta capacidad de las personas, existen situaciones que favorecen el “descubrimiento del Yo”, es decir, la presentación de uno mismo de la manera más transparente posible, manifestando aspectos propios que frecuentemente están ocultos.

7.3.- Factores relativos al contenido de la percepción.

El hecho de que no todos los elementos que integran la impresión que nos formamos de otra persona tienen la misma importancia, lo pusieron de manifiesto, por ejemplo, ASCH, al considerar que unos rasgos son centrales y otros periféricos, y ANDERSON, al incluir el peso de los elementos en su modelo de la media ponderada.

Seguidamente se consideran algunas características del contenido de la percepción que influyen en el proceso general de formación de impresiones.

* Efectos de orden.

¿Qué posee una mayor influencia en la impresión que nos formamos de los demás?, ¿lo primero que conocemos? (“efecto primacía”), o ¿la última información que nos llega? (“efecto recencia”).

Efecto primacía.

ASCH (1946) encontró apoyo en sus investigaciones para el “efecto primacía”: Presentó a un grupo de sujetos la siguiente lista de rasgos: inteligente, trabajador, impulsivo, crítico, testarudo y envidioso. Y a otro grupo, la lista: envidioso, testarudo, crítico, impulsivo, trabajador e inteligente. Ambas listas son idénticas y únicamente difieren en el orden. Pero encontró que la primera lista causaba una impresión considerablemente mejor que la segunda, e interpretó que los primeros términos establecen una dirección que ejerce un efecto continuo sobre los posteriores. Es decir, los adjetivos no operan independientemente unos de otros, sino que cada nuevo adjetivo se interpreta a la luz de los que ya han sido recibidos.

Para ASCH, el hallazgo de un efecto del orden de los elementos informativos en la formación de impresiones cuestiona la validez de los modelos de combinación lineal, pues si la impresión resultante fuera simplemente la suma o el promedio de todos los rasgos el resultado debería de ser el mismo independientemente de su ordenamiento.

JONES (1990), resumiendo los resultados de numerosos estudios, considera que el efecto primacía se da con mayor probabilidad:

- Cuando los sujetos se comprometen de alguna manera con el juicio basado en la primera información antes de que reciban la información adicional.
- Cuando la primera información es más clara, menos ambigua o más relevante para el juicio.
- Cuando la primera información se basa en la persona estímulo y no en la categoría.
- Cuando la información en general se refiere a una entidad que no se espera que cambie con el tiempo.

Muchas de las investigaciones que se realizaron sobre el efecto primacía, pretendieron ofrecer explicaciones alternativas a la hipótesis del cambio de significado de ASCH. Entre tales explicaciones destacan:

- La “hipótesis de la desestimación”.
- Y la “hipótesis de la disminución de la atención”.

Ambas comparten la concepción del modelo de la media ponderada, según la cual los últimos elementos informativos tienen un peso menor, pero, sin embargo, difieren en la causa a la que atribuyen dicha disminución de importancia:

- Para la “hipótesis de la desestimación”, los últimos adjetivos son “descontados” o ignorados en la medida en que sean inconsistentes con la información predominante anterior.

- Para la “hipótesis de la disminución de la atención”, los sujetos, simplemente, prestan menor atención a los últimos elementos informativos por cansancio o porque los consideran menos importantes, motivo por el que creen que precisamente han sido colocados en último lugar. Los resultados de las investigaciones muestran que la disminución de la atención constituye una explicación mejor que la del descuento.

Efecto recencia.

El efecto recencia aparece:

- Cuando la información reciente es más fácil de recordar o más viva que la primera información. Por ejemplo, cuando hay un lapsus de tiempo entre las dos partes de la descripción y los individuos realizan alguna actividad en esa pausa.

- Cuando se advierte previamente a los sujetos de alguna manera: Indicándoles, por ejemplo, que presten atención a toda la información, o pidiéndoles que justifiquen su impresión de la otra persona (TETLOCK y KIM, 1987).

* Tono evaluativo de los elementos informativos.

Diversos estudios han demostrado que, cuando la información que conocemos acerca de una persona contiene elementos positivos y negativos, estos últimos tienen una mayor importancia en la impresión formada. Así, una primera impresión negativa es más difícil de cambiar que una positiva, pues los rasgos que conllevan una evaluación negativa parecen ser fáciles de confirmar y difíciles de desconfirmar, mientras que los rasgos positivamente evaluados son difíciles de adquirir pero fáciles de perder.

Como posibles razones de este mayor interés de los perceptores por los aspectos negativos se ha sugerido:

- Una motivación “egoísta” por parte del perceptor, pues una persona que posea rasgos negativos supone un mayor grado de amenaza.

- La información negativa tiene un mayor valor informativo. La mayoría de las personas nos esforzamos por suministrar una imagen positiva que, evidentemente, dice poco acerca de nosotros. Este efecto puede ser considerado como una consecuencia del “sesgo de positividad” (SEARS, 1983), según el cual hay una tendencia a ver en general a los demás de forma positiva, más que negativa. Dado que las evaluaciones negativas son menos habituales, su impacto sobre las impresiones es mayor.

* Información única y redundante.

La “información única” o peculiar parece tener un impacto más poderoso sobre la impresión resultante que la “información redundante”.

ROSENBERG y colaboradores (1968) encontraron que las “primeras impresiones” de las personas se estructuraban en torno a dos dimensiones básicas:

- Una referida a las “características personales y sociales”.

- Otra referida a las “características intelectuales”.

Así, si, como hacía ASCH en su célebre estudio, a un grupo de sujetos se les presentan los atributos “inteligente”, “habilidoso”, “trabajador”, “frío”, “decidido”, “práctico” y “prudente”, en realidad todos los ítems, excepto “frío” se relacionan con la dimensión “intelectualidad”, y en ese sentido son redundantes, lo cual explicaría el mayor impacto de los rasgos “frío-afectuoso” (que son los únicos en relación con la dimensión de “sociabilidad”) sobre la impresión.

* Carácter ambiguo de la información.

Un elemento importante en la percepción de personas, es el grado en el que los componentes de la información pueden ser confirmados o desconfirmados (ROTHBART y PARK, 1986), de tal manera que un rasgo ambiguo suele tener menor importancia que otro claro y preciso.

La susceptibilidad de confirmación de un rasgo depende de:

- La “visibilidad” del rasgo. Por ejemplo, es más fácil saber si una persona es fuerte físicamente que saber si es inteligente.
- La “cantidad de indicios necesarios” para afirmar la presencia o no de determinado rasgo. Por ejemplo, para determinar la honradez de una persona necesitamos conocer más cosas sobre ella que para determinar su profesión.
- Y el “grado de concreción” del rasgo. Por ejemplo, es mucho más concreto el atributo “hablador” que “imaginativo”.

* El propio contenido de la información.

Cuando percibimos a otra persona, recibimos información de muy diversa índole. Básicamente esta información se refiere a la apariencia física, la conducta y los rasgos de personalidad:

- “Apariencia física”: características anatómicas, vestimenta, forma de moverse. Esta información es crucial para que nos hagamos una idea de su estado de ánimo en ese momento (reconocimiento de emociones), para que sepamos a qué categoría social pertenece, e incluso para que nos hagamos una idea de qué rasgos de personalidad le caracterizan (McARTHUR y BARON, 1983).

- “Conducta”: Aunque es también una fuente de información crucial, no es un indicador muy fiable de los estados internos, pensamientos y sentimientos de la persona percibida.

- “Personalidad y actitudes inferidas” (FISKE y RUSCHER, 1989): Se trata de un tipo de contenido que predomina cuando se nos pide que describamos a otra persona, porque al conocer las disposiciones estables de esa otra persona adquirimos también cierta capacidad predictiva sobre su conducta futura.

Otros contenidos de la percepción importantes son la información sobre:

- Relaciones: roles, redes sociales.
- Metas y objetivos que persigue: Por ejemplo, “busca el poder”.
- Contextos: Por ejemplo, “lo puedes encontrar todos los días en la discoteca”.

La importancia de cada uno de estos diferentes tipos de contenidos depende en gran medida del contexto, de los objetivos del perceptor y de la propia característica.

TEMA 5: COGNICIÓN SOCIAL.

1.- INTRODUCCIÓN.

Uno de los principios más firmemente establecidos en esta disciplina, es que las personas no nos acercamos a las situaciones como observadores neutrales, sino que llevamos nuestro equipaje de deseos y expectativas, que influyen en lo que vemos y recordamos. Como muestra la investigación de ECHEBARRÍA y colaboradores (1992), la percepción de una misma situación varía en función de la representación mental que se ha activado en la mente de los diferentes perceptores. El experimento fue como se muestra:

- Imagínese que entra en un supermercado y que se encuentra al encargado discutiendo con un cliente. La distancia le impide oír con nitidez el tema de discusión, pero sí puede apreciar que los ánimos están bastante alterados. Intente imaginar cuál será la causa de la disputa. Los resultados mostraron que las razones provocadoras de la discusión imaginadas por los sujetos con mayor probabilidad fueron que el cliente había comprado un producto deficiente o muy caro.

- Otro grupo de personas recibió la misma descripción y se le hicieron las mismas preguntas. La única diferencia estaba en que al describir al cliente se indicaba que era “drogadicto”. Este segundo grupo consideró que la causa más probable de la discusión era que habían pillado al cliente robando.

La cognición social (estudio de la percepción de la realidad social) comenzó siendo un área específica de investigación, pero con el tiempo se ha ido convirtiendo en una manera de abordar y de considerar muchas de las cuestiones estudiadas en Psicología social.

La investigación en cognición social surge en gran medida del auge experimentado por la perspectiva cognitiva en Psicología. La única diferencia estaría en el objeto de estudio:

- La Psicología estudia la cognición en general, fundamentalmente objetos y realidad física.
- La Psicología social se centraría en la cognición de los fenómenos sociales: miembros de grupos, otras personas, o el Yo.

Sin embargo, este planteamiento no es compartido por numerosos autores:

- MOSCOVICI (1986): “Lo que diferencia lo social de lo no-social no es la naturaleza del objeto, sino la relación que se establece con tal objeto”.

- LEYENS y DARDENNE (1996): “La cognición social no lo es sólo por los contenidos que estudia, sino también porque tiene un origen social y porque el conocimiento es socialmente compartido”.

Existen dos perspectivas diferentes dentro de la cognición social:

- La representada por el enfoque dominante en la Psicología social estadounidense, que hace hincapié en el individuo y en sus procesos psicológicos y defiende que la función principal del conocimiento social es manejar la enorme cantidad de información que recibimos continuamente. Las representaciones mentales serían el resultado de las experiencias pasadas del individuo (perspectiva individualista), dependiendo tanto del funcionamiento de su sistema cognitivo (estrechamente vinculado a la etapa evolutiva en que se encuentre el individuo), como de sus propias experiencias personales, de manera que son, en una proporción considerable, idiosincrásicas.

- Y la predominante en la Psicología social europea, que enfatiza la dimensión social del conocimiento. El conocimiento tiene un origen sociocultural, pues es algo compartido por los grupos sociales. Un buen ejemplo de esta perspectiva es la “teoría de las representaciones sociales” de MOSCOVICI (1988): las representaciones sociales son ideas, pensamientos, imágenes y conocimientos que los miembros de una colectividad comparten. Es a través de las representaciones compartidas como los grupos sociales establecen sus identidades y llegan a diferenciarse de otros grupos en la sociedad. Las representaciones sociales cumplen dos funciones: ayudan al individuo a dominar y darle sentido a la realidad y facilitan la comunicación.

En el conocimiento social intervienen dos elementos claves que constituyen la “dimensión estructural o estática” del conocimiento social:

- La realidad (estímulos, datos).

- Y todo el conocimiento previo o representaciones mentales que posee el perceptor cuando detecta un estímulo (que está almacenado de una determinada forma en su mente).

Sin embargo, el acto de percibir o conocer supone poner en relación los estímulos exteriores con el conocimiento previo, utilizando una serie de procedimientos y de reglas que son las que nos permiten obtener unos determinados resultados perceptivos.

En este capítulo, se referirán, en primer lugar, a las representaciones mentales. En segundo lugar, a los efectos que estas representaciones mentales tienen sobre otros procesos fundamentales a la hora de conocer o pensar. Por último, abordarán el proceso de inferencia, esto es, la forma en que las personas utilizamos la información que nos llega del exterior, y aquella que ya poseemos, para realizar juicios, tomar decisiones o actuar.

2.- REPRESENTACIONES MENTALES.

Todo nuestro conocimiento está almacenado en la mente como representaciones mentales. Dado que se trata de algo interno, es imposible saber de manera directa qué forma y estructura adoptan las representaciones, por lo que se han formulado diferentes teorías y modelos al respecto. Las más importantes son los modelos de redes asociativas, esquemas y ejemplares.

2.1.- Redes asociativas.

Según esta concepción, las representaciones consistirían en nódulos conectados por vínculos de diferentes tipos, de manera que la memoria sería una gran estructura asociativa interconectada. Los mecanismos asociacionistas suponen la existencia de nódulos básicos sin estructura interna, de manera que los significados más amplios se construyen combinando nódulos, en un proceso de abajo hacia arriba.

Los vínculos se forman, o se fortalecen si ya existen, cuando los objetos que unen se experimentan asociados, y varían en fuerza (algo que es relativamente estable en el tiempo).

Los nódulos tienen una propiedad, denominada “activación”, que cambia rápidamente. Cuando un nódulo se activa, otros nódulos a los que está unido también se activan en cierta medida, dado que la activación se expande a través de los vínculos. Cuanto más fuerte es un vínculo, más fácil es que fluya la activación.

El recuerdo consiste básicamente en seguir ciertos vínculos a partir de la activación de determinado nódulo. Por ejemplo, encontrarnos con una persona pelirroja nos trae el recuerdo (activa la estructura asociativa) de aquella otra persona pelirroja que contaba chistes con mucha gracia y de la que inferimos que era graciosa.

Una aplicación de la concepción de redes asociativas al campo psicosocial, puede verse en algunas aproximaciones existentes en el estudio de los estereotipos, definidos como vínculos asociativos entre un nódulo que representa a un grupo social y varios rasgos y/o evaluaciones. DEVINE (1989) sostiene que prácticamente todas las personas hemos aprendido a asociar grupos sociales con atributos estereotípicos consensuales, aunque posteriormente esas creencias estereotípicas se compartan en mayor o menor grado. Por ejemplo, desde niños estamos oyendo expresiones negativas sobre los gitanos que de adultos podemos compartir o no. Según DEVINE, mientras que los estereotipos se activan de manera automática, las creencias lo hacen de forma controlada.

2.2.- Esquemas.

Este enfoque ha sido planteado en oposición a los mecanismos asociacionistas.

Los esquemas, que tienen su origen en la Psicología gestáltica y en la concepción sobre formación de impresiones de ASCH, son representaciones a gran escala con una estructura interna significativa. Un concepto u observación simple adquiriría significados diferentes si está en distintos esquemas, pues es el esquema el que otorga significado a las partes constituyentes en un proceso de arriba hacia abajo. Por ejemplo, la representación que la mayoría tenemos de “amantes de su tierra” tiene un significado diferente cuando aparece dentro del esquema “andaluz” que cuando lo hace dentro del “catalán” o “vasco”. Esta concepción sobre las representaciones mentales ha sido predominante en Psicología social durante las pasadas dos décadas.

Los esquemas son unidades estructuradas de conocimiento general sobre un objeto o concepto. Su número, pues, es prácticamente ilimitado. Sin embargo, algunos tipos de esquemas han sido estudiados de manera especial:

- Esquemas de personas: las Teorías Implícitas de la Personalidad.
- Esquemas del Yo: la representación que tenemos de nosotros mismos.
- Esquemas de roles o estereotipos: relativos a las personas que pertenecen a determinadas categorías o grupos sociales (estereotipos), o que ocupan ciertas posiciones sociales particulares (roles).
- Y esquemas de sucesos o guiones: visita al dentista, comer en un restaurante.

Los esquemas representan un conocimiento abstracto más que episodios vinculados a determinados tiempos y contextos.

Su activación es un proceso de todo o nada (se activa o no). La activación ocurre cuando se piensa explícitamente sobre el tema en cuestión o cuando la persona se encuentra con información relevante. Una vez activado el esquema, todas las estructuras de conocimiento que están contenidas en él se hacen accesibles. No obstante, su accesibilidad puede variar ya que depende de la frecuencia de su uso y de lo recientemente que haya sido activado. Cuanto mayor sea la accesibilidad, mayor es la probabilidad de que el esquema sea activado y usado.

Pero los esquemas son unidades independientes, es decir, el hecho de que se active un esquema no afecta necesariamente a los esquemas relacionados.

Los esquemas sirven para:

- Favorecer la atención hacia la información relacionada con el esquema.
- Interpretar esa información.
- Ayudar, funcionando como señales o guías, a la recuperación de información de la memoria.

Estos últimos tres efectos ocurren generalmente en un nivel preconsciente, de manera que el perceptor generalmente cree que lo que percibe o recuerda es lo que realmente ocurrió, ignorando la contribución de sus estructuras cognitivas.

* El concepto de prototipo.

Un concepto relacionado con el de esquema es el de prototipo. Un prototipo se define como “un conjunto abstracto de características comúnmente asociadas con los miembros de una categoría, teniendo cada característica un peso asignado de acuerdo con el grado de asociación que tenga con la categoría” (CANTOR, 1981). Así, el prototipo de “andaluz” contiene numerosas características, unas más definitorias de esta categoría (“gracioso”, “abierto”) que otras (“seguro de sí”). Los prototipos se aplican a todo tipo de personas y a otras categorías, como las referidas a situaciones o al Yo.

Una de las principales aportaciones del enfoque de los prototipos es el énfasis que se pone en la organización jerárquica de estas estructuras cognitivas, de manera que las categorías se situarían en diferentes niveles de generalidad, incluyéndose unas en otras. Por ejemplo, dentro de la categoría andaluz, una persona puede establecer dos grandes subcategorías: andaluces orientales (más cerrados y serios) y occidentales (más abiertos y divertidos); a su vez, dentro de cada uno de estos subgrupos se pueden tener otras múltiples subdivisiones. El nivel superior es el más general y amplio e incluye a todos los inferiores; las características que pueden decirse de los integrantes de esta categoría también se aplican a los miembros de las categorías integradas en ella. Por ejemplo, si de los andaluces se piensa que son “abiertos”, esto también puede decirse de un granadino o de un gaditano. Lo contrario no es cierto, dado que hay cosas que se pueden pensar de un granadino pero que no caracterizarían a un andaluz.

2.3.- Ejemplares.

Este enfoque, bastante más reciente que el de los esquemas, mantiene que las representaciones mentales contienen, en vez de generalizaciones, casos típicos o “buenos ejemplos”. Es decir, más que almacenar en nuestra mente algún prototipo promedio que hemos extraído de la experiencia, lo que hacemos es almacenar, y recordar, los ejemplares más claros con los que nos hemos encontrado. Si, por ejemplo, nos encontráramos con una persona, para catalogarla como “andaluza”, lo que haríamos sería compararla con los ejemplos que tenemos en nuestra memoria. Los diferentes ejemplares de que disponemos se activarían en paralelo, aunque el grado de activación de cada uno dependería de su semejanza con el estímulo.

Ventajas del enfoque de los ejemplares respecto al de los prototipos:

- Tiene en cuenta las asociaciones o correlaciones entre los atributos que forman parte de una misma estructura cognitiva, algo que no se consideraba en la perspectiva prototípica. Así, todos sabemos que ciertas características es probable que aparezcan asociadas a unas características determinadas y no a otras. Por ejemplo, si alguien me dice que ayer cenó en un restaurante un solomillo exquisito, lo más probable es que yo infiera inmediatamente que ha cenado sentado y que le ha supuesto cierto desembolso económico.

- Representa la información sobre la variabilidad dentro de una estructura cognitiva. Así, hay estructuras que tienen mucha variabilidad (“restaurante típico del lugar”) y otras que son bastante uniformes (“hamburguesería”).

- Según este enfoque, el proceso de modificación de las estructuras cognitivas consistiría en que cuando se percibe algo que no encaja en los ejemplos existentes, se crea una nueva instancia.

- Por último, en contraste con el proceso de activación de todo o nada de los esquemas, diferentes subconjuntos de representaciones ejemplares pueden ser activados por diferentes indicios o contextos, de manera que los efectos de un determinado conjunto de ejemplares pueden ser muy específicos y limitados a ciertos contextos. Por ejemplo, la gente, en vez de construirse una idea monolítica de los andaluces, probablemente construye diferentes conceptos de andaluces en diferentes contextos.

3.- LA ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO.

En nuestra mente existe un sinnúmero de representaciones mentales, y sólo algunas de ellas están activadas y se utilizan cuando identificamos, interpretamos o, en general, respondemos a los estímulos que nos rodean.

La cuestión de la activación del conocimiento es de considerable importancia, pues el hecho de que se active una u otra representación mental influye en la percepción de la realidad y en la propia conducta del perceptor. Así, por ejemplo, ante la visión de una misma conducta (un chico empuja a otro), las personas en las que se activó el esquema “negro” (aplicado al agresor) calificaron el suceso como de mayor violencia que las personas en las que se activó el esquema “blanco”.

La activación de una representación depende básicamente de su accesibilidad, aplicabilidad y saliencia (HIGGINS, 1996).

3.1.- Accesibilidad.

Se entiende por accesibilidad “el potencial de activación del conocimiento disponible” (HIGGINS, 1996). Este potencial de activación depende de:

- Lo recientemente que haya sido utilizado ese conocimiento.
- La frecuencia y cronicidad de su uso.
- Y ciertas características propias de la información.

No obstante, aunque la preactivación de un concepto facilita su uso posterior (lo que se denomina “efecto de asimilación”), eso no implica que siempre la nueva información sea considerada como perteneciente a la misma categoría preactivada. En otras palabras, que por el hecho de preactivar primero el concepto “testarudo”, no siempre se ha de calificar después la conducta de otra persona que pueda considerarse simplemente como “persistente”, también con el concepto de “testarudo”. También puede ocurrir un “efecto de contraste”. Es decir, que después de preactivar rasgos negativos en unos sujetos, éstos pueden ver estímulos posteriores como más positivos que otros sujetos a los que se les han preactivado rasgos positivos. Este efecto de contraste ocurre, sobre todo, cuando la persona es consciente de la preactivación o recuerda los elementos preactivados cuando está haciendo sus juicios.

* Utilización reciente del conocimiento.

Numerosos estudios han puesto de manifiesto que la activación previa de un determinado conocimiento incrementa la probabilidad de que se use ese conocimiento al responder a un estímulo posterior, en comparación con otro que tiene la misma aplicabilidad pero que no ha sido activado con anterioridad. Como ejemplo sirve la investigación de HIGGINS (1977):

- HIGGINS y colaboradores presentaron a los participantes en su estudio ciertas situaciones ambiguas, como la siguiente: “Una vez que Donald había decidido hacer algo, no paraba hasta que lo hacía; sólo raramente, cambiaba de opinión, incluso aunque hubiera sido mejor para él que lo hiciera”.

- Antes de que se les presentaran estas descripciones, la mitad de los sujetos habían participado en otra investigación en la que habían estado expuestos a la palabra “testarudo”, mientras que la otra mitad lo estuvo a la palabra “persistente”.

- Los resultados mostraron que las personas calificaban la conducta ambigua posterior en consonancia con el término al que habían estado expuestos con anterioridad.

En la duración de los efectos sobre una percepción posterior de una representación que ha sido activada, se ha encontrado un patrón bastante variable: desde una semana hasta varios segundos. Este último resultado se observa, sobre todo, cuando hay otros constructos competidores igualmente accesibles.

* Frecuencia y cronicidad de preactivación del conocimiento.

SRULL y WYER (1979), por ejemplo, encontraron una relación directa entre la frecuencia de la preactivación de un determinado constructo y la probabilidad de su uso posterior.

Los individuos, pero también los grupos, diferimos en la accesibilidad de determinados constructos. Por ejemplo, los miembros de grupos minoritarios suelen tener más accesible la información concerniente a su pertenencia grupal que los miembros de grupos mayoritarios.

Un tipo de constructos fácilmente accesibles son los que tienen que ver con nosotros mismos, dado que se trata de información que es activada con frecuencia y, por tanto, es posible que además haya sido activada en un pasado reciente. Cada persona tiene en relación consigo mismas concepciones relativamente claras en algunas áreas y menos claras en otras. Es probable que seamos esquemáticos del Yo en una dimensión si ésta es importante para nosotros y si ocupamos una posición extrema en ella. Por ejemplo, una persona que sea muy atractiva físicamente y otra que sea poco agraciada, probablemente serán más esquemáticas del Yo en la dimensión atractivo físico que una tercera persona que ocupe una posición intermedia en esa dimensión. MARKUS (1977) encontró que las personas esquemáticas del Yo en la dimensión “independencia”, procesaban información relacionada con ese constructo de manera más rápida y consistente que quienes eran no esquemáticos en esa dimensión.

* Características propias de la información.

Existen ciertas características de la propia información que la hacen más o menos accesible. Una de estas características es su carácter llamativo. Se ha constatado que la información basada en ejemplos, en particular cuando son extremadamente llamativos, suele ser más accesible que la información estadística. Por ejemplo, analizando la eficacia de las campañas realizadas en USA para prevenir el SIDA, se encontró que tuvo más impacto el reconocimiento público por parte del jugador de baloncesto Magic Johnson de que tenía SIDA como consecuencia de relaciones heterosexuales, que cientos de mensajes previos en los que se había indicado que el porcentaje de personas que se estaban contagiando por esta vía ascendía vertiginosamente.

3.2.- Aplicabilidad.

La aplicabilidad se refiere a la relación entre las características del conocimiento almacenado y las características observadas en el estímulo. Cuanto mayor es la superposición entre ambos tipos de características, mayor es la aplicabilidad del conocimiento al estímulo y mayor es la probabilidad de que el conocimiento sea activado en su presencia. Por ejemplo, BANAJI y colaboradores (1993) encontraron que los constructos preactivados no eran utilizados si no se ajustaban a la categoría social de pertenencia de la persona estímulo. Así, cuando el constructo “dependiente” era preactivado, aunque fuera aplicable a la conducta percibida después, sólo era utilizado si la persona estímulo era mujer, y no cuando era hombre.

La aplicabilidad no debe confundirse con la consistencia. Un constructo cuyas características sean inconsistentes con las del estímulo, puede tener mayor aplicabilidad al estímulo que un constructo cuyas características sean irrelevantes. Por ejemplo, una conducta deshonesto es inconsistente con la categoría “honesto”, pero comparte la dimensión de honestidad. Así, si se preactiva un constructo inconsistente puede producir un efecto de contraste, pues puede utilizarse como criterio de comparación, cosa que no ocurriría con un constructo irrelevante.

Establecer el grado de superposición entre lo percibido y lo almacenado es básicamente un proceso de categorización. Categorizar significa incluir un estímulo dentro de una categoría o conjunto de estímulos, basándose para ello en el parecido que tiene con esos estímulos y en las diferencias con otros. Así, cuando vemos a una persona y percibimos que se trata de un “profesor”, lo que hemos hecho es categorizar.

Tradicionalmente se pensaba que para etiquetar un estímulo como integrante de una determinada categoría o grupo, ese estímulo debía presentar una serie de características necesarias y suficientes que compartían todos los integrantes de la categoría. Sin embargo, esta consideración dista mucho de reflejar lo que realmente hacemos cuando categorizamos. Por ejemplo, para que un suceso fuese clasificado como un “juego”, debería presentar una serie de elementos mínimos (como “ejercicio para divertirse”); sin embargo, los juegos olímpicos son juegos, aunque la diversión no sea precisamente algo que los caracterice.

Como alternativa al “enfoque clásico de la categorización” surgió la perspectiva de los “prototipos”. Según esta aproximación, la pertenencia a una categoría es algo probabilístico, más que de todo o nada. La probabilidad de categorizar un estímulo como perteneciente a una u otra categoría depende del parecido que tenga con el “prototipo de la categoría” (el “promedio” o “ideal”). Dado que cualquier estímulo comparte muchas similitudes con numerosos prototipos, los límites entre categorías son difusos. Así, un canario es un ave más típica que un avestruz. El enfoque de los “ejemplares” sería semejante a esta aproximación, sólo que la comparación se haría no con el prototipo, sino con los “buenos ejemplos” que se tienen de la categoría.

HIGGINS (1996) diferencia entre “aplicabilidad”, o “bondad del ajuste”, y la “susceptibilidad estimada de utilización”, que es el grado en que el perceptor considera apropiado o relevante aplicar el conocimiento al estímulo. La “susceptibilidad estimada de utilización”:

- Es importante porque influye en si el conocimiento activado se utilizará realmente o no. Así, aunque la información almacenada esté activada, debido a su accesibilidad y aplicabilidad a un estímulo, puede que no se utilice conscientemente si se percibe como irrelevante o inapropiada. Por ejemplo, las personas sin prejuicios intentarán no utilizar la información estereotípica al juzgar a los demás cuando la situación permite realizar juicios de “susceptibilidad estimada de utilización”, juicios que están bajo el control de la persona.

- Ocurre después de la activación del conocimiento, pero no antes de su uso.

Según OAKES y colaboradores (1994), la cognición social tradicional ha enfatizado la importancia de la “accesibilidad” en la activación del conocimiento, en detrimento del “ajuste” o “aplicabilidad”. Según estos autores, el ajuste, que puede ser comparativo o normativo, desempeña un papel crucial.

- El “ajuste comparativo” es de carácter básicamente perceptivo: la conducta de una persona se calificará como “aventurera”, por ejemplo, cuantos más atributos tenga del tipo de conductas de atrevimiento, riesgo, fuera de lo común, etc.

- El “ajuste normativo”, en cambio, hace referencia al significado social de las semejanzas y diferencias observadas. Por ejemplo, no calificar como conducta propia de los “profesores” la conducta de reivindicar que entre en un examen la menor materia posible.

3.3.- Saliencia.

Este concepto hace referencia a que no todas las características de un estímulo reciben, en un momento concreto, la misma atención.

- La saliencia es algo que ocurre en el momento mismo de la exposición al estímulo, que guía la atención de manera selectiva hacia algún aspecto específico de él, sin que haya una predisposición previa por parte del perceptor hacia cierto tipo de estímulos.

- Tiene que ver con propiedades de la situación estimular, no con propiedades del perceptor.

Un objeto de la percepción o del pensamiento puede ser saliente:

- Debido a sus propiedades absolutas (“prominencia natural”).

- Debido a sus propiedades en comparación con las propiedades de otros objetos que se encuentren en la situación (“distintividad comparativa”). Por ejemplo, si vemos a dos personas hablar entre sí, pero una de ellas está en una posición que es más fácilmente observable desde el lugar en que nos encontramos, eso hará que esa persona sea más saliente. También, las propiedades de un estímulo que, por la razón que sea (novedad, rareza), lo diferencian de los demás estímulos presentes en la situación, lo hacen saliente. Por ejemplo, minoría de blancos en un grupo mayoritariamente de color. McGUIRE y colaboradores (1979), también encontraron que esto era cierto en el caso de la autopercepción. Por ejemplo, es más probable que un niño varón se perciba en función de su género cuando es el único hijo varón que cuando tiene otros hermanos.

No obstante, con frecuencia es difícil diferenciar entre “distintividad comparativa” y “prominencia natural”.

3.4.- El heurístico de disponibilidad.

“Un individuo utiliza el “heurístico de disponibilidad” siempre que estima la frecuencia o probabilidad, en función de la facilidad con que ejemplos o asociaciones vienen a su mente” (TVERSKY y KAHNEMAN, 1973).

La diferencia básica entre este heurístico y la “accesibilidad” estriba en que el heurístico de disponibilidad es una experiencia subjetiva (HIGGINS, 1996). Esto es, es el juicio consciente de que determinadas instancias de una categoría son más fáciles de activar, lo que hace que se estime una mayor frecuencia de esas instancias. Para aclarar esta distinción, se expondrá un experimento de SCHWARZ y colaboradores (1991), cuyo resultado puede explicarse mejor por el heurístico de disponibilidad que por un efecto directo de la accesibilidad:

- En un estudio que trataba supuestamente sobre “memoria autobiográfica”, se pidió a los participantes que describieran situaciones en las que se habían comportado de manera asertiva y segura.

- A la mitad de los sujetos se les pidió que describieran 6 ejemplos de estas situaciones, y a la otra mitad que describieran 12 ejemplos. Un estudio previo había mostrado que generar 6 ejemplos de un tipo de conducta es experimentada como una tarea más fácil que generar 12.

- Según el heurístico de disponibilidad, los resultados mostraron que los participantes que recordaban 6 ejemplos de conducta asertiva se consideraron a sí mismos como más asertivos que los sujetos que recordaban 12, a pesar de que estos últimos recordaban más conductas asertivas.

4.- CONSECUENCIAS DE LA ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO.

La construcción de toda nuestra experiencia consciente (actitudes, juicios y percepciones) se basa en el conocimiento almacenado en la memoria, con igual fuerza que lo hacen las experiencias de recuerdo explícitas. Así, de manera implícita, se utiliza el “conocimiento previo” como un marco que:

- Dirige la atención del perceptor hacia aspectos especialmente significativos de la información, a la vez que permite ignorar detalles sin importancia.

- Influye en las inferencias que permiten “ir más allá de la información dada”.

- Guía los juicios y evaluaciones.

- Completa, con valores por defecto o esperados, los atributos que no se observan.

En definitiva, “la activación del conocimiento previo” permite la construcción de una visión estable y coherente del mundo y de uno mismo.

4.1.- Atención.

Diversos estudios han mostrado la influencia que la activación de determinado conocimiento tiene sobre la atención.

COHEN (1977):

- Presentó a los sujetos de su investigación una película en la que una chica realizaba en su casa diversas actividades cotidianas. A un grupo de sujetos se le dijo que la chica era “bibliotecaria”, mientras que al otro grupo se le dijo que era “camarera”. Transcurrido cierto tiempo, se les pidió que expresaran todo lo que recordaran de lo que habían visto.

- Los resultados mostraron que cada grupo recordaba más acciones y detalles congruentes con el conocimiento que previamente se había activado (camarera o bibliotecaria), a pesar de que la película era idéntica para ambos grupos. Según COHEN, la activación del conocimiento guiaba la atención de los sujetos hacia unos determinados elementos de la película, en este caso, congruentes con el conocimiento.

Varias investigaciones realizadas por FISKE y colaboradores (1984), han mostrado los efectos de la activación de determinadas representaciones mentales (concebidas como metas o expectativas) sobre la atención. Por ejemplo:

- Hicieron creer a los participantes en su estudio que tendrían que trabajar conjuntamente con otro compañero en una tarea. A la mitad de los sujetos se les dijo que podrían ganar 20 dólares dependiendo de cómo hicieran la tarea conjuntamente. A la otra mitad de los sujetos no se les hizo dependientes de los resultados del otro compañero.

- Posteriormente, a los perceptores se les hizo creer que su compañero era probable que fuera competente o incompetente en la tarea.

- Antes de comenzar la tarea, cada perceptor recibió información específica sobre su compañero: la mitad de esa información era consistente con la expectativa creada, y la otra mitad inconsistente.

- La hipótesis de estudio era que los perceptores cuyos resultados eran dependientes del compañero prestarían mayor atención a la información inconsistente que los perceptores no dependientes. Se supone que la dependencia de resultados hace que los perceptores tengan más interés por comprender al compañero, lo que hará que presten más atención a la información que es inconsistente con las expectativas, dado que esta información es crucial a la hora de proporcionar capacidad de predicción y control. Los atributos consistentes proporcionan poca información, pues simplemente confirman la expectativa que ya se tiene.

- Los resultados confirmaron la hipótesis anterior: Los perceptores cuyos resultados eran dependientes del compañero prestaron más atención a la información inconsistente que los perceptores no dependientes; la atención a la información consistente no difería según el tipo de perceptor.

4.2.- Codificación, interpretación y organización de la información.

El conocimiento activado influye en la interpretación de los estímulos que se perciben, especialmente cuando se trata de estímulos ambiguos o respecto a los que se carece de información. Como ejemplo, valga el experimento de DARLEY y GROSS (1983):

- Presentaron a los participantes un vídeo de una niña de 9 años, Hannah, en el patio de su escuela (en su barrio).

- La mitad de los sujetos veían que Hannah era de una familia pobre (la escuela y el barrio así lo indicaban), mientras que la otra mitad veían un buen colegio y un barrio elegante. Cuando se les preguntaba a los sujetos qué capacidad creían que tenía Hannah para las matemáticas o la lectura, tanto quienes creían que la niña era de familia pobre como quienes creían que era de acomodada, dieron las mismas estimaciones.

- En otras dos condiciones experimentales, después de este primer vídeo, los sujetos vieron otro en el que aparecía Hannah, de espaldas, respondiendo a un test de inteligencia. La situación era totalmente ambigua, pues había sido grabado de manera que no permitía saber cómo estaba haciendo el test. Cuando se les preguntó a los participantes por el rendimiento de Hannah en el test, quienes creían que era de buena familia consideraron que lo hacía mejor en todos los campos que quienes creían que era pobre.

La codificación e interpretación de lo que percibimos no consiste sólo en resumir la información recibida o formarse una impresión coherente, sino que posee también una dimensión social, relacionada con el sistema de valores del individuo. Así, una interacción eficaz con el medio no podría darse si la gente ignorara el valor diferente que poseen los innumerables estímulos que percibimos, un valor que, en gran medida, es determinado socialmente. Como ejemplo, el experimento de VALLONE y colaboradores (1985):

- Presentaron a estudiantes proisraelíes y propalestinos, una serie de noticias de televisión que describían las masacres de 1982 contra palestinos refugiados en el Líbano. A los estudiantes se les pidió que juzgaran si las noticias estaban sesgadas a favor de Israel o a favor de los palestinos.

- Los resultados mostraron que cada grupo de participantes percibió las noticias como contrarias a su posición.

La corriente “New Look” en los estudios sobre percepción social ya enfatizó, en los años 50, la importancia que la personalidad, valores y otras características de los perceptores tenían sobre la percepción, incluso de estímulos físicos. En el clásico estudio de BRUNER y GOODMAN (1947), niños pertenecientes a familias de diferentes niveles de ingresos económicos evaluaron el tamaño de monedas y de círculos de cartón (del mismo tamaño que las monedas). Los resultados mostraron que los niños de nivel económico bajo, cuando percibían monedas de cierto valor, las veían más grandes de lo que en realidad eran, fenómeno que no se producía cuando percibían círculos de cartón, y que tampoco se daba en los niños de nivel económico más elevado.

Esta importancia de los valores, también queda de manifiesto en el denominado “error de sobreinclusión categorial”, que consiste en identificar como miembro de una categoría a un elemento que no lo es. TAJFEL (1972) encontró que el error de sobreinclusión se daba más a menudo en el caso de categorías que poseían una valoración negativa para el perceptor. Por ejemplo, cuando a un grupo de personas se les pidió que, viendo fotografías, identificaran los rostros de quienes eran judíos, se encontró que quienes tenían prejuicios hacia este grupo obtenían una tasa de aciertos mayor que quienes no los tenían. Esta mayor tasa de aciertos se debía a que las personas prejuiciosas cometían errores de sobreinclusión, esto es, en caso de duda decían que alguien era judío, aunque no lo fuera. Es como si estos sujetos prefirieran cometer el error de que un no-judío fuera calificado como tal, que el error de que un verdadero judío pasara desapercibido.

4.3.- Memoria y recuperación de la información.

El conocimiento activado influye en la información que es recordada. Esta influencia puede ocurrir en dos momentos distintos.

En primer lugar, el conocimiento activado influye en la atención y en cómo se procesa la información (tal y como se ha visto en el apartado anterior), lo que a su vez afecta a qué es lo que se recuerda. Por ejemplo, aquello a lo que no se le presta atención es probable que no se recuerde. Así, en el estudio de COHEN, los sujetos recordaban detalles de la película acordes con el conocimiento que había sido activado (camarera o bibliotecaria).

En segundo lugar, también el conocimiento activado puede influir una vez que ha sido recibida la información, en la fase de recuperación. En la investigación de SNYDER y URANOWITZ (1978):

- A los sujetos se les leía una pequeña biografía sobre una mujer llamada Betty. De la biografía se había eliminado cualquier pista que pudiera servir para deducir la orientación sexual de la protagonista. A continuación, se les daban unos minutos para que pudieran formarse una impresión global de Betty.

- Seguidamente, los experimentadores informaban de manera clara sobre las inclinaciones sexuales de la persona descrita: a un grupo se le dijo que era lesbiana, a otro que heterosexual, y al tercero no se le dijo nada al respecto. Después de esto, a los participantes se les presentaban una serie de elementos y se les preguntaba si habían aparecido o no en el relato.

- Los resultados mostraron que los sujetos a los que se les había dicho que Betty era lesbiana, cometían más errores consistentes en señalar como correctos ítems relacionados con la homosexualidad que, en realidad, no habían aparecido en el relato. Esto demuestra que los recuerdos no son reproducciones fidedignas de experiencias almacenadas en la memoria, sino construcciones realizadas en el momento de recuperar la información. Depende, pues, de la representación que esté en funcionamiento cuando realizamos esa recuperación, el que recordemos unas cosas u otras.

El conocimiento activado puede ser un constructo específico y momentáneo, o también puede consistir en creencias más estables y duraderas mantenidas por los perceptores sociales. Por ejemplo, ROSS y McFARLAND (1988) piensan que tenemos dos tipos de teorías básicas respecto a la relación entre el pasado y el presente:

- Según la primera, apenas hay cambios temporales. Por ejemplo, la inteligencia o la timidez suelen mantenerse estables a lo largo del tiempo.
- Según la segunda, las cosas cambian. Por ejemplo, en la mentalidad anglosajona la gente cree que cuando una persona se esfuerza y trabaja duro por conseguir algo, suele avanzar en la consecución de esa meta; estas creencias hacen que las personas distorsionen sus recuerdos del pasado.

Si bien los efectos del conocimiento activado son semejantes ya operen antes de recibir la información (en la fase de codificación) o bien lo hagan después (en la fase de recuperación), las investigaciones han mostrado que su influencia es más poderosa si el conocimiento está activado desde el principio, de manera que “filtra” la información que se recibe.

* Información consistente frente a inconsistente.

Los estudios que hemos comentado hasta ahora, muestran una tendencia a recordar mejor la información congruente o consistente con las expectativas previas, que la información irrelevante o inconsistente. Sin embargo, este resultado se vio desafiado por una investigación de HASTIC y KUMAR (1979) que mostraba que la gente recordaba mejor la información incongruente, seguida de la congruente, y peor la irrelevante. También la revisión realizada por STANGOR y McMILLAN (1992) de 54 experimentos en los que se comparó el recuerdo de información consistente e inconsistente, confirmó la superioridad en el recuerdo de la información inconsistente.

No obstante, hay que señalar que la investigación también ha mostrado la existencia de importantes variables que moderan este efecto. Así, la tendencia a recordar mejor la información inconsistente es más débil:

- Cuando la gente intenta ratificar una impresión que ya se han formado que cuando se están formando una primera impresión.
- Cuando el perceptor tiene fuertes expectativas.
- Cuando la información procesada es compleja o el tiempo de que se dispone es limitado.
- Cuando se intenta memorizar la información, más que formarse una impresión coherente.
- Y cuando la información se refiere a un grupo más que a un individuo.

Como puede apreciarse, la ventaja en el recuerdo de la información inconsistente parece darse cuando la persona tiene la capacidad y la motivación para procesarla, deduciéndose, por tanto, que esta información necesita de mayores esfuerzos para su procesamiento.

FISKE y TAYLOR (1991), han señalado también la existencia de otro factor que influye en que se recuerde mejor la información congruente o incongruente, y es la “fuerza de la representación”:

- Cuando se trata de conocimientos que son débiles o que se están desarrollando, entonces es probable que el individuo preste atención y recuerde la información que es inconsistente.
- Cuando los conocimientos, en cambio, están bien desarrollados, la gente tiende a validar sus creencias fijándose en la información consistente.

- Pero si la estructura cognitiva está muy desarrollada, como sucede con el conocimiento de los expertos en un área determinada, de nuevo la información que sale favorecida es la incongruente.

4.4.- Realización de evaluaciones, juicios, predicciones, inferencias y conductas.

Las consecuencias de la activación del conocimiento sobre la realización de evaluaciones, juicios, predicciones, inferencias y conductas, han quedado de manifiesto a lo largo de la mayoría de los estudios que se vienen comentando en este tema. Por otra parte, en el último apartado de este capítulo, cuando se considere el proceso de inferencia social, volverán a ser analizados estos efectos de manera más detenida. Por ello, ahora sólo se incluirán algunos comentarios de carácter general que subrayan los efectos conductuales del conocimiento activado y que muestran la complejidad de estos efectos en general.

Dentro de la cognición social no sólo se ha estudiado la “racionalidad fría”, sino que también han sido objeto de investigación la conducta irracional, los afectos y emociones o los conflictos intergrupales. Así, numerosas investigaciones han puesto de manifiesto que cuando se activa el conocimiento referido al grupo de pertenencia de la persona percibida (y del propio grupo de pertenencia del perceptor) se producen efectos cognitivos, evaluativos y conductuales.

Por ejemplo, en los clásicos estudios sobre categorización, como el de BILLIG y TAJFEL (1973), ya se encontró que cuando un agregado de individuos era dividido en dos categorías, aunque fuera siguiendo un criterio aleatorio, se observaba que la gente tendía a percibir a los miembros de cada nueva categoría como semejantes entre sí, y diferentes de los miembros de la otra categoría. Sin embargo, lo curioso de este fenómeno es que se observaba una asimetría, tanto cognitiva como evaluativa, en este proceso:

- Una asimetría cognitiva porque los miembros del endogrupo son percibidos de manera más diferenciada en personalidad, intereses, valores, y otras características, que los miembros del exogrupo. Este fenómeno se conoce con el nombre de “homogeneidad exogrupal”.

- Y una asimetría evaluativa en la percepción del endogrupo y del exogrupo, porque el endogrupo tiende a ser visto de manera más positiva.

Estos resultados pueden explicarse apelando a:

- Mecanismos estrictamente cognitivos. Así, por ejemplo, es probable que la información positiva sobre nosotros y nuestros grupos sea más accesible, de la misma manera que podemos tener más información sobre nuestros endogrupos que sobre los exogrupos, y esto hace que los percibamos como más variables.

- Mecanismos de índole motivacional, como la formulada por la “Teoría de la identidad social” (TAJFEL, 1978). Según esta teoría, la identidad social de una persona deriva de los grupos a los que pertenece; dada la tendencia en la persona a buscar una identidad social positiva, esto le lleva a realizar comparaciones entre los grupos a los que pertenece (endogrupos) y otros grupos (exogrupos) y a intentar que en los resultados de tales comparaciones su endogrupo resulte favorecido.

5.- EL PROCESO DE INFERENCIA.

El conocimiento social no sólo consiste en detectar información, reconocerla, recuperarla o comprenderla. Con frecuencia, implica ir más allá de la información disponible y requiere formarse impresiones, realizar juicios o formular inferencias.

La definición coloquial del término “inferencia” establece que se trata de un proceso en el que se va más allá de la información disponible, pretendiéndose llegar a unas conclusiones acerca de los datos que no están completamente contenidas en los datos mismos. Si la persona se atiene exclusivamente a los datos que maneja, no hay inferencia.

Para FISKE y TAYLOR (1991) la inferencia “es el tema central de la cognición social”. Es un proceso y un producto:

- Como proceso (que es en lo que se centra este capítulo) implica decidir qué información se reúne en torno a un tema o una cuestión, recoger dicha información y combinarla en alguna forma.

- Como producto viene a ser el resultado de un proceso de razonamiento.

Algunos autores defienden que, a la hora de realizar cualquier inferencia, existe un “modelo o teoría normativa”, esto es, una forma adecuada o correcta de realizarla. De esta manera, siguiendo unas reglas determinadas, se llegaría a una inferencia correcta. Para ello hay que proceder ordenadamente en tres fases sucesivas:

1. Recogida de la información.
2. Muestreo de la información.
3. Uso e integración de la información.

Lo que se consigue a lo largo de cada una de estas fases es una depuración de la información. Si las personas fueran procesadores lógicos de la información, no tendría por qué haber errores en la inferencia. Sin embargo, sí los hay, y además se producen en cada fase del proceso.

5.1.- Recogida de la información.

Diariamente, todas las personas hacemos numerosos y complejos juicios. Incluso la inferencia o el juicio más nimio comienza con el proceso de decisión acerca de qué información es relevante.

Según el modelo normativo, el perceptor social debería escrutar y ponderar toda la información relevante antes de llegar a una conclusión. Sin embargo, la evidencia muestra que el proceso de toma de decisiones acerca de cuál es la información relevante se ve fuertemente influido por las expectativas previstas, esto es, por el conocimiento que ha sido activado. Por ejemplo, de las preguntas que se dirigen en una entrevista de trabajo, el entrevistado tiende a considerar más importantes aquellas que se relacionan más directamente con el trabajo.

Hacer la selección de datos guiándonos por las expectativas previas, o por el conocimiento que ha sido activado, puede ser perfectamente apropiado en ciertas circunstancias. Por ejemplo, si el responsable de una selección de personal nos hace una pregunta relativamente vaga, del tipo “¿Qué le gusta a usted hacer?”, uno puede guiarse por la situación en que se encuentra (una entrevista laboral) y contestar hablando sobre el propio perfil profesional y no sobre nuestros gustos cinematográficos.

Sin embargo, el conocimiento se puede activar por diversas causas (accesibilidad, aplicabilidad y saliencia) que no tienen por qué ser necesariamente apropiadas para la situación en que nos encontramos. Por ejemplo, si somos personas “esquemáticas del Yo” en la dimensión “deporte”, es probable que al contestar al entrevistador le describamos nuestra afición deportiva.

5.2.- Muestreo de la información.

Una vez que la persona ha decidido qué información es relevante (por ejemplo, “hablaré con el entrevistador de mis cualidades para el trabajo”), los datos han de ser sometidos a un muestreo. Esto es, no todo lo que sabemos acerca de nuestras cualidades laborales hemos de contarle.

Según FISKE y TAYLOR (1991), cuando a las personas se nos suministra una muestra adecuada solemos utilizarla de manera bastante correcta. Sin embargo, cuando somos nosotros mismos quienes hemos de seleccionar la muestra, es fácil que cometamos algunos errores, como:

- Dejarnos llevar por los ejemplos extremos de la muestra.
- No prestarle atención suficiente a su tamaño (prestándole especial atención a las muestras pequeñas).
- Utilizar muestras sesgadas.

Una investigación que ilustra el impacto de los ejemplos extremos de la muestra es la de ROTHBART y colaboradores (1978):

- Describieron a sus sujetos dos grupos diferentes: el Grupo A, cuya descripción incluía un determinado porcentaje de delitos de carácter moderado, y el Grupo B, cuyo porcentaje de delitos descritos era igual que en el Grupo A, pero algunos de ellos de carácter grave y no moderado.

- Los resultados mostraron que los sujetos a lo que se les describía el Grupo A recordaban menor porcentaje de delitos que los sujetos a los que se les había descrito el Grupo B. Ello demuestra que en la observación del Grupo B se establece, debido a la presencia de delitos graves, una asociación más fuerte entre grupo y delito.

A veces, aunque se nos avise del carácter sesgado de la muestra seleccionada, seguimos utilizándola, como ilustra la investigación de HAMILL, WILSON y NISBETT (1979):

- Presentaron a los sujetos un vídeo en el que se entrevistaba a un guardia de prisiones. En unos casos el guardia se mostraba partidario de la rehabilitación. En otros, defendía que los prisioneros eran auténticos “animales” que sólo serían controlados por la fuerza. Se manipuló también el “tipismo” o grado de representatividad del guardia entrevistado, de tal forma que a algunos grupos no se les proporcionaba información alguna, a otros se les decía que el guardia era bastante representativo de los guardias de prisiones en general y, finalmente, a otros grupos se les decía que el guardia era “atípico”.

- Parece lógico pensar que la información sobre “tipismo” debería haber influido en los juicios de los sujetos. Pese a ello, se encontró que en las tres condiciones de esta variable, los participantes realizaron esencialmente las mismas inferencias sobre los “guardias de prisión en general”: los sujetos del vídeo del guardia compasivo mostraban una actitud más positiva hacia los guardias de prisiones en general, mientras que quienes habían visto al guardia “duro” manifestaban actitudes más negativas.

- El resultado relevante es la nula influencia de la información sobre el grado en que el guardia que se mostraba en el vídeo representaba a sus compañeros de profesión.

5.3.- Uso e integración de la información.

Una vez que la persona ha seleccionado y reunido la información relevante, tiene que combinar esa información y sacar una conclusión.

Se exponen, a continuación, algunos mecanismos que las personas solemos utilizar, cuando combinamos la información de que disponemos, para realizar dos tipos fundamentales de operaciones: Establecer relaciones entre eventos y estimar probabilidades.

* Establecimiento de relaciones entre eventos.

Muchos de los juicios o inferencias que realizamos consisten en establecer relaciones entre dos o más eventos y en estimar cuál es la fuerza de esta relación. Por ejemplo, ¿aprobaré si estudio?.

Establecer una relación entre dos sucesos consiste en efectuar un diagnóstico de covariación. Según FISKE y TAYLOR (1991), para que este diagnóstico de covariación fuera normativamente correcto, debería tener en consideración todos los datos pertinentes. Sin embargo, las investigaciones muestran que rara vez se utiliza toda la información necesaria. Así, por ejemplo, mucha gente cree que no existe asociación entre estudiar y aprobar porque únicamente utilizan para su juicio la información que, en la siguiente figura, se sitúa en la casilla C (la gente que estudia y no aprueba):

	Estudiar	No estudiar
Aprobar	A	B
No aprobar	C	D

Figura 5.1. El diagnóstico de covariación.

La influencia que en los juicios de covariación tienen las creencias previas de los perceptores sociales está sólidamente establecida, y es lo que se conoce como “correlación ilusoria” (CHAPMAN y CHAPMAN, 1967).

* Estimación de probabilidades.

El cálculo de probabilidades es un segundo tipo de tarea inferencial muy común. Las investigaciones en torno a cómo realizamos estos cálculos, han mostrado la ocurrencia de varios fenómenos:

- Sesgo en el cálculo de probabilidades debido a la utilización del “heurístico de representatividad”.
- Ignorancia de las probabilidades previas (o tasa base).
- Fallos en el cálculo de probabilidades conjuntas.
- Dificultades en el manejo de información diagnóstica y no diagnóstica.

Sesgo en el cálculo de probabilidades debido a la utilización del “heurístico de representatividad”.

El “heurístico de representatividad” se utiliza cuando una persona establece la probabilidad de un evento en virtud del grado en el que:

- Se parece en sus propiedades esenciales a la población a la que pertenece.
- Refleja las características prominentes del proceso mediante el que ha sido generado.

Por ejemplo, consideremos la siguiente descripción tomada de TVERSKY y KAHNEMAN (1974): “Steve es muy tímido e introvertido, siempre servicial, pero con poco interés por las personas o por el mundo real. Una persona suave y ordenada, que necesita del orden de la estructura y con una gran pasión por el detalle”. Imaginemos que se nos pregunta por la profesión de Steve: granjero, artista de circo, bibliotecario, buzo de salvamento o cirujano. En casos como éste, el “heurístico de representatividad” suministra una solución rápida: estimamos el grado en el que Steve es representativo, o similar a la persona promedio de cada una de las categorías, y según esto hacemos el juicio acerca de su profesión. En el caso descrito es probable que se deduzca que Steve es bibliotecario, porque la descripción de él es representativa de los atributos estereotípicamente asociados a los bibliotecarios.

En muchas situaciones, la probabilidad y la representatividad de un suceso están correlacionadas. Sin embargo, las probabilidades de un evento se ven afectadas por muchos factores que no tienen impacto en la representatividad. De ahí que, en ocasiones, deducir una alta probabilidad a partir de una alta representatividad pueda resultar erróneo.

Ignorancia de las probabilidades previas (o tasa base).

También suele ser frecuente que, al estimar probabilidades, ignoremos las probabilidades previas de los hechos (o tasa base). Siguiendo con el ejemplo anterior, puede parecer tan claro que Steve es bibliotecario, que ignoremos el hecho de que vive en un pueblo donde sólo hay un bibliotecario y el 80% de los varones son granjeros. En este caso, es muy superior la probabilidad de que sea granjero en vez de bibliotecario.

Fallos en el cálculo de probabilidades conjuntas.

En ocasiones, las personas necesitamos calcular probabilidades conjuntas, esto es, la probabilidad de que dos hechos ocurran al mismo tiempo. Para calcular estas probabilidades, se multiplican las probabilidades de ocurrencia de cada hecho por separado. Esto explica que la probabilidad conjunta sea siempre menor que la probabilidad del hecho menos probable. Sin embargo, bajo ciertas circunstancias, la gente predice mayor probabilidad de ocurrencia de hechos conjuntos que de cada hecho por separado, lo cual es conocido como la “falacia de la conjunción”. Como ejemplo, sirva un estudio de TVERSKY y KAHNEMAN (1982):

- A los sujetos se les presentó una descripción de una chica, Linda, que era representativa de las activistas feministas y poco representativa de las empleadas de banca. Se les pidió a los participantes que estimaran, entre otras, las siguientes probabilidades: que fuera feminista; que fuera empleada de banca; y que fuera feminista y (además) empleada de banca.

- Conforme a la “falacia de la conjunción”, la probabilidad estimada por los sujetos en la tercera condición fue mayor que en la segunda. Este hecho ha sido explicado apelando al “heurístico de representatividad”: La gente ve tan claro que Linda es representativa de las feministas, que ignora el hecho de que se le está preguntando no sólo por esa probabilidad, sino por la de que sea también empleada de banca.

Dificultades en el manejo de la información diagnóstica y no diagnóstica.

Se entiende por información diagnóstica aquella que guarda una relación con la tarea a realizar. No parece lógico que la información sin valor diagnóstico influya en la inferencia. Sin embargo, se ha encontrado un “efecto de desleído o diluido”, en virtud del cual si se añade a una cierta información diagnóstica elementos de información no diagnóstica, las inferencias se hacen menos extremas. Por ejemplo, NISBETT y LEMLEY (1980):

- Presentaron a un grupo de estudiantes de Trabajo Social información sobre una persona. Tal información hacía referencia a que ésta tenía “fantasías sexuales sadoomasoquistas”. Cuando se les preguntaba a los sujetos sobre la probabilidad de que dicha persona cometiera abusos sexuales con niños, las probabilidades estimadas eran altas.

- Sin embargo, dichas probabilidades se estimaban considerablemente inferiores cuando a la misma información diagnóstica se le añadía otra no diagnóstica, del tipo: “esa persona, en sus ratos libres, repara coches antiguos”. La razón de este fenómeno podría estar en que cuando sólo aparece información diagnóstica, la persona es vista como altamente representativa del grupo de “pervertidor de menores”, mientras que esa representatividad disminuye cuando hay información adicional no diagnóstica.

- - - - -

TEMA 6: PROCESOS DE ATRIBUCIÓN.

1.- INTRODUCCIÓN.

Gran parte de los sucesos en los que nos vemos involucrados a diario no son totalmente predecibles. Muchos llegan a crearnos conflictos cognitivos internos debido a que desconfirman expectativas previas o introducen elementos sorpresa, por ejemplo, las críticas recibidas por un trabajo que consideramos bien hecho o que un amigo pase a nuestro lado sin saludar.

Para superar el conflicto interno experimentado se pone en marcha el proceso de atribución causal, en el que tratamos de hallar respuesta a la pregunta de “¿por qué?”. En este capítulo se presentarán:

- Las formas principales en que las personas realizamos dicho proceso.
- Características fundamentales.
- Errores y sesgos que puede provocar.
- Funciones que desempeña.

2.- HEIDER: LA PSICOLOGÍA INGENUA DE LA ACCIÓN.

El proceso que conduce hasta la respuesta a la pregunta “¿por qué?”, recibe en Psicología social el nombre de “proceso atributivo” o “proceso de atribución causal”.

Fue HEIDER (1958) el primer autor que abordó su estudio. Según HEIDER, las personas tienden a creer que un suceso queda explicado satisfactoriamente cuando descubren por qué ha ocurrido. Recurren, para ello, a unas normas de inferencia de sentido común, denominadas por HEIDER reglas de la “psicología ingenua de la acción”.

2.1.- El proceso atributivo según HEIDER.

El punto de arranque del proceso atributivo es la observación de una conducta de alguien (a quién de ahora en adelante se le llamará “actor”), conducta que, por suponer la ruptura de expectativas previas, llama la atención de una persona (de ahora en adelante “observador”). Y el punto final del proceso atributivo llega cuando el observador cree encontrar la causa que produjo la conducta inesperada del actor. Hay dos tipos principales de causas según HEIDER:

- Internas o personales, que radican en el actor.
- Externas o ambientales, que pertenecen al contexto.

Pues bien, la atribución:

- Será a causas internas cuando la persona que hace la atribución ve con toda claridad que la conducta en cuestión era posible para el actor (éste tenía la capacidad para hacerla) y, además, quería llevarla a cabo (tenía la motivación adecuada).

- Y será a causas externas o ambientales cuando la conducta supera la capacidad del actor o éste no pretendía realizarla.

Recapitulando, hay tres puntos importantes a tener en cuenta en el proceso atributivo, según la elaboración de HEIDER:

- La capacidad del actor y la dificultad de la tarea, ya que ambas determinan conjuntamente si la acción es posible para el actor.
- La motivación, porque su concurso es necesario para que la acción se lleve a cabo realmente.
- La naturaleza y/o intensidad de los esfuerzos realizados por el actor, ya que a partir de ellos se infiere la presencia o ausencia de motivación.

2.2.- Medida o grado en que un actor es personalmente responsable de la ocurrencia del suceso.

En líneas generales, cuanto mayor sea la fuerza del elemento ambiental, menor será la responsabilidad de la persona por la acción. En concreto, HEIDER distingue los siguientes niveles de responsabilidad:

- “Asociación”: es el nivel más bajo, en el que no hay capacidad ni motivación. Por ejemplo, cuando alguien que desconoce el manejo de las armas mata a alguien de un disparo accidental.
- “Causalidad simple”: cuando la capacidad existe, pero no la intención. Por ejemplo, a alguien se le dispara un arma mientras la está limpiando.
- “Previsión”: igual que en el caso anterior pero con la diferencia de que la persona debió prever las consecuencias de la acción. Por ejemplo, a alguien se le ha disparado el arma cuando estaba mostrando a otros la habilidad que tenía en su manejo.
- “Intencionalidad”: cuando se dan los dos elementos personales, es decir, la capacidad y la motivación.
- “Justificabilidad”: igual que el anterior pero con la diferencia de que la responsabilidad queda en suspenso por la situación. Por ejemplo, cuando se mata a alguien en legítima defensa.

3.- JONES Y DAVIS: LA TEORÍA DE LAS INFERENCIAS CORRESPONDIENTES.

Las atribuciones internas o personales sirven para predecir la conducta. Así, el miembro de un equipo de trabajo que piense que otro miembro del equipo es “perezoso”, también creerá que va a rendir poco en el trabajo y que se resistirá a colaborar en las tareas que impliquen un esfuerzo extra. JONES y DAVIS (1965) se centran en el estudio de este tipo de atribuciones, a las que denominan “inferencias correspondientes”, ya que infieren directamente la disposición o característica personal del sujeto a partir de la conducta observada.

Para que se produzca una “inferencia correspondiente” debe darse una condición previa: la intención. Pero, además de la intención, hay que tener en cuenta los efectos de la acción y las expectativas que se mantienen sobre el actor.

3.1.- Los efectos no comunes de la acción.

Cualquier acción o conducta produce muchos efectos diferentes. Puede resultar extraño que una persona a la que conocemos bien decida de repente abandonar el entrenamiento deportivo al que es muy aficionado. Si la persona sustituye el entrenamiento por irse tranquilamente de copas con los amigos, algunos de los efectos anteriores permanecen. No se puede decir que haya un ahorro económico y tampoco se tiene más tiempo libre. Estos efectos son comunes a las dos actividades. Pero otros efectos sí cambian: la persona ya no tiene que ver diariamente a sus compañeros de entrenamiento y su vida es algo más tranquila. Estos son “efectos no comunes”.

Pues bien, cuanto menor sea el número de efectos no comunes a los dos tipos de actividades, mayor será la probabilidad de una “inferencia correspondiente”. En el caso anterior, una atribución personal de “pereza” será más probable si la persona se va de copas con sus mismos compañeros de entrenamiento y si su vida es todavía más agitada que antes. El único efecto no común sería precisamente el no tener que soportar la disciplina deportiva.

3.2.- Las expectativas sobre el actor.

Cuando se observa a un actor realizando conductas antinormativas o poco deseables socialmente, también se incrementa la probabilidad de una inferencia correspondiente. El ejemplo clásico es el del solicitante de un puesto de trabajo que en la entrevista de selección reconoce carecer de aptitudes para desempeñar ese puesto.

La conducta antinormativa desconfirma las expectativas que se mantienen sobre el actor. Éstas pueden ser:

- Individuales, que surgen del conocimiento previo que se posee sobre la persona observada.

- Catoriales, que proceden del conocimiento que se tiene sobre la categoría o grupo social al que pertenece.

La desconfirmación de las expectativas lleva a buscar explicaciones de carácter personal e interno.

3.3.- Relevancia hedónica.

Si los efectos no comunes son abundantes y/o las expectativas se confirman, la probabilidad de una inferencia correspondiente es pequeña o incluso nula. Pese a ello, hay excepciones provocadas por razones afectivas.

Existe “relevancia hedónica” cuando la conducta del actor tiene consecuencias que afectan, positiva o negativamente, a las personas que realizan la atribución. La relevancia hedónica hace aumentar la probabilidad de la inferencia correspondiente. Así, un insulto o acción agresiva dirigida contra el observador, se atribuirá más fácilmente a características personales del actor que ese mismo insulto o acción agresiva dirigida contra una tercera persona. Al parecer, la relevancia hedónica, por incidir fuertemente sobre aspectos afectivos, hace disminuir el número de efectos no comunes que percibe el observador.

4.- KELLEY: EL MODELO DE COVARIACIÓN Y LOS ESQUEMAS CAUSALES.

El proceso atributivo cumple unas funciones de predicción y control, según HEIDER.

El modelo de las inferencias correspondientes de JONES y DAVIS se limita a la predicción y control del comportamiento de otras personas, haciendo pasar el ambiente a un segundo plano.

KELLEY, en 1967, aborda el estudio de la atribución desde una perspectiva más amplia, planteándose el problema de la “validez atributiva”: cómo deciden las personas que sus impresiones sobre un objeto son correctas.

4.1.- El modelo de la covariación.

Cualquier persona, al realizar una atribución, suele manejar una serie de elementos de información. En concreto, tendrá en cuenta tres tipos de información:

1. “Consenso”. El observador cree que existe “consenso” cuando todas o la mayor parte de las personas responden frente al estímulo o la situación de igual forma que la persona observada. Por ejemplo, si el observador cree que la mayoría de las personas abandonan el entrenamiento deportivo tras un cierto período de tiempo.

2. “Distintividad”. Existe “distintividad” cuando la persona observada responde de forma diferente a otros objetos o entidades similares. Por ejemplo, si la persona que abandona el entrenamiento no muestra tendencia a abandonar otras actividades que impliquen un esfuerzo continuado, tales como estudios o trabajo.

3. “Consistencia”. Existe “consistencia” cuando la persona responde siempre de la misma o parecida forma al estímulo o situación considerado. Por ejemplo, si ha comenzado a entrenar en varias ocasiones y en distintos gimnasios y siempre con el mismo resultado, el abandono del entrenamiento.

Cada uno de estos elementos de información puede adquirir dos valores, alto y bajo, que se pueden combinar entre sí de múltiples formas. Entre éstas, existen tres que han resultado ser fundamentales porque determinan con claridad el tipo de atribución que realizará el observador. El ejemplo que utilizaremos corresponde al experimento de McARTHUR (1972), en el que la conducta a explicar era: “A Juan le ha gustado la película que acaba de ver”.

1. Un “consenso alto” más “distintividad alta” más “consistencia alta”, determina una atribución al estímulo. Es decir, si todas las personas o la mayoría de ellas reaccionan de igual forma frente al objeto o entidad, si la persona observada reacciona de forma diferente frente a otros objetos o entidades, y si siempre reacciona de igual manera frente a este objeto o entidad, lo más lógico es pensar que es el objeto o entidad en cuestión lo que explica la conducta de la persona. Por ejemplo: Consenso alto (a casi todas las personas que han visto esta película les ha gustado) más Distintividad alta (a Juan no le gusta casi ninguna película de las que ve) más Consistencia alta (a Juan le ha gustado esta película cuando la ha visto anteriormente e incluso cuando la ha visto en vídeo) da como resultado la atribución al estímulo (en este caso, a las características de esta película).

2. Un “consenso bajo” más “distintividad baja” más “consistencia alta”, determina una atribución a la persona, puesto que casi nadie se comporta ante ese objeto o entidad como la persona observada, ésta se comporta de igual forma frente a otros objetos o entidades, y muestra la misma conducta en diferentes momentos temporales. Por ejemplo: Consenso bajo (a casi ninguna persona que ha visto esta película le ha gustado) más Distintividad baja (a Juan le gustan casi todas las películas que ve) más Consistencia alta (a Juan le ha gustado esta película cuando la ha visto anteriormente e incluso cuando la ha visto en vídeo), da como resultado la atribución a las características personales de Juan.

3. Un “consenso bajo” más “distintividad alta” más “consistencia baja”, determina una atribución a las circunstancias. Por ejemplo: Consenso bajo (a casi ninguna persona que ha visto esta película le ha gustado) más Distintividad alta (a Juan no le gusta casi ninguna película de las que ve) más Consistencia baja (a Juan casi nunca le ha gustado esta película cuando la ha visto), da como resultado la atribución a las circunstancias.

Así pues, el modelo de covariación afirma que los sujetos, para formular sus juicios atributivos, examinan cómo covarían entre sí los diversos elementos de información de que disponen.

4.2.- El caso del consenso.

En el experimento de McARTHUR, la información de consenso apenas ejercía influencia sobre los juicios atributivos. NISBETT y BORGIDA (1975), tratando de buscar las causas de esta confirmación parcial del modelo de covariación:

- Relataron a sus sujetos el conocido experimento de DARLEY y LATANÉ sobre ayuda en situaciones de emergencia. En él, la probabilidad de que una persona en apuros recibiera ayuda dependía del número de personas presentes que podían prestarla. Más en concreto, el porcentaje de ayuda descendía drásticamente cuando en la situación había presentes tres o más personas.

- NISBETT y BORGIDA (1975) manipularon la información del consenso de la forma siguiente: tras describir el procedimiento utilizado por DARLEY y LATANÉ, informaban a la mitad de sus sujetos que la mayoría de las personas del experimento original no habían prestado ayuda, mientras que a la otra mitad no le facilitaban tal información.

- Pese a ello, ambos grupos explicaban la conducta de falta de ayuda de igual manera, apelando a las características personales. Ello implicaba, en uno de los grupos, una desestimación de la información de consenso.

Parece, entonces, justificado trazar una distinción entre:

- “Consenso muestral”, del que hablaba KELLEY y que manipularon NISBETT y BORGIDA.

- Y “consenso basado en el yo”, que se refiere a la creencia o suposición de las personas acerca del comportamiento esperado en situaciones concretas.

En el caso que nos ocupa, los sujetos piensan que es obligado ayudar a una persona en apuros, y suponen que los demás comparten esa creencia. Por ello, si se les informa de que en un determinado experimento la mayoría de las personas presentes negaron su ayuda, tienden a rechazar la importancia de ese “consenso muestral”, alegando que la muestra no era representativa o que estaba compuesta por personas muy diferentes. Así pues, la información de consenso es más compleja de lo que creyó KELLEY inicialmente. Es preciso tener en cuenta la representatividad percibida de la muestra y el carácter explícito (expectativas de conducta que se mantienen sobre esas personas) o implícito del consenso.

4.3.- Los esquemas causales.

Una importante limitación del modelo de covariación, es que sólo permite la elaboración de juicios atributivos cuando se dan todos los elementos de información especificados. En muchas ocasiones ocurre, sin embargo, que alguno o algunos de esos elementos están ausentes. Ello no quiere decir que sea imposible elaborar juicios atributivos, ya que el observador cuenta con los “esquemas causales”, es decir, con “preconcepciones acerca de qué causas van asociadas con qué efectos”.

Los esquemas causales básicos son dos: El de las “causas suficientes múltiples” o CSM y el de las “causas necesarias múltiples” o CNM.

* Esquema de las “causas suficientes múltiples” o CSM.

Se aplica cuando el efecto a explicar o la conducta observada puede obedecer a causas diferentes, presentes todas en el momento de la producción, pero con la particularidad de que cada una de ellas, por sí sola, se basta para producir el efecto. Cuando una persona de clase baja presta ayuda espontáneamente a otra de clase superior, su conducta se puede imputar a un deseo genuino de ayudar. Se considerará, entonces, altruista y se evaluará positivamente. Pero, también se puede atribuir a un deseo interesado de congraciamiento, lo que llevaría a una evaluación menos positiva al considerarse dicha conducta como interesada.

Junto a este esquema suele operar el principio atributivo de “desestimación”, en virtud del cual se atribuye menos importancia a una causa cuando hay otras causas posibles del efecto o conducta a explicar. La ayuda espontánea de la persona de clase baja no se evalúa tan positivamente como sería de esperar porque no queda claro que se trate de una conducta desinteresada.

El principio atributivo del “aumento” opera cuando coinciden causas “facilitadoras” e “inhibidoras”, es decir, las que incrementan la probabilidad de que ocurra el efecto con las que tienden a bloquear su aparición (cuando nos enteramos que un escalador muy admirado es ciego, nuestra admiración por él aumenta todavía más).

Si una persona de clase baja niega su ayuda a una persona de clase superior, a pesar de haberla solicitado ésta de forma explícita, la negación de ayuda se produce en presencia de una causa inhibitoria (la mayor vulnerabilidad de la persona de clase baja). En consecuencia, la atribución es más segura: en virtud del principio del aumento, el observador concluye que la persona de clase baja tenía un deseo genuino de no ayudar.

* Esquema de las “causas necesarias múltiples” o CNM.

Sólo se utiliza cuando se considera que es necesario que actúen conjuntamente dos o más causas.

En el experimento de KUN y WEINER (1973), los sujetos recurrían a este esquema cuando tenían que explicar conductas o efectos de magnitud extrema. Así, el éxito en una tarea de dificultad elevada se explicaba por la acción conjunta de esfuerzo y capacidad.

5.- JONES Y NISBETT: LAS DIFERENCIAS ACTOR – OBSERVADOR.

JONES y NISBETT (1971) afirman que las heteroatribuciones tienden a ser internas mientras que las autoatribuciones tienden a ser externas. Es decir, el observador suele atribuir la conducta del actor a las características personales de éste, pero el actor muestra la tendencia a explicar esa misma conducta, que es la suya, apelando a las características de la situación (“hipótesis de las diferencias actor – observador”). Ello implica que la propia conducta se considera “variable” según las situaciones, pero las conductas de las otras personas se consideran consistentes.

JONES y NISBETT creen que las diferencias entre actor y observador son sistemáticas y obedecen a diversos factores informativos, perceptivos y motivacionales:

1. Factores informativos. Con frecuencia el observador desconoce si la conducta que ha observado es representativa. En cambio, el actor sabe si ha reaccionado de la misma o distinta forma en situaciones similares en el pasado y puede ajustar su atribución en la forma más adecuada.

2. Factores perceptivos. El principal factor perceptivo lo constituyen las diferencias en las saliencias respectivas de conducta y situación. Para el actor que realiza la conducta, lo saliente es la situación, puesto que debe actuar frente a ella. Pero para el observador, lo que resulta saliente es la conducta, puesto que es ella, y no la situación, lo que atrae su atención.

3. Factores motivacionales. Una atribución externa permite al actor eludir las responsabilidades que se pueden derivar de una conducta poco apropiada y mostrar su flexibilidad y capacidad de adaptación en otros. Pero el observador, a la hora de explicar la conducta de otro, no tiene por qué recurrir a este tipo de justificaciones.

A favor de la hipótesis de la saliencia está el trabajo de STORMS (1973), en el que se invertía la orientación del actor y del observador tras realizar la primera atribución. Este autor encontró que, con este procedimiento, la atribución del actor se hacía menos situacional y la del observador más situacional.

Otros experimentos encontraron resultados que ponen en entredicho la generalidad de la hipótesis:

- TAYLOR y KOIVUMAKI (1976) se centraron en el problema de la naturaleza de la conducta o efectos a explicar. Pretendían averiguar si las diferencias actor - observador se mantenían cuando los efectos eran positivos o negativos. Así, en uno de sus estudios encontraron que los actores hacían atribuciones internas de su propia conducta cuando ésta era positiva y atribuciones externas cuando era negativa, siguiendo una línea de motivación egocéntrica.

- MILLER y NORMAN (1975) encontraron una inversión de la hipótesis en un juego experimental en el que el actor trataba de vencer a un oponente. En este caso, el actor hacía atribuciones menos situacionales de su conducta que los observadores externos.

6.- LOS ERRORES, LOS SEGOS Y LAS FUNCIONES DE LA ATRIBUCIÓN.

Una misma conducta se puede interpretar de formas completamente diferentes. A veces es fácil demostrar que una determinada interpretación es errónea. Sin embargo, en los juicios atributivos no existen, por lo general, criterios firmes de realidad y, por ello, es preferible hablar de “sesgos”. Una persona, al hacer un juicio atributivo, incurre en un sesgo cuando distorsiona sistemáticamente, por abuso o por infrauso, algún procedimiento atributivo correcto.

6.1.- El error fundamental y el error último de atribución.

Éstos son dos de los sesgos más comunes encontrados en las investigaciones sobre atribución.

* Error fundamental de atribución.

El error fundamental consiste en una tendencia exagerada a explicar la conducta de los demás apelando a su personalidad, a su carácter o temperamento, o a su forma de ser. Por ejemplo, cuando se explica la Guerra del Golfo apelando a la locura de Sadam Husein como único factor. Se trata de una tendencia exagerada porque implica negar la fuerza de la situación y, en muchas ocasiones, ello es poco verosímil. Por ejemplo, cuando alguien se empeña en considerar “mentirosa” a una persona a quien ha pillado en una mentira, sin pararse a considerar las presiones de la situación que han podido llevarla a mentir, decimos que esa persona incurre en el error fundamental de atribución.

Inicialmente este sesgo se denominó “efecto JONES – HARRIS”, ya que fue descubierto por estos dos autores en el siguiente experimento:

1. Daban a leer a los participantes unos ensayos previamente solicitados por ellos mismos (los autores) a otros sujetos. La mitad de estos ensayos eran favorables a Fidel Castro y la mitad restante eran desfavorables.

2. Se hizo creer a algunos participantes que los ensayos habían sido redactados de forma voluntaria (condición “elección”), y al resto que el contenido de los ensayos (tanto positivos como negativos) había sido exigido a los sujetos por una figura de autoridad (condición “sin elección”).

3. Lo que tenían que hacer los participantes en el experimento era adivinar la verdadera actitud del autor del ensayo.

4. Los resultados mostraron que los participantes prácticamente no tuvieron en cuenta la situación en que se les había dicho que fueron redactados los ensayos, de elección o falta de elección, y atribuyeron, por lo general, a los autores de las redacciones favorables a Castro una actitud favorable, y a los autores de las redacciones desfavorables, una actitud desfavorable.

ECHEBARRÍA (1994) vincula el “error fundamental de atribución” con la “psicologización”, un mecanismo que consiste en achacar los comportamientos de una persona exclusivamente a sus características psicológicas. La estrategia de considerar excéntricas o desequilibradas a las personas que no siguen las normas sociales vigentes, es un ejemplo de psicologización. La psicologización puede servir a funciones de control, al utilizarse para sembrar dudas sobre la credibilidad de una fuente de influencia minoritaria. El mismo autor señala que puede existir una base cultural de este sesgo atributivo, ya que parece más característico de los países protestantes.

* Error último de atribución.

El “error último de atribución” es una pauta explicativa típica de las relaciones entre grupos.

Se trata de una asimetría en la explicación consistente en atribuir los éxitos del propio grupo a causas internas, como la elevada capacidad y competencia, y los del grupo opuesto o rival a las circunstancias externas, como la suerte o la ayuda de otras personas. A la inversa, los fracasos del propio grupo se achacan a causas externas, como la mala suerte, y los del grupo opuesto a causas internas, como la incompetencia.

6.2.- Las funciones de la atribución.

Se han distinguido tres funciones de la atribución: de control, de autoestima y de presentación del Yo.

* Función de control.

Incluye tanto la explicación como la predicción de la conducta. Algunas atribuciones paradójicas, al menos a primera vista, resultan más comprensibles desde esta óptica. WORTMAN (1976) señala que muchas personas que sufren enfermedades se culpan a sí mismas porque, al rechazar la idea de que la enfermedad puede deberse al azar, se convencen de que podrán evitarla en lo sucesivo.

Si se pasa del nivel intrapersonal al interpersonal, la función de control sigue teniendo influencia. MILLER y colaboradores (1978) realizaron el siguiente experimento:

- Los sujetos experimentales presenciaban el juego de dos personas. Tras el período de observación, los sujetos tenían que explicar la conducta de las personas involucradas en el juego y declarar hasta qué punto creían saber cómo eran esas personas. En la mitad de los casos, los sujetos esperaban participar a continuación en el juego contra dicha persona y en la mitad restante no sabían que iban a tener que jugar.

- El resultado fue que, en el primer caso, es decir, cuando se anticipaba la competición, las atribuciones eran más personales y los sujetos mostraban una tendencia mayor a creer que sabían cómo era la persona en cuestión.

* Función de autoestima.

Se manifiesta claramente en los sesgos egocéntricos.

* Función de presentación, autopercepción o autoensalzamiento del Yo.

No es tan frecuente, pero tiene importancia cuando mediante la comunicación de la atribución a otras personas se consigue su aprobación o se evitan situaciones embarazosas.

ARKIN y colaboradores (1980), encontraron sesgo de auto-ensalzamiento cuando los sujetos no sabían que su rendimiento iba a ser evaluado, pero encontraron una inversión de este sesgo cuando creían que unos expertos iban a evaluar su rendimiento.

7.- ATRIBUCIÓN, CREENCIAS Y EXPLICACIONES SOCIALES.

Según la perspectiva de HEIDER (seguida en éste capítulo), que JONES y DAVIS, por un lado, y KELLEY, por otro, hicieron suya, se suponía que la atribución sólo se pone en marcha cuando la persona se enfrenta a unos estímulos que no puede asimilar a su conocimiento anterior. WELLS (1981) la denomina “perspectiva del procesamiento original”, porque en ella se prescinde de los aspectos propiamente sociales para insistir únicamente en los cognitivos.

Sin embargo, muchas investigaciones han puesto en evidencia la necesidad de considerar una “perspectiva del procesamiento socializado”, que se basa en los aprendizajes pasados y en formas de pensar que se transmiten a través de la comunicación. Las personas realizan en muchas ocasiones sus atribuciones partiendo de creencias previas, lo que simplifica enormemente el proceso atributivo (como cuando se mantienen unas expectativas previas sobre el actor).

HEWSTONE (1989) da un paso más y subraya que las creencias suelen estar compartidas culturalmente, lo cual lleva a la uniformización de las atribuciones o, según sus propias palabras, a las “atribuciones sociales”. Como ejemplo pueden valer los trabajos de FURNHAM (1982) sobre las explicaciones de la pobreza en Inglaterra. El resultado más interesante era que los votantes del Partido Conservador recurrían a explicaciones individualistas de la pobreza, es decir, a explicaciones que atribuyen la pobreza a la conducta inadecuada de las personas pobres. En cambio, los votantes del Partido Laborista recurrían a explicaciones de carácter social, por ejemplo, a factores de índole estructural y económica.

En la misma línea estarían los trabajos de LERNER (1966) y su “hipótesis del Mundo Justo”, en virtud de la cual las personas tienden a considerar que cada uno tiene lo que se merece. Vale la pena advertir que en el estudio de FURNHAM (1982), que se acaba de citar, son sólo los votantes del Partido Conservador los que usan esta hipótesis para explicar la pobreza. En otro estudio de este mismo autor, en 1983, los votantes del Partido Conservador explicaban la riqueza apelando a factores individuales “positivos”, como inteligencia y disciplina, mientras que los votantes del Partido Laborista explicaban la riqueza por factores individuales “negativos”, como la falta de escrúpulos, y factores de carácter social.

TEMA 7: ESTEREOTIPOS.

1.- INTRODUCCIÓN.

El concepto de estereotipo es claramente articulador entre los procesos psicológicos (cognitivos y motivacionales) y los procesos sociales, pues los estereotipos son creencias que tratan sobre grupos y, a su vez, se crean y comparten, en y entre los grupos, dentro de una cultura.

Esta cuestión ha sido objeto de una particular atención en nuestro país, respondiendo a la realidad social y política presente, centrándose en los estereotipos:

- De los grupos regionales y autonómicos.
- Y de género.

2.- LA DEFINICIÓN DE ESTEREOTIPO.

2.1.- Las definiciones de estereotipo y su clasificación.

Las definiciones de estereotipo se pueden agrupar teniendo en cuenta dos dimensiones: La dimensión erróneo – normal y la dimensión individual – social.

1. La dimensión erróneo – normal tiene que ver con que se considere o no al estereotipo una forma errónea o inferior de pensamiento. Cuando se habla de forma inferior de pensamiento se está aludiendo a que son erróneos porque no coinciden con la realidad, porque obedecen a una motivación defensiva, por tener un carácter de sobregeneralización, o porque son rígidos o están vinculados al etnocentrismo (entendido éste como la sobrevaloración del propio grupo y el rechazo y hostilidad hacia exogrupos).

2. La dimensión individual – social tiene que ver con que se incluya el acuerdo o consenso social en su definición o se limite a considerar que son creencias que sostienen los individuos.

Ejemplos de definiciones que se pueden clasificar de acuerdo con las dos dimensiones anteriores:

- Erróneo - Consenso: “Creencia sin base adecuada, parcialmente inexacta, mantenida con considerable seguridad por mucha gente.” (HARDING y otros).
- Normal - Consenso: “Consenso de opinión sobre rasgos atribuidos a un grupo.” (TAJFEL).
- Erróneo - Individual: “Generalización injustificada.” (BRIGHAM).
- Normal - Individual: “Creencias mantenidas por un individuo con relación a un grupo.” (ASHMORE y Del BOCA).

Existe otra cuestión sobre la que hay desacuerdo: el tipo de características o rasgos que se incluyen en el estereotipo, los que caracterizan al grupo, o más bien los que lo distinguen de otros grupos. En esta última línea se encuentra la definición de McCAULEY, STITT Y SEGAL (1980) cuando dicen que “los estereotipos son aquellas generalizaciones acerca de una clase de personas, que distinguen esa clase de otras. En otras palabras, es una atribución diferencial de rasgos, o una predicción diferencial, basada en la información de pertenencia al grupo. Concebimos la predicción de los estereotipos como probabilística más que de todo o nada”.

Los problemas que esta conceptualización plantea, son que se pueden incluir en el estereotipo características muy diferenciadoras pero poco frecuentes, y excluir rasgos frecuentes pero poco diferenciadores (ASHMORE y Del BOCA, 1981).

En cualquier caso, el contenido concreto del estereotipo de un grupo depende del grupo o grupos con los que se establezca la comparación. En lo que sí existe acuerdo entre los diversos autores, es en considerar que los estereotipos son constructos cognitivos que hacen referencia a los atributos personales de un grupo social, y en que, aunque éstos sean más frecuentemente rasgos de personalidad, no son los únicos. Así, por ejemplo, investigaciones en el dominio de los estereotipos de género han identificado otras características como conductas de rol, características físicas y ocupacionales, además de los rasgos de personalidad, como parte de los estereotipos.

2.2.- Relación entre estereotipo, prejuicio y discriminación.

El modo de abordar la relación existente entre estereotipo y prejuicio depende del concepto de actitud que se adopte.

Si se parte de un concepto de actitud de tres componentes (cognitivo, afectivo y conductual) puede pensarse que en el caso de una actitud negativa hacia un grupo o categoría social, “el estereotipo sería el conjunto de creencias” acerca de los atributos asignados al grupo, “el prejuicio el afecto o la evaluación negativa” del grupo y “la discriminación la conducta parcial o negativa” en el tratamiento a las personas en virtud de su pertenencia al grupo o categoría. Además, el estereotipo serviría para racionalizar la hostilidad que siente la persona prejuiciosa hacia ciertos exogrupos, cumpliendo así una función justificatoria. Los estereotipos serían, en este caso, la expresión y la racionalización de un prejuicio, aunque también pueden, en otros casos, no expresar para nada un prejuicio.

Si se parte de un concepto de actitud de un sólo componente, habría que señalar que el estereotipo equivale a una creencia u opinión y el prejuicio a una actitud negativa hacia un grupo (STROEBE e INSKO, 1989).

Salta a la vista que, aunque exista una correspondencia entre estereotipos negativos y prejuicio, hay estereotipos que no van asociados a prejuicios, por ejemplo, los estereotipos positivos de múltiples grupos.

3.- HISTORIA DEL TRATAMIENTO DE LOS ESTEREOTIPOS EN PSICOLOGÍA SOCIAL.

Un breve recorrido histórico del tratamiento de los estereotipos en Psicología social, se inicia necesariamente con la consideración de la obra de LIPPMANN (1922), “Opinión Pública”, en la que se presenta la primera conceptualización de los estereotipos en las ciencias sociales.

Los denomina “imágenes mentales” y los considera como un tipo de “pseudoambiente” que media entre nosotros y la realidad, influyendo en nuestra percepción de ésta. Se trata, pues, de preconcepciones que gobiernan nuestra percepción (función cognitiva), “una forma de percepción que impone un cierto carácter a los datos antes de que los datos lleguen a la inteligencia”. Los estereotipos suponen una forma de economía y de simplificación de la percepción de la realidad, ya que permiten reducir su complejidad a través de la categorización.

Además de esta función cognitiva, tienen una función defensiva, puesto que sirven para defender nuestra posición en la sociedad. La función defensiva no se reduce a los individuos, sino que sirve para que ciertos grupos mantengan su posición dominante sobre otros. A este propósito cita “La política” de Aristóteles, en la que el filósofo recomienda a los griegos tener una visión de los esclavos que garantice el mantenimiento de la esclavitud.

3.1.- Otras contribuciones.

Un segundo momento lo constituye el inicio de las investigaciones empíricas que se ocupan de los estudios descriptivos sobre estereotipos nacionales o étnicos.

* KATZ y BRALY (1933).

Esta tradición comienza con la investigación de KATZ y BRALY. Marcaría gran parte de la investigación posterior y tendría su continuidad en toda una serie de estudios empíricos que tratan de reflejar los cambios que se han producido en esos estereotipos étnicos o nacionales.

El estudio consistió en pedir a un grupo de estudiantes que seleccionasen los rasgos típicos de diez grupos étnicos. Seguidamente, debían indicar los cinco rasgos más típicos de cada grupo. Posteriormente, los investigadores seleccionaban los doce rasgos considerados más típicos de cada grupo.

Este paradigma, aunque ha sido criticado por forzar a los sujetos a generalizar, ha servido como modelo de un buen número de investigaciones por su fácil administración, por poder aplicarse a toda clase de grupos estímulo y por suponer una definición que implica como único supuesto el acuerdo entre sujetos.

* ALLPORT (1935).

Gordon ALLPORT ofrece una conceptualización del estereotipo en estrecha vinculación con el prejuicio, en la que al mismo tiempo se hace hincapié en los aspectos cognitivos y en la función motivacional defensiva. Define el estereotipo como: "Creencia exagerada asociada a una categoría. Su función es justificar (racionalizar) nuestra conducta en relación con la categoría. No son idénticos al prejuicio, son primariamente racionalizadores. Se adaptan al estado predominante del prejuicio". El hecho de que exista un estereotipo negativo de un grupo rechazado no es una explicación del rechazo, sino más bien una manera de justificarlo.

ALLPORT establece explícitamente la conexión entre estereotipo y prejuicio y el proceso de categorización. Caracteriza la categorización del siguiente modo:

- Las categorías sirven para formar clases o agrupamientos de hechos u objetos que nos guían en nuestra adaptación.
- Asimilan todo lo que pueden.
- Nos permiten identificar con rapidez cualquier objeto relacionado, una vez que se detecta algún indicio que permita asociarlo con la categoría.
- Saturan todo lo que contienen con el mismo sabor emocional e ideacional.
- Pueden ser más o menos racionales.

* ADORNO (1950).

En sus estudios sobre la "personalidad autoritaria", ADORNO (1950) asocia los estereotipos a los procesos de pensamiento que se valen de categorías rígidas y que son propios de personalidades intolerantes y autoritarias.

* CAMPBELL (1967).

Para CAMPBELL, los estereotipos "reflejan al mismo tiempo el carácter del grupo descrito y, proyectivamente, el carácter del grupo que lo describe". Cuanto mayores sean las diferencias entre los grupos en determinadas características (costumbres, apariencia física, cultura, etc.), tanto más probable es que dichas características formen parte de los estereotipos mutuos. También, cuanto más contacto exista entre los grupos, más fácil será que los estereotipos reflejen diferencias reales.

En lo que CAMPBELL tiene mayor interés, es en señalar los errores en el uso de los estereotipos, que, según él, son los siguientes:

1. El absolutismo fenoménico implicado en la forma de caracterizar al exogrupo, al asumir que es tal como uno lo percibe o como el endogrupo lo describe, sin tener en cuenta el papel de las proyecciones y de las comunicaciones defectuosas. Se exageran así las diferencias percibidas y la homogeneidad intragrupal.

2. La percepción causal errónea, atribuyendo las diferencias a causas raciales, más que al ambiente.

3. El modo de ver la relación entre el contenido del estereotipo y la hostilidad. Es decir, el pretender que son los rasgos negativos los que producen la hostilidad y negar que son el etnocentrismo y el desplazamiento de la agresión los que en realidad la producen, así como que es esta hostilidad la que hace que se resalten ciertas diferencias. Se trata, según él, de una interpretación oportunista de las diferencias.

Se pueden destacar, de la contribución de CAMPBELL, los puntos siguientes:

- El resaltar la influencia del contexto comparativo en la selección de rasgos que forman parte de los estereotipos.

- El situar los orígenes de esa selección en la interacción entre grupos y en los papeles respectivos que ocupan en la sociedad.

- El poner de manifiesto los supuestos causales implícitos en algunos tipos de intervención para el cambio y mejora de los estereotipos, mediante la desconfirmación de ciertos rasgos.

- Y la importancia que atribuye a las explicaciones causales de las diferencias entre grupos.

* TAJFEL (1969).

La última aportación la constituye el trabajo de TAJFEL “Aspectos cognitivos del prejuicio” (1969), que inicia el predominio de la orientación cognitiva en el tratamiento de esta cuestión. Sostiene que los aspectos negativos del prejuicio pueden asociarse a tres procesos cognitivos: Categorización, asimilación de la información social y búsqueda de coherencia.

1. Categorización: Asocia los estereotipos, considerados como “atribución de características psicológicas generales a grandes grupos humanos”, al proceso de categorización, que introduce orden y simplicidad en la percepción de la realidad.

2. Asimilación de la información social: Considera la asimilación de la información social como una parte del proceso de aprendizaje social que da lugar a las actitudes intergrupales. Señala que las preferencias hacia una variedad de grupos humanos, incluido el propio grupo, se producen antes de haber adquirido la capacidad de descentración y las ideas de reciprocidad, e incluso antes de tener información respecto a los grupos en cuestión. Así, la aplicación de las categorías de bueno o malo a determinados grupos resulta un “hecho” tan incuestionable como si se tratara de una característica física.

3. Búsqueda de coherencia. Supone que, ante las situaciones y cambios sociales, el individuo precisa de un marco que le ayude a explicar los cambios.

Al referirse a los procesos atributivos sobre grupos sociales, indica que:

- Son más simplificadores que cuando se trata de explicar conductas de los individuos.

- Resultan más resistentes al cambio.

- Y favorecen la personalización. El uso que hace TAJFEL del término “personalización” difiere del empleado por otros autores. En concreto, se refiere a que el hecho de considerar que todo el grupo tiene unas características comunes, conduce a olvidar las diferencias individuales entre los miembros. Este recurso simplificador cobra particular importancia en las situaciones sociales complejas, como las de cambio social.

4.- ORIENTACIONES TEÓRICAS EN EL ESTUDIO DE LOS ESTEREOTIPOS.

Un criterio empleado para clasificar las teorías de los estereotipos es el nivel de análisis, individual o sociocultural, en el que éstas se sitúan. Siguiendo a STROEBE e INSKO (1988), las distintas teorías se pueden clasificar del siguiente modo:

1. Orientación teórica sociocultural.
 - Teorías del conflicto.
 - Del conflicto realista (SHERIF, 1966 y CAMPBELL, 1967).
 - De la identidad social (TAJFEL, 1978).
 - Teorías del aprendizaje social.
2. Teorías de la personalidad.
 - Teoría del chivo expiatorio.
 - Teoría de la personalidad autoritaria.
3. Orientación teórica cognitiva.
 - Procesamiento de la información acerca de estímulos.
 - Relación entre los estereotipos y las correlaciones ilusorias.
 - Influencia de factores motivacionales.

4.1.- La orientación sociocultural.

* Teorías del conflicto.

Las teorías del conflicto se subdividen, a su vez, en “teorías del conflicto realista”, como las de SHERIF (1966) y CAMPBELL (1967), y “teorías de la identidad social”, como la de TAJFEL (1978).

- Teorías del conflicto realista: Según los SHERIF (1966), cuando los grupos compiten por metas o recursos incompatibles, el conflicto conduce al deterioro de las imágenes mutuas. Por otro lado, CAMPBELL (1967) ve en el conflicto de intereses o en las amenazas que supone un exogrupo, el origen del conflicto entre grupos y el etnocentrismo, con la consiguiente contrapartida de estereotipos negativos.

- Teorías de la identidad social (TAJFEL, 1978): Desde esta perspectiva teórica, no es necesario el conflicto de intereses para que se produzca una asimetría en la evaluación de los grupos, favoreciendo por lo general al endogrupo y la discriminación intergrupala. Lo estudiaremos más ampliamente en el capítulo 17.

* Teorías del aprendizaje social.

Suponen que los estereotipos proceden de la percepción de diferencias reales, ya sea directamente o a través de la influencia de numerosos agentes sociales, y que reflejan diferencias ocupacionales, o de vida urbana y rural, etc.

Por último, según estas mismas teorías del aprendizaje social, los estereotipos de género indican la distribución de los roles entre hombres y mujeres en la sociedad.

4.2.- Teorías de la personalidad.

Basan el estereotipo en la personalidad. Se les critica que, por ello, no pueden dar cuenta de las diferencias encontradas entre culturas y subculturas.

* Teoría del chivo expiatorio.

Se asocia a las teorías de la frustración – agresión. Supone que los miembros de exogrupos minoritarios son objeto de la agresión que genera la frustración. Pero no explica por qué se eligen determinados grupos y no otros como objeto del prejuicio.

* Teoría de la personalidad autoritaria.

Se ocupa más del prejuicio que de los estereotipos. Pero la investigación de PETTIGREW en Sudáfrica y en Estados Unidos, muestra que el conformismo a las normas dominantes es mejor predictor del prejuicio que el grado de autoritarismo.

4.3.- La orientación cognitiva.

Es la dominante en la actualidad. Una definición de estereotipo desde esta perspectiva sería la siguiente: “Estructura cognitiva que contiene el conocimiento, creencias y expectativas del que percibe respecto a un grupo humano” (HAMILTON y TROLIER, 1986). Su caracterización es la siguiente:

- Supone que el funcionamiento y la naturaleza de los estereotipos es siempre igual. Se centra en los procesos, y no en los contenidos. No se incluye la idea de consenso.

- Aunque investiga los factores cognitivos, no supone que éstos puedan explicar por sí solos todos los fenómenos de estereotipia, prejuicio y racismo, sin tener en cuenta los factores motivacionales y de aprendizaje social.

- Pero lo que investiga de los factores motivacionales y de aprendizaje social es su repercusión sobre los procesos cognitivos.

En resumen, desde esta perspectiva, a lo que se concede importancia es a los sesgos en el procesamiento de la información que pueden dar lugar a los estereotipos. Así como a los sesgos que los estereotipos producen en el procesamiento de la información al limitar su normal funcionamiento.

* Procesamiento de la información acerca de estímulos.

En cuanto a la investigación representativa de este enfoque, cabe destacar una serie de investigaciones que se han centrado en el procesamiento de la información acerca de estímulos, por ejemplo, miembros de una categoría, que resultan distintivos por ser infrecuentes, o por ser extremos o desviantes.

Gran parte de esta investigación se relaciona con el funcionamiento del “heurístico de accesibilidad”, descrito por TVERSKY y KAHNEMAN (1973, 1974), que tiene que ver con la tendencia a juzgar la frecuencia de una clase de acontecimientos en función del grado en que son accesibles a la mente.

Si bien la accesibilidad es útil en general y suele ser buen criterio para juzgar la frecuencia, en otras ocasiones puede llevar a la sobreestimación de eventos o personas que resultan accesibles.

* Relación entre los estereotipos y las correlaciones ilusorias.

Una línea de investigación muy prolífica es la que relaciona los estereotipos y las correlaciones ilusorias (HAMILTON y colaboradores, 1976).

Esta línea de trabajo supone la aplicación de la investigación de CHAPMAN (1967 y 1969) sobre “correlaciones ilusorias”, al dominio de los “estereotipos” que se producen como consecuencia de un sesgo de la información distintiva y que consisten en la sobreestimación de la coaparición de estímulos distintivos. Las correlaciones ilusorias se definen como “el informe erróneo de un observador, relativo al grado de asociación entre dos variables o clases de acontecimientos”.

En la investigación original de CHAPMAN, se presentaban pares de palabras procedentes de dos listas. Luego se pedía a los sujetos que estimaran las veces que había aparecido cada par. Según se observó, aunque las palabras de una lista se hubiesen presentado emparejadas el mismo número de veces con cada palabra de la otra lista, había ciertos pares que los sujetos tendían a sobreestimar:

- Cuando el par consistía en dos palabras entre las que existía una asociación previa (por ejemplo, el equivalente a “fresas y nata”).

- Y cuando las palabras eran inusitadamente largas (por ejemplo, “hipopótamo y diagnóstico”).

HAMILTON (1976) aplicó los hallazgos de los CHAPMAN al campo de los estereotipos y, más específicamente, a la formación y el mantenimiento de éstos.

En el contexto del experimento de CHAPMAN, la distintividad puede tener dos orígenes:

- La existencia de una asociación previa entre dos estímulos o eventos (una etiqueta de grupo y un rasgo atribuido al grupo).
- Que los dos estímulos destaquen, por ejemplo, por su infrecuencia: un grupo y una conducta poco frecuentes.

Esta distintividad hace que se tienda a sobreestimar las veces que se han dado juntos esos estímulos y a establecer una correlación cuando no existe, o a exagerar el grado en que están relacionados cuando sí hay una relación entre ellos, es decir, a sobrevalorar la correlación existente en los datos.

* Influencia de factores motivacionales.

Finalmente, una serie de trabajos tratan de la influencia de factores motivacionales como la extremosidad de las actitudes o el que la información se refiera al endogrupo o al exogrupo. Así:

- Cuando las actitudes y la información distintiva van en la misma dirección, se aumenta el efecto de la correlación ilusoria, pero el sesgo decrece cuando van en direcciones contrarias.

- Cuando se tiene en cuenta la categorización social, es decir, que los grupos sobre los que se hace la estimación son un endogrupo y un exogrupo, frente a una condición control que no es categorizada de este modo, se produce un debilitamiento del efecto de sobreestimación si éste puede llevar a la desvalorización del endogrupo.

* Críticas a la orientación cognitiva.

OAKES y TURNER (1990) critican una de las bases de esta orientación: el supuesto de que el estereotipo refleje las limitaciones o sesgos de nuestro funcionamiento cognitivo. Según estos autores, los estereotipos son “fundamentales para la percepción social verídica”. El resumen de su posición, desde la teoría de la autocategorización, viene a ser que, al comparar la percepción en el plano de la personalidad con la percepción en el plano socioestereotípico, se encuentran diferencias, pero los procesos son iguales y, lo que es más importante, no se puede considerar que un nivel sea más real que el otro, pues las personas son tanto individuos como miembros de un grupo, y ambos tipos de categorización pueden ser susceptibles de fallos.

También SANGRADOR (1993) criticaba:

- El sesgo individualista.
- El abandono de los aspectos motivacionales, afectivos, evaluativos y dinámicos.
- La ambigüedad terminológica, con la proliferación de términos (esquemas, teorías implícitas, etc.) empleados indistintamente.
- Y el abandono del estudio de la modificación y génesis de los estereotipos.

5.- EL CAMBIO DE ESTEREOTIPOS.

5.1.- La contribución de LIPPMANN.

Desde la pionera contribución de LIPPMANN, se ha venido insistiendo en la persistencia de los estereotipos. Dicho autor, al aludir a su función de defensa de nuestra posición en la sociedad, señala que los estereotipos son resistentes al cambio, y pone de relieve cómo llegan a desvincularse de los cambios que ocurren en la realidad porque las imágenes en nuestras mentes son más simples y fijas que el flujo de los acontecimientos. Cuando las preconcepciones se ven contradichas por los hechos, se recurre a censurarlos o a distorsionarlos.

5.2.- La hipótesis del contacto intergrupala.

Suele atribuirse a ALLPORT (1954) el ser el primero en cuestionar que el contacto entre grupos produjera necesariamente la mejora de las relaciones. Pero, pese a ello, otra perspectiva que se ha ocupado del cambio de estereotipos es la de la “hipótesis del contacto intergrupala” como medio de mejorar las relaciones entre los grupos.

Las condiciones de la hipótesis del contacto, según COOK (1978), son:

1. Que los participantes tengan un status semejante dentro de los límites de la situación de contacto.
2. Que las características de los miembros del exogrupo desconfirman el estereotipo de ese grupo (este punto es de particular importancia).
3. Que la situación de contacto facilite o exija la cooperación entre los miembros de los dos grupos.
4. Que el contacto permita que los individuos se conozcan de forma personal.
5. Que existan normas sociales, tanto dentro como en el entorno de la situación, que favorezcan el igualitarismo intergrupala.

5.3.- La orientación cognitiva social.

La tercera orientación que se ha ocupado del problema ha sido la cognitiva social, al centrarse en los procesos cognitivos individuales de cambio que se producen cuando el individuo se enfrenta a información que desconfirma el estereotipo de un grupo, más que en los procesos de cambio colectivo.

Desde la orientación de la cognición social, el trabajo más influyente ha sido el de WEBER y CROCKER (1983), pues recogió tres modelos del cambio, existentes en la literatura, que tratan de dar cuenta de cómo los individuos se enfrentan a la información que contradice un estereotipo vigente:

1. El “modelo de la conversión” predice el cambio de los estereotipos cuando la información desconfirmatoria se concentra en unos pocos ejemplares que contradicen dramáticamente el estereotipo. Por ejemplo, el impacto que podría causar el encontrarse con un general del ejército que se declara pacifista sobre el estereotipo de ese grupo.
2. El “modelo de la contabilidad” prevé un efecto acumulativo de la información desconfirmatoria, que se iría sumando conforme se va obteniendo evidencia contraria al estereotipo.
3. El “modelo de los subtipos” presupone que los estereotipos son estructuras cognitivas jerarquizadas, en las que se puede distinguir a un nivel superior una categoría general, y subtipos o subcategorías a niveles inferiores. Estos subtipos se van creando conforme se encuentra información que no se ajusta al estereotipo. Cuando el desajuste es grande, lleva a la creación de un subtipo que permite, por otra parte, el mantenimiento del estereotipo general. En realidad, el modelo de los subtipos es un modelo de inercia o de resistencia al cambio. Mientras menos subtipos se creen, y en la medida en que sirvan para agrupar a los ejemplares contraestereotípicos, más ayudarán a mantener el estereotipo.

A estos modelos habría que añadir, como otra cara de la moneda del último considerado, el “modelo del prototipo”, propuesto por ROTHBART y JOHN (1985): Sostiene que, para que sea posible la generalización de la información desconfirmatoria, es preciso que ésta sea presentada por ejemplares que sean prototípicos de la categoría. Es decir, que exista un buen ajuste entre la categoría y el ejemplar desconfirmatorio.

Un aspecto común de los dos últimos modelos frente al primero, es que reconocen la importancia de un mecanismo que describió ALLPORT y que denominó “reconstrucción de las barreras de la categoría o grupo”. Según ALLPORT, este mecanismo permite mantener los prejuicios frente a la información contradictoria, ya que, a la vez que la reconoce, la trata como una excepción y la excluye de la categoría. Naturalmente, el “modelo de la conversión” no admite la existencia de este mecanismo.

5.4.- Evidencia obtenida a favor de los distintos modelos de cambio.

El intento más sistemático de poner a prueba estos modelos, lo constituye el trabajo de WEBER y CROCKER (1983) ya citado. En él se hacían las siguientes predicciones respecto a la eficacia de la información desconfirmatoria de un estereotipo para el cambio:

- Según el “modelo de la conversión”, será más eficaz el presentar la información desconfirmatoria de forma concentrada en unos pocos ejemplares. Por otra parte, será indiferente que la desconfirmación se presente en una muestra amplia o reducida de miembros del grupo mientras el patrón de presentación de la información sea “disperso”.

- Según el “modelo de la contabilidad”, lo más importante es la cantidad de información desconfirmatoria, de modo que el cambio se producirá cuando se presente una muestra amplia de ejemplares desconfirmatorios. Pero será indiferente el patrón “concentrado” o “disperso” de presentación de la información.

- Según el “modelo de los subtipos”, lo más eficaz es presentar la información desconfirmatoria dispersa en varios ejemplares. Al igual que el “modelo de la conversión”, considera indiferente el tamaño de la muestra mientras el patrón de presentación de la información desconfirmatoria sea “disperso”.

En los primeros estudios, el conjunto de los resultados prestaba mayor apoyo al “modelo de los subtipos” y al “modelo de la contabilidad”:

- Cuando la información desconfirmatoria era concentrada, había una mayor tendencia a crear menos subtipos, definidos precisamente por agrupar a los individuos que desconfirmaban el estereotipo. Y no había diferencias entre muestra grande o pequeña. Ambos resultados coinciden con las predicciones del “modelo de los subtipos”.

- Cuando la información desconfirmatoria era dispersa, se reducía más el uso de los estereotipos si el tamaño de la muestra era grande que si el tamaño de la muestra era pequeño, es decir, que la cantidad de información tenía importancia, como predecía el “modelo de la contabilidad”.

En estudios posteriores, se ha demostrado que es importante que los ejemplares que desconfirman el estereotipo sean miembros típicos del grupo. Lo que apoya al “modelo de los subtipos” y al “modelo del prototipo”.

En un trabajo reciente de HUICI y colaboradores (1996) se ha puesto de relieve una importante limitación del “modelo de los prototipos”: Que, cuando la información desconfirmatoria la presentan ejemplares prototípicos, se puede desconfirmar un rasgo positivo del estereotipo, pero no un rasgo negativo. También se mostró la influencia de las actitudes de los sujetos que recibían la información, cuando estas actitudes eran de carácter negativo y se procesaba información desconfirmatoria negativa.

En cuanto al “modelo de la conversión”, tiene un apoyo más limitado. No obstante, se ha encontrado apoyo para sus supuestos cuando se trata de grupos homogéneos frente a heterogéneos.

6.- LAS FUNCIONES DE LOS ESTEREOTIPOS.

TAJFEL (1981) ha sido el autor que ha intentado un análisis más sistemático de las funciones para las que sirven los estereotipos. En su obra, critica el sesgo individualista de muchos de los trabajos de la orientación cognitiva y trata de volver al marco de las relaciones intergrupales. Su propuesta estriba en atender a las funciones individuales y sociales que cumplen los estereotipos, dando prioridad a las segundas.

6.1.- Funciones individuales de categorización y de defensa de sus valores.

Partiendo del trabajo de ALLPORT (1954) y de su definición de estereotipo, se ocupa de las funciones individuales de “categorización” (sistematización y simplificación del universo estimular del individuo) y de “defensa de sus valores”.

1. En cuanto a la “categorización”, se refiere a los efectos de acentuación de diferencias intercategoriales y de semejanzas intracategoriales.

2. En cuanto a la “defensa de los valores”, hace hincapié en que las categorías sociales en general, frente a lo que ocurre con la mayoría de las categorías relativas al ambiente físico, están cargadas de valor para los individuos. De hecho, las categorías relativas al ambiente físico suelen ser generalmente neutras, es decir, no consideradas como buenas o malas.

En cuanto a las diferencias funcionales entre los procesos cognitivos que se producen en relación con las categorías neutras y los procesos cognitivos que tienen que ver con las categorías cargadas de valor, señala las que se indican a continuación:

- En el caso de las categorías neutras, si los efectos de la categorización y los correspondientes cambios en los juicios dan lugar a errores, como una confusión entre los objetos que deberían ser bien discriminados, éstos serán corregidos con rapidez.

- Por el contrario, en el caso de las categorías sociales, esta rectificación suele producirse con mucha mayor lentitud por dos causas: 1. Que la información relativa a los estereotipos suele ser más ambigua (los criterios de validez son menos claros); y 2. Que el hecho de ser socialmente compartidos hace que sea fácil seguir recibiendo el apoyo del consenso social, incluso a la vista de la evidencia desconfirmatoria. Así pues, en comparación con las categorías neutras del mundo físico, las categorías sociales requieren menos información para confirmarlas y más para desconfirmarlas.

Dentro de las categorizaciones sociales, existen diferencias de los efectos de las más neutras y de las que poseen más valor en determinados contextos sociales. Así, por ejemplo, en el contexto español, la categoría “indios” y el atributo de “religiosos” asociado a ella no tiene una carga valorativa fuerte, porque la categoría es relativamente neutra, mientras que la de “gitano” y “sucio” sí la tiene. La principal diferencia entre estas categorías estriba en que la desconfirmación las afecta de modo diferente: mientras que en el primer caso la rectificación probablemente será una cuestión de acumulación de información desconfirmatoria, en el segundo, la evidencia desconfirmatoria pone en cuestión el sistema de valores que sustenta la diferenciación entre “gitanos” y “payos”, por lo que habrá una mayor resistencia a su desconfirmación.

Otra área en la que se reflejan las diferencias entre procesos es en la identificación de los miembros de las categorías dotadas de una valoración negativa cuando se dan condiciones de ambigüedad. Ello llevaría a cometer cierto tipo de errores con más frecuencia a la hora de clasificar a individuos para incluirlos, bien en una categoría positiva, bien en otra negativamente valorada. Así, entre la “sobreexclusión” (dejar fuera a miembros que pertenecen a la categoría positiva) y la “sobreinclusión” (meter en la categoría a miembros que no pertenecen a ella), se suele dar con más frecuencia el primer tipo de error, pues implica menor riesgo dejar fuera a un miembro de una categoría “buena” que meter a un miembro de la categoría “mala” en la buena.

Por lo tanto, se tenderá a ver más miembros de la categoría “mala” que los que realmente hay, y este efecto será mayor cuanto mayor prejuicio tenga el sujeto que lleve a cabo la identificación.

6.2.- Funciones sociales.

* Según TAJFEL.

Para TAJFEL, la evidencia aportada por diversas ciencias sociales apunta a que los estereotipos de diversos exogrupos se suelen difundir ampliamente:

1. Cuando se trata de “explicar acontecimientos a gran escala”, que se caracterizan por su complejidad y por su carácter negativo. Así, por ejemplo, las crisis en las economías de las diversas naciones europeas se pueden explicar atribuyendo las causas a ciertos grupos y a los estereotipos asociados a ellos.

2. Cuando la difusión de estereotipos tiene que ver con la “justificación de acciones cometidas o planeadas contra los exogrupos”. Por ejemplo, los estereotipos difundidos cuando un grupo mayoritario pretende eliminar la posibilidad de integración educativa para un grupo marginado, exagerando la proporción de miembros del grupo marginado que se dedican a actividades delictivas.

3. Cuando se asocia la diseminación de estereotipos con el restablecimiento de la “diferenciación positiva” a favor del endogrupo en los momentos en que las diferencias parecen estar reduciéndose, o en el caso de que la imagen del endogrupo no sea positiva cuando se perciben posibilidades de cambio.

En otras palabras, los estereotipos sirven para mantener una “distintividad positiva” para el endogrupo, en especial en situaciones en que se pone en cuestión el “status quo”, y cumplir así la “función ideológica de mantenimiento de un sistema social determinado”. Por otra parte, en contextos igualitarios, en los que la parcialidad a favor del propio grupo puede ser mal considerada, se puede recurrir a una estrategia más sofisticada para alcanzar esa distintividad: señalar las diferencias a favor del endogrupo en dimensiones más importantes y conceder al exogrupo ventaja en otras dimensiones de menor importancia. Con ello se mantiene la superioridad en lo más valorado, pero se puede ofrecer la imagen de no discriminar, pues se “compensa” al exogrupo en otras dimensiones. Para TAJFEL, pues, las funciones de los estereotipos están supeditadas a las relaciones de poder entre los grupos.

* Otras contribuciones.

Otras investigaciones recientes sobre las funciones de los estereotipos, los asocian también al mantenimiento del “status quo”, facilitando el control social y apoyando a la ideología dominante.

La “función de control social” es destacada por FISKE (1993). De acuerdo con esta autora, el poder y el hecho de estereotipar se refuerzan mutuamente, y esa interacción se ve mediada por la atención: Las personas en situación de menos poder, prestan atención a las que lo tienen y se forman impresiones detalladas e individualizadas de ellas. Mientras, las que ejercen el poder, prestan menos atención y tienden a estereotipar más por una serie de razones: por no necesitar tanto una percepción individualizada para obtener los resultados que desean, por tener sobrecarga atencional, o por no desear prestar atención por su propia necesidad de dominancia.

Por su parte, JOST y BANAJI (1994) señalan la “función ideológica” que cumplen los estereotipos. Los estereotipos constituyen el vehículo psicológico para crear una falsa conciencia que justifique y mantenga el sistema social dominante. Sostienen, pues, que el mejor método para cambiar los estereotipos es cambiar el sistema de relaciones entre los grupos.

TEMA 8: ALTRUISMO Y CONDUCTA DE AYUDA.

1.- INTRODUCCIÓN.

Este capítulo se centra fundamentalmente en la conducta de ayuda, ya que ésta ha sido el objeto principal de las investigaciones de los psicólogos sociales en esta área, seguramente debido a que la conducta es algo observable, mientras que el altruismo requiere hacer inferencias sobre intenciones y motivos.

El altruismo es abordado aquí relacionándolo con los aspectos emocionales que motivan la conducta de ayuda, así como con el enfoque evolucionista y las bases biológicas de este tipo de conducta.

2.- ¿QUÉ ENTENDEMOS POR ALTRUISMO Y POR CONDUCTA DE AYUDA?.

Antes de entrar en materia, es preciso definir los términos a los que se refiere este capítulo. Para empezar, la “conducta prosocial” es una “categoría amplia que incluye toda conducta definida por una sociedad concreta como generalmente beneficiosa para otras personas y para el sistema social”. Es un término de carácter contextual, ya que es el propio grupo de referencia, la sociedad o la cultura a la que pertenece el individuo, los que determinan qué comportamientos son prosociales y cuáles no. Dentro de esta categoría amplia se pueden distinguir tres subcategorías: ayuda, altruismo y cooperación.

- “Ayuda”: “Cualquier acción que tenga como consecuencia proporcionar algún beneficio o mejorar el bienestar de otra persona”. Aunque no requiere necesariamente un contacto directo entre el que ofrece la ayuda y el que la recibe, sí implica una interacción más específica que la conducta prosocial. No todos los tipos de ayuda son iguales, y los factores que influyen en la conducta de ayuda en unas situaciones no tienen necesariamente el mismo efecto en otras.

- “Altruismo”: Existen dos tipos de definiciones de este término. El primero, empleado por los psicólogos sociales, alude a factores motivacionales: categoría que incluye sólo aquellas conductas de ayuda realizadas voluntaria e intencionadamente con el fin primordial de reducir el malestar de otra persona. El segundo, hace referencia a la relación costes-beneficios: categoría que incluye cualquier conducta de ayuda que proporcione más beneficios al receptor que al que la realiza. Algunos autores imponen además la condición de que el donante de la ayuda incurra en algún coste. Ésta es la definición de altruismo que manejan los sociobiólogos, los etólogos y los psicólogos evolucionistas.

- “Cooperación”: En lugar de haber un benefactor y uno o más receptores de la ayuda, en este caso dos o más personas se unen para colaborar en la obtención de una meta común que será beneficiosa para todos los implicados. Hay una dependencia mutua. A diferencia de las demás conductas de ayuda, en las que la unidireccionalidad de la ayuda implica a veces una obligación por parte del receptor hacia el benefactor, en el caso de la cooperación tal diferencia de poder no existe y en cambio aumenta la cohesión grupal y las relaciones interpersonales positivas.

El presente capítulo se centra en dos de los tres tipos de conducta prosocial, la conducta de ayuda y el altruismo, por ser fenómenos más propiamente interpersonales. La cooperación se encuadra dentro de la conducta grupal.

3.- ¿CUÁNDO AYUDA LA GENTE?.

3.1.- Características de la situación.

El detonante que impulsó esta nueva línea de investigación a finales de los años sesenta fue el llamado “incidente de Kitty Genovese”: mientras un solo hombre atacaba y apuñalaba a Kitty Genovese en un episodio que se prolongó durante unos cuarenta y cinco minutos, hubo treinta y ocho testigos que presenciaron el incidente desde el principio hasta el fin sin hacer nada para evitarlo. Estos testigos eran personas normales, vecinos de la mujer. Tan sólo uno de ellos, al cabo de media hora, llamó a la policía.

¿Cómo es posible que ninguno de los treinta y ocho testigos acudiera en ayuda de aquella mujer?. Esto fue lo que intentaron averiguar DARLEY y LATANÉ, dos psicólogos sociales que pusieron en marcha una línea de investigación sobre la intervención de observadores en ayuda de una persona en apuros. Para ello recurrieron a la metodología experimental, diseñando situaciones en el laboratorio que reproducían alguno de los aspectos presentes en las escenas naturales de emergencia.

En el primero de estos estudios, de 1968, los investigadores pusieron a prueba el efecto del número de observadores sobre la conducta de ayuda de un individuo a otro que la necesita, estableciendo la siguiente hipótesis: cuanto mayor sea el número de observadores, menor será la probabilidad de que cualquiera de ellos preste ayuda a la persona necesitada. Para poner a prueba esta hipótesis, realizaron el siguiente experimento:

1. Se convocó a varios estudiantes para participar en una discusión sobre los problemas de la vida estudiantil en una gran ciudad.

2. Cuando llegaba cada participante se le explicaba el objeto de la discusión y se le instalaba en una habitación separada, de manera que la discusión se haría a través de un interfono. En unos casos, al sujeto se le decía que la discusión sería entre él y otro estudiante; en otros, se le decía que serían tres los que discutirían sobre el tema; y en una tercera condición, al sujeto se le hacía creer que formaba parte de un grupo de discusión de seis miembros. Cada uno debería hablar durante dos minutos y luego los demás comentarían lo que se había dicho. En realidad, sólo uno de los participantes era real, el sujeto, mientras que el resto eran voces grabadas. Antes de que nadie empezara a hablar sobre el tema de discusión, uno de los “participantes” grabados afirmaba que, aunque le daba vergüenza decirlo, a veces sufría ataques epilépticos debido al estrés de la gran ciudad. Una vez que todos hubieron hablado, el que había comentado que sufría ataques volvía a hablar, de forma entrecortada y como ahogándose, pidiendo ayuda porque se encontraba muy mal e iba a morir víctima de un ataque. La reacción de los sujetos ante esta situación se midió de dos formas:

- Porcentaje de sujetos en cada condición experimental que trataron de ayudar.
- Aquellos que lo intentaron, cuanto tiempo tardaron en ayudar.

3. Los resultados dieron la razón a DARLEY y LATANÉ. En la condición con más “participantes”, el porcentaje de sujetos que intentaron ayudar fue menor y, además, cuando alguno de ellos lo hizo, tardó más en decidirse. Esto es lo que se conoce como “efecto del espectador”.

Otros experimentos posteriores confirmaron estos resultados. De todo ello, los autores sacaron la conclusión de que, la intervención o no en casos de emergencia, es el resultado de un proceso de decisión que tiene lugar en la mente del individuo y en el que influyen una serie de factores situacionales. Esta idea fue elaborada por DARLEY y LATANÉ (1970), dando lugar a un “modelo de decisión sobre la intervención en emergencias” consistente en cinco pasos consecutivos, cada uno de los cuales desemboca o bien en el siguiente o bien en la no-intervención, dependiendo de lo que la persona vaya decidiendo a partir de encontrarse en la situación:

1. ¿Se da cuenta de que pasa algo anormal?.
2. ¿Lo interpreta como una emergencia?.
3. ¿Asume la responsabilidad de intervenir?.
4. ¿Se considera capaz de prestar la ayuda?.
5. El individuo toma la decisión de intervenir.

3.2.- Influencia de las características de la situación.

Según el modelo de LATANÉ y DARLEY, para que un individuo que se encuentra ante una emergencia se decida a prestar ayuda, primero de todo, tiene que darse cuenta de que algo está ocurriendo. Por supuesto, si la persona no se da cuenta de que está pasando algo anormal no hará nada, pero si percibe el suceso en cuestión pueden ocurrir dos cosas: que lo interprete como una emergencia en la que alguien necesita ayuda o que no lo interprete así. Eso dependerá de la claridad de la situación y de lo que hagan otras personas presentes. Cuando la situación es ambigua y los indicios físicos no aportan las claves necesarias para saber qué está pasando, la gente recurre a indicios sociales, utilizando la conducta y las opiniones de otros como información sobre la realidad y sobre lo que hay que hacer en esa situación. Es lo que DEUTSCH y GERARD (1955) llaman “influencia social informativa”.

Sin embargo, no es difícil imaginar una escena en la que todos los observadores tratan de averiguar qué pasa mirando a los demás y, por tanto, nadie saca nada en claro. LATANÉ y DARLEY (1970) sometieron a los sujetos a otra prueba de reflejos:

Mientras se encontraban en la sala experimental rellenando tranquilamente un cuestionario, la habitación empezaba a llenarse de humo, hasta el punto de dificultar la visión a media distancia. En una condición cada sujeto estaba solo en la sala; en otra estaba con otros dos sujetos, y en una tercera estaba con dos cómplices del experimentador que tenían instrucciones de encogerse de hombros y actuar como si no pasara nada. La pregunta era cómo reaccionarían los sujetos ante este signo de peligro en cada una de las condiciones. Los resultados dieron un fuerte apoyo a la hipótesis de la influencia social informativa:

- Mientras que un 75% de los sujetos que estaban solos salió de la sala para avisar del humo, sólo un 10% de los sujetos que estaban con los dos cómplices pasivos reaccionaron así. Y lo más curioso es que algunos de estos últimos sujetos trataron de justificar lo extraño de la situación pensando que el humo era “gas de la verdad”, que tenía la finalidad de hacerles ser sinceros en sus respuestas al cuestionario.

- En cuanto a la condición de tres sujetos ingenuos, donde ninguno de ellos sabía a qué atenerse ante tan novedosa y extraña situación, el porcentaje de los que reaccionaron avisando fue del 38%, muy inferior al de la condición de un sujeto solo. LATANÉ y DARLEY explicaron este resultado mediante el concepto de “ignorancia pluralista” (explica el efecto espectador en situaciones ambiguas): los tres sujetos necesitaban saber qué pasaba y qué debían hacer, pero ninguno de ellos quería demostrar públicamente su inquietud, así que se miraban entre ellos aparentando tranquilidad. Al ver que los otros parecían tranquilos, cada sujeto sacaba la conclusión de que no había nada que temer, y el resultado de todo este juego de disimulos era la inhibición de la acción. Este efecto depende mucho del contexto social y de las normas que rigen la interacción. En contextos donde la comunicación está socialmente reprimida (como en las grandes ciudades) y la gente tiene miedo de hacer el ridículo malinterpretando como emergencia una situación que no lo es, la inhibición a la hora de tomar la iniciativa será mucho mayor.

La influencia social informativa que ejercen unos observadores sobre otros aumenta con la semejanza entre ellos; es decir, las personas, a la hora de interpretar una situación ambigua, se guían más por lo que dicen o hacen otros como ellos que por las acciones de personas muy diferentes. Esto es lo que postula la “teoría de la comparación social” de FESTINGER (1954). Sin embargo, cuando la situación no es ambigua, la influencia de los demás observadores en la interpretación de lo que está pasando es, lógicamente, mucho menor. Entonces, ¿por qué nadie acudió en el caso de Kitty Genovese?.

Según el modelo de LATANÉ y DARLEY, no basta con que el observador se dé cuenta de que algo está pasando, ni siquiera es suficiente que lo interprete como una emergencia. Debe, además, considerar que tiene la responsabilidad de prestar ayuda. Y aquí es donde los vecinos de la asesinada fallaron. La presencia de más de un observador en una situación de emergencia o donde alguien necesita ayuda, puede hacer que ninguno de ellos se sienta personalmente responsable de actuar. Este efecto inhibitorio de la presencia de otros observadores se ha denominado “difusión de la responsabilidad”, y parece ser el que mejor explica la pasividad de los vecinos de Kitty Genovese, y también los resultados del primer experimento con la víctima de ataques epilépticos:

- Los observadores eran conscientes de que algo pasaba, y también de que se trataba de una emergencia. Por otra parte, la claridad de la situación y la falta de contacto directo entre ellos hacía imposible el efecto inhibitorio de la “influencia social informativa” y el de la “ignorancia pluralista”.

- Todos pensaban lo mismo: “¿por qué yo?”, o bien, “seguramente alguien acudirá en ayuda de la víctima”.

Pero, incluso aunque un observador se sienta responsable de proporcionar ayuda en una situación concreta, puede no hacerlo por considerarse incapaz o no saber cómo actuar. Por ejemplo, ante un accidente de tráfico o un incendio. Además, a pesar de cumplirse todos los pasos anteriores, la persona puede decidir no actuar por miedo a los costes que le supondría hacerlo.

El modelo de decisión de LATANÉ y DARLEY, aunque pensado en un principio para predecir la intervención en situaciones de emergencia, es aplicable a otros casos que impliquen conducta de ayuda más a largo plazo.

3.3.- Características de la persona que necesita ayuda.

Uno de los factores situacionales que influyen en la decisión de ayudar o no, es el relativo a las características de la persona que necesita ayuda. Por ejemplo, es más probable que ayudemos a alguien que nos resulte atractivo que a alguien que nos resulte aversivo. También es mayor la tendencia a ayudar a personas semejantes a nosotros que a personas muy diferentes. Se trata de un fenómeno transcultural que parece darse con más intensidad en culturas colectivistas, donde las diferencias entre el endogrupo y los exogrupos son mucho más marcadas.

La “relación entre semejanza y conducta de ayuda” se puede explicar también en términos de costes-beneficios:

- Ayudar a alguien semejante a nosotros puede facilitar el inicio de una relación con alguien que comparte nuestros valores, creencias, intereses, o cualquier otra característica, mientras que no ayudarlo nos hará sentirnos más culpables.

- Por otra parte, las personas que son diferentes a nosotros nos resultan más amenazantes, y es más difícil predecir cuál será su reacción ante nuestro ofrecimiento de ayuda. Sin embargo, hay muchos factores que nos pueden impulsar a ayudar a personas muy diferentes a nosotros, por ejemplo, cuando los costes de no hacerlo superan a los beneficios, o a los costes de prestar ayuda.

GAERTNER y DOVIDIO (1977) estudiaron experimentalmente la relación entre conducta de ayuda y semejanza-diferencia de la víctima y el observador. En este caso la diferencia se refería a la raza. La situación experimental consistía en hacer que los sujetos (blancos) oyeran como por casualidad un accidente grave sufrido por una persona en la habitación de al lado. Se manipularon dos variables: la presencia o no de otros observadores (blancos), y la raza de la víctima (a unos sujetos se les dijo que era una persona blanca y a otros que era negra). Los resultados muestran que:

1. Los sujetos “solos” ayudaron más que los que creían que había otros testigos, pero no ayudaron más a la víctima blanca, sino a la negra.

2. En la condición en la que supuestamente había otros observadores, los sujetos ayudaron a la víctima blanca el doble que a la negra.

Se confirma, por tanto, el efecto de “difusión de la responsabilidad”, pero el de la “semejanza” sólo aparece en un caso: cuando hay otros observadores. La explicación que proponen GAERTNER y DOVIDIO es que:

1. En la condición en que el sujeto cree ser el único testigo del accidente, la norma social sobre lo que hay que hacer en esa situación está muy clara, y la propia imagen del sujeto se vería perjudicada si violara sus sentimientos de obligación moral negándose a ayudar a una persona por ser de otra raza.

2. Sin embargo, en la condición en que hay más testigos, la responsabilidad es más difusa y el sujeto puede excusarse en que otro ayudará para discriminar a la víctima de otra raza sin que el motivo sea claramente el racismo, con lo cual sus valores personales y su propia imagen como persona no racista quedan a salvo.

Esta reacción es típica de los individuos que GAERTNER y DOVIDIO (1986) llaman “racistas aversivos”, cuyo prejuicio contra otra raza no es manifiesto sino sutil. El “racismo sutil” es una forma muy extendida de racismo que consiste en que la persona se considera libre de prejuicios raciales, pero inconscientemente mantiene sentimientos negativos hacia los individuos de otra raza. Por ello, la “discriminación racial” aparece en determinadas situaciones (cuando las normas son ambiguas o existe alguna “coartada” no racista), pero no en otras.

La semejanza entre la víctima y el observador puede influir en la conducta de ayuda a través de otros mecanismos:

- En principio, cuanto más semejante a nosotros es una persona, mayor es nuestra tendencia a considerar que no tiene la culpa de lo que le pasa, y más dispuestos nos sentimos a ayudarla al considerar que su problema se debe a circunstancias ajenas.

- Sin embargo, también puede darse el fenómeno contrario: Cuando la víctima se nos parece demasiado, su problema nos puede recordar que eso mismo nos podría pasar a nosotros, lo que nos produce una desagradable sensación de amenaza. Para luchar contra eso, un mecanismo es la “distorsión de la percepción de la víctima”, viéndola como diferente a nosotros, y otro es la “atribución de responsabilidad a la víctima”, de manera que también se consigue una diferenciación, al asignarle características negativas como falta de inteligencia o de precaución, por ejemplo.

4.- ¿CÓMO AYUDA LA GENTE?

Aparte de las características de la situación, incluyendo también las de la víctima, a la hora de decidir qué hacer en una emergencia influyen otros factores más personales.

PILIAVIN y colaboradores (1981) han desarrollado un modelo denominado “de activación y coste-recompensa” que pretende predecir, no sólo si la gente reaccionará o no en una situación que requiera ayuda, sino también qué tipo de reacción manifestará. Distingue entre costes y beneficios de ayudar, y costes y beneficios de no ayudar. La ventaja de este punto de vista es que permite predecir la conducta de ayuda una vez identificados los costes y los beneficios potenciales para el individuo. Lo que haga una persona en una situación dependerá, según este modelo, del balance entre los costes de ayudar y los costes de no ayudar:

- Cuando los costes de no ayudar son ALTOS y los de ayudar son BAJOS, la respuesta más probable del observador será ayudar directamente.

- Cuando ambos costes son ALTOS, el observador se encuentra ante un grave dilema. Para resolverlo tiene dos opciones: O bien la ayuda indirecta, buscando a otra persona que pueda asistir a la víctima; o bien reducir cognitivamente los costes de no ayudar reinterpretando la situación. Para esto último, puede utilizar las estrategias de “difusión de la responsabilidad” (“si yo no ayudo no pasa nada porque otro lo hará”) y de “atribución de responsabilidad a la víctima” (“en el fondo esta persona se merece lo que le está pasando”). El resultado de estos mecanismos es un descenso de los costes de no intervenir, con lo que el observador puede abandonar la escena sin muchos escrúpulos de conciencia. Probablemente, los vecinos de Kitty Genovese se enfrentaron a este dilema y optaron por alguna de estas estrategias cognitivas de distorsión de la realidad, y sólo uno se decidió por la ayuda indirecta cuando ya era demasiado tarde.

- Cuando los costes de no ayudar son BAJOS y los de ayudar son ALTOS, habitualmente se niega o se ignora el problema, se abandona la situación.

- Por último, la situación más difícil de predecir es aquella en la que tanto los costes de no ayudar como los de ayudar son BAJOS. Aquí tienen mucho más peso otros factores como las normas sociales y personales, las diferencias de personalidad, las relaciones entre el observador y la víctima, y otras variables situacionales.

En resumen, éste es un enfoque económico de la conducta humana, que supone que el individuo sopesa los pros y los contras antes de actuar, y está movido fundamentalmente por su propio interés. Sin embargo, el altruismo y el propio interés no tienen por qué ser incompatibles, como se verá más adelante.

5.- ¿POR QUÉ AYUDA LA GENTE?

En Psicología se han estudiado fundamentalmente tres fuentes motivacionales relacionadas con la conducta de ayuda: Los mecanismos de refuerzo positivo y aversivo, los factores emocionales, y las normas sociales y personales.

5.1.- La conducta de ayuda y el refuerzo.

Desde la perspectiva del aprendizaje por refuerzo, las personas ayudan:

1. Porque en el pasado se han visto reforzadas por hacerlo, bien sea mediante resultados positivos o mediante la evitación de consecuencias negativas.

2. Porque pueden haber aprendido a ayudar observando a otros que lo hacían y viendo las consecuencias de esa acción (lo que BANDURA llama “aprendizaje social”).

No sólo el refuerzo positivo tiene un claro efecto en el aprendizaje de la conducta prosocial, sino también el refuerzo aversivo o castigo.

Las personas que hayan obtenido una consecuencia negativa a raíz de un acto de ayuda, mostrarán una tendencia mucho menor a ayudar a otros en el futuro que los que hayan recibido un refuerzo positivo.

Ahora bien, si el castigo por ayudar da como resultado una disminución en la frecuencia posterior de conductas de ayuda, el castigo por no ayudar tampoco aumenta dicha frecuencia, ya que produce un estado emocional negativo (de ira u hostilidad) que es incompatible con la tendencia a beneficiar a otros. Por último, tampoco las recompensas materiales resultan ser un refuerzo adecuado para los niños: si aprenden a asociar su conducta de ayuda con alguna recompensa material, sólo ayudarán después cuando esperen recibir algún premio, y su motivación intrínseca para comportarse prosocialmente se verá deteriorada.

5.2.- Factores emocionales.

El ver a alguien en dificultades o sufriendo nos produce una activación emocional que es común a todas las culturas, lo que indica que existe una base biológica. Lo que no está tan claro es que esa activación emocional derive siempre en un impulso a ayudar al otro. Una cosa es la activación, una respuesta fisiológica difusa, y otra la interpretación que hagamos de ella. Y esa interpretación, que depende mucho del contexto concreto, define en parte el tipo de emoción que sentimos. Si la situación nos lleva a interpretar la activación como “ira”, nuestra tendencia de respuesta será muy distinta de la que tendríamos si la interpretáramos como “compasión”.

Un factor importante que determina la emoción que sentimos ante una situación en que alguien necesita ayuda es la atribución que hagamos sobre las causas del problema del otro. Esto se debe a que las atribuciones influyen en las emociones, y éstas en la conducta:

Generalmente, si atribuimos el problema del otro a causas ajenas a su voluntad, su sufrimiento nos provocará una emoción positiva hacia él (“empatía”), que nos impulsará a ofrecerle ayuda. Mientras que si le consideramos responsable de lo que le ocurre, sentiremos una emoción negativa (“ira”, “desprecio”), que disminuirá nuestra motivación para ayudarle.

Sin embargo, a veces son precisamente las emociones negativas las que nos impulsan a ofrecer ayuda a otra persona.

Es el caso del “sentimiento de culpa”. La gente que se siente culpable hacia alguien tiene más tendencia a ayudar no sólo a aquél al que cree haber perjudicado sino también a otros. Esto se podría explicar como un mecanismo para restaurar la propia imagen, deteriorada por haber causado algún perjuicio a otra persona.

Finalmente, hay casos en los que simplemente presenciar cómo se perjudica a otra persona hace que la gente se muestre más proclive a prestar ayuda. Aquí no sería “culpabilidad” sino “tristeza” la etiqueta adecuada para la emoción que impulsa a ayudar.

CIALDINI y colaboradores (1982) han propuesto el “modelo del alivio del estado negativo”, según el cual cuando la gente experimenta emociones negativas de “culpa”, por haber perjudicado a alguien, o de “tristeza”, por haber sido testigo del daño a otra persona, se siente motivada a reducir ese estado emocional desagradable. Una de las vías para conseguirlo es la conducta de ayuda, por sus consecuencias reforzantes aprendidas en experiencias anteriores. Sin embargo, no es la única, y si la persona encuentra antes otra alternativa para liberarse del estado negativo, la conducta de ayuda será mucho menos probable. Por la misma razón, si la persona piensa que el ayudar no la va a liberar de su malestar, tampoco se sentirá motivada para hacerlo.

Otro modelo motivacional es el de “activación y coste-recompensa” de PILIAVIN y colaboradores (1981). Este modelo sostiene que el presenciar el sufrimiento de otra persona provoca en el individuo una activación “empática” que, cuando es atribuida al problema del otro, se experimenta como una emoción desagradable que mueve al individuo a reducirla. Ayudar al otro suele ser una forma de reducir ese estado emocional desagradable. La cantidad de activación que una persona experimenta depende de sus características personales, de las de la víctima, de la relación que exista entre ellos y de las características de la situación, pero el hecho de que esa activación se produce se ha demostrado en numerosos estudios, en los que se ha encontrado que los sujetos reaccionan con respuestas fisiológicas concretas ante el sufrimiento de otro, e incluso con expresiones faciales similares a las de la víctima.

Lo que sucede es que la activación por sí sola no lleva a la acción de ayudar. Debe ser interpretada como debida al sufrimiento de la otra persona. Si se atribuye a otra causa, el individuo tenderá mucho menos a ayudar como medio para reducir esa activación. También es posible el caso contrario, que la causa real de la activación sea otra y se atribuya a la presencia de alguien que necesita ayuda. Varios estudios han encontrado que la ayuda aumenta también en estas situaciones.

El nivel de activación influye en la percepción de los costes y las recompensas de las diversas alternativas para reducir esa activación. De modo que, a medida que aumenta ese nivel de activación, la atención del individuo se centra más en los aspectos importantes de la situación, llegando a alterar la forma en que percibe y sopesa la información sobre los costes y las recompensas. Así, por ejemplo, en las situaciones de emergencia, siempre suele haber alguna persona que acude rápidamente en ayuda de la víctima sin pararse a pensar en sus posibles costes personales.

Aunque los dos modelos motivacionales que se acaban de presentar parecen muy semejantes, se diferencian en dos puntos fundamentales:

1. La importancia concedida a la causa de la activación:

- El modelo del “alivio del estado negativo” sostiene que, independientemente de la causa a la que se atribuyan, ciertos estados emocionales negativos (especialmente culpabilidad y tristeza) pueden motivar la conducta de ayuda.

- El modelo de “activación y coste-recompensa” considera fundamental que la activación desagradable sea atribuida al sufrimiento o al problema de la víctima para que desencadene en el individuo la acción de ayudar.

2. La forma de reducir el estado emocional desagradable:

- Según el modelo del “alivio del estado negativo”, la conducta de ayuda no es más que una alternativa de acción entre varias posibles para reducir un estado emocional negativo.

- Según el modelo de “activación y coste-recompensa”, cuando la causa del malestar se atribuye al sufrimiento de otra persona, la manera de reducirlo será ayudando a esa persona para que deje de sufrir.

Lo que tienen en común estos dos modelos es su visión “egoísta” de la conducta de ayuda: La gente ayuda para liberarse de un estado emocional desagradable, para obtener un refuerzo (interno o externo) o para evitar un castigo.

Un punto de vista distinto, también centrado en factores emocionales, es el que sostienen BATSON y colaboradores (1991). Según ellos, la gente puede ayudar a otros llevada por una motivación egoísta, pero también existe una motivación altruista basada en un fenómeno emocional llamado “empatía”. La empatía se entiende aquí como una “respuesta emocional orientada a otra persona que es congruente con el bienestar (o malestar) percibido en esa persona”.

Así, elaboraron el modelo de “empatía-altruismo”, que defiende que el ver a otra persona que necesita ayuda puede provocar, además de un estado de activación desagradable, una respuesta emocional de preocupación empática por lo que le ocurre, emoción que mueve al individuo a actuar, no para reducir su propio malestar, sino para aliviar la necesidad del otro.

Claro que esto es más fácil decirlo que demostrarlo. Por ello, BATSON y colaboradores han llevado a cabo numerosos experimentos para poner a prueba la existencia de una motivación verdaderamente altruista. Básicamente, lo que han hecho ha sido descartar, una por una, las posibles explicaciones egoístas de la conducta de ayuda, para así apoyar su hipótesis de que existe una motivación altruista. Por ejemplo:

- En el caso de la hipótesis de la motivación de reducción del malestar propio debido al sufrimiento de otro, los resultados mostraron que los sujetos no motivados empáticamente elegían la alternativa que menos costes suponía para liberarse del malestar, pero que los sujetos motivados “empáticamente” ayudaban tanto cuando la ayuda era la vía más fácil como cuando era la más difícil.

- En el caso de la hipótesis de que la gente ayuda para evitar una mala imagen ante los demás y ante sí mismos (es decir, para reducir los costes de no ayudar), mostraron que los sujetos no motivados empáticamente ayudaban sólo en la condición en que su conducta podía ser conocida por otras personas o cuando no había excusas para no hacerlo, pero que los sujetos motivados “empáticamente” ayudaban incluso cuando se descartaba la posibilidad de que otros conocieran o evaluaran su conducta.

- Y en el caso de la hipótesis sostenida desde las teorías del aprendizaje, de que la gente ayuda para obtener recompensas, ya sea de la persona que recibe ayuda, o de otros (reconocimiento social) o de uno mismo (orgullo), mostraron que los sujetos no motivados empáticamente sólo ayudaban cuando se les decía que conocerían el resultado de su acción para el receptor de la ayuda, pero que los sujetos motivados “empáticamente” ayudaban incluso cuando creían que no podrían saber las consecuencias finales de su acción.

Así pues, según estos resultados de BATSON y colaboradores, los sujetos empáticamente motivados se sienten bien, en resumen, cuando saben que la víctima ha recibido ayuda, independientemente de si se la han dado ellos u otras personas.

Otra característica de la motivación empática que la distingue de los demás modelos, es que no se generaliza a otras situaciones. Es decir, no vale siempre cualquier tipo de ayuda, sino sólo aquella que contribuya a resolver el problema concreto que ha motivado la preocupación empática del individuo.

Existe, por tanto, una cantidad considerable de evidencia empírica que sugiere que poseemos la capacidad de comportarnos movidos por sentimientos no puramente egoístas. Es más, el que se haya podido demostrar experimentalmente la existencia de una motivación altruista ha abierto una brecha importante en la tradición psicológica defensora del egoísmo y el hedonismo como único móvil de la acción humana.

El altruismo puede darse más claramente entre conocidos o familiares. Y existen numerosos obstáculos que impiden que sintamos empatía hacia otros: preocupación por nosotros mismos, concentración en la tarea que tenemos entre manos, consideración del otro como un objeto o como una persona muy distinta a nosotros con la que no tenemos nada que ver, etc. Por último, la motivación altruista se ve la mayoría de las veces superada por el propio interés, pero esto no es bueno ni malo en principio, sino natural, como se verá después.

5.3.- Las normas sociales y personales.

En todas las culturas existen reglas que prescriben el actuar de forma prosocial hacia los demás. Estas reglas son muchas veces implícitas y se transmiten, de generación en generación, mediante el proceso de socialización que tiene lugar desde el nacimiento del individuo y su incorporación a un determinado grupo.

Las normas guían la conducta e indican lo que la gente debe hacer, así como lo que debe esperar según lo que haga. Las normas sociales prescriben de una forma general, aplicándose a cualquier persona y en cualquier situación. Por ejemplo:

- La “norma de reciprocidad” implica que hay que ayudar a aquellos que nos han ayudado y hay que negar ayuda a los que nos la han negado. La fuerza de esta norma en la motivación de la conducta humana es enorme, y su violación suele producirnos malestar, tanto cuando el resultado de la transgresión es desventajoso como cuando es ventajoso para nosotros. En este principio se basa la estrategia de muchos vendedores de regalar algo de poco valor para crear en la gente la obligación de responder comprando su producto.

- La “norma de equidad” prescribe que en una relación debe haber un equilibrio entre lo que cada uno aporta y lo que recibe, aunque es poco probable que alguien piense que recibe más que los demás en relación con lo que aporta, dada nuestra tendencia a sobreestimar nuestras aportaciones. Esta norma impulsaría a los individuos que se consideran excesivamente pagados por lo que hacen, a ayudar a aquellos otros a los que perciben como injustamente tratados en ese mismo terreno.

- La “norma de responsabilidad social” indica que cada persona debe ayudar a aquellos que dependen de ella. Sin embargo, aquí interviene el proceso de “atribución de responsabilidad” que se veía antes. Según se atribuya la causa de la dependencia de una persona, a factores ajenos a ella o a su propia responsabilidad, la ayuda será más o menos probable.

Todas estas normas son de tipo general, aplicables a todo el mundo. Pero existen también “normas personales”, o “sentimientos de obligación moral”, que hacen que cada persona considere en cada situación concreta las posibles alternativas de conducta acordes con sus propios “valores” y “criterios morales”. El actuar o no de acuerdo con esas normas personales, puede producir una activación emocional que mueva al individuo en una determinada dirección.

En resumen, en las explicaciones de por qué la gente ayuda a otros se combinan factores de tipo emocional y cognitivo. El aprendizaje de las normas sociales nos hace esperar determinadas recompensas o castigos sociales por actuar de manera prosocial o dejar de hacerlo. Por otra parte, las normas personales nos hacen experimentar una activación emocional desagradable cuando no actuamos de acuerdo con nuestros criterios de responsabilidad y obligación de ayudar a otros. En cuanto a los factores emocionales propiamente dichos, su efecto motivador de la ayuda depende de cómo se interprete la activación fisiológica que se siente en un determinado momento:

- Si se trata de emociones negativas como la “ira” o el “desprecio”, la motivación resultante es la de no ayudar.

- Si son emociones negativas de otro tipo, como “inquietud”, “tristeza”, o “culpabilidad”, la motivación es egoísta y la conducta de ayuda tiene como fin reducir ese malestar emocional en el que la realiza.

- En cambio, si la persona interpreta su activación fisiológica como “preocupación empática” por el problema de la otra persona, la motivación es altruista y la conducta de ayuda tiene la finalidad de reducir el malestar del que la recibe.

6.- ¿TIENE EL ALTRUISMO BASE BIOLÓGICA?

Fue la “paradoja del altruismo” la que hizo que algunos investigadores sintieran la necesidad de revisar los planteamientos de la teoría de la evolución de DARWIN. El hecho de que hubiera individuos que arriesgaban su vida (y, por tanto, su capacidad reproductiva) para salvar a otros contradecía la idea de la lucha por la supervivencia y la reproducción como fuerza motora de la evolución de las especies.

Fueron HAMILTON primero y TRIVERS después, los que resolvieron la paradoja del altruismo mediante su explicación de los procesos de “aptitud inclusiva” y “altruismo recíproco”, respectivamente. Lo que se consigue con estos dos mecanismos es aumentar las posibilidades de propagación genética:

- Primero, porque un individuo puede conseguir que sus genes pasen a la siguiente generación sin necesidad de reproducirse él mismo, ayudando a que lo hagan otros individuos que comparten su dotación genética, es decir, sus parientes (“aptitud inclusiva”).

- Y después, porque también puede resultarle ventajoso ayudar a otros no emparentados con él, si existe una probabilidad elevada de que le sea devuelto el favor a él o a sus parientes en un futuro (“altruismo recíproco”).

El altruismo, por tanto, tiene un valor adaptativo para el individuo y el grupo. Ahora bien, para que sea así, tienen que cumplirse por lo menos dos condiciones:

1. Que cada individuo sea capaz de reconocer a sus parientes y el grado de proximidad genética que tienen con él, así como a otros individuos altruistas en el caso del altruismo recíproco.

2. Que se castigue a los posibles “tramposos”, que reciben el favor pero no lo devuelven.

En el caso de la especie humana, el hecho de que nuestros ancestros vivieran en pequeñas bandas de cazadores-recolectores, probablemente propició que los parientes se reconocieran entre sí. Después, rasgos externos como la semejanza pueden haber servido de clave para distinguir entre familiares y extraños, e incluso entre altruistas y no altruistas. Ésta sería la explicación evolucionista de por qué tendemos más a ayudar a los que son semejantes a nosotros que a los que son diferentes.

Pero el altruismo no podría haber sobrevivido si no se hubieran desarrollado también mecanismos para luchar contra el engaño:

- Según algunos autores, las reacciones emocionales negativas e intensas que sentimos cuando somos víctimas de un engaño, constituyen un mecanismo evolucionado para motivarnos a castigar a los tramposos. Este castigo tiene como finalidad que la estrategia del engaño no sea más ventajosa que la del altruismo.

- Por otra parte, el sentimiento de culpa es otro mecanismo emocional que frena nuestra posible tendencia a aprovecharnos del altruismo de otro. Las normas sociales de reciprocidad, equidad y justicia, en general, son la expresión cultural de esos mecanismos. Estos valores existen en todas las culturas, al igual que las reacciones negativas ante su transgresión.

Las emociones son probablemente también el medio a través del cual los genes influyen en la conducta altruista. Nuestra dotación genética puede actuar sobre nuestro sistema nervioso, haciéndonos más sensibles a determinados estímulos del ambiente y más propensos a experimentar determinadas emociones. Concretamente, la emoción de empatía ha sido considerada como la más relacionada con la conducta altruista. Por tanto, aquellos de nuestros ancestros que experimentaban este tipo de emoción hacia sus parientes, probablemente eran más propensos a actuar de forma altruista hacia ellos, favoreciendo así la transmisión de la dotación genética facilitadora de la empatía. Y lo mismo es aplicable al caso del altruismo recíproco. Se trata de un proceso de doble vía:

La empatía resultaba adaptativa porque favorecía la conducta altruista, y ésta lo era porque favorecía la aptitud inclusiva de los individuos, es decir, la transmisión de sus genes a través de la reproducción de sus parientes, o la reciprocidad de los no parientes.

La capacidad para la empatía se ha encontrado en niños recién nacidos, si bien esa tendencia innata a reaccionar ante el sufrimiento de otra persona va desarrollándose con la experiencia, a lo largo de la vida del individuo, hasta alcanzar su expresión adulta.

7.- DESARROLLO DEL ALTRUISMO Y LA CONDUCTA DE AYUDA DURANTE LA VIDA DEL INDIVIDUO.

En el apartado anterior nos hemos referido al altruismo desde el punto de vista “filogenético”, es decir, de su evolución a lo largo de la historia de nuestra especie. Pero durante el desarrollo ontogenético también se producen cambios, tanto en los factores que motivan la conducta de ayuda como en la forma de percibir e interpretar las circunstancias a la hora de ayudar o no.

Uno de los principales cambios que se producen a lo largo del desarrollo del individuo, se refiere a lo que le motiva a ayudar:

Primero, los niños pequeños, debido a su egocentrismo y su incapacidad para adoptar la perspectiva del otro, se mueven sobre todo por recompensas tangibles o por indicaciones expresas de los adultos. Después, otras recompensas menos materiales, como elogios u otras reacciones positivas, sirven para motivar su conducta de ayuda.

Más tarde, cuando el individuo ya ha aprendido las normas sociales, se siente motivado a ayudar por la búsqueda de aprobación social, por la creencia de que su ayuda será correspondida en un futuro, y por el miedo a ser socialmente castigado si viola las normas y lo que se espera de él.

Finalmente, las personas llegan a internalizar las fuentes de motivación, y ayudan porque eso les hace sentirse mejor o porque quieren beneficiar al otro. El no hacerlo provoca efectos negativos en la propia imagen y un malestar emocional. Por supuesto, el llegar a esta última fase no implica que los factores que motivaban la conducta de ayuda en fases anteriores dejen de hacerlo. Hay muchos casos en que los adultos nos movemos más por recompensas tangibles que por refuerzos intrínsecos.

También se producen cambios en la forma de ver la conducta de ayuda: Los niños pequeños consideran más valiosa la ayuda que es recompensada que la que no lo es, y, por tanto, se fijan más en las consecuencias de la conducta para el que ofrece la ayuda. Sin embargo, los adultos se fijan más en las intenciones, y valoran más la ayuda que se ofrece sin esperar recompensas.

En el desarrollo del altruismo y la conducta prosocial, en general, intervienen fundamentalmente tres procesos: la “maduración socio-cognitiva”, la “socialización” y el “aprendizaje a través de la interacción con los iguales”. Los tres están relacionados entre sí, de manera que hay determinadas cosas que no se pueden aprender hasta alcanzar un determinado nivel de maduración cognitiva y, al mismo tiempo, el progresivo conocimiento de lo que es valorado y rechazado socialmente, así como la experiencia de lo que resulta apropiado en cada situación (que se adquiere en la relación con otros), van modelando la visión del mundo, de los demás y de uno mismo.

En resumen, aunque nacemos con una predisposición a sentir empatía por los demás, esa tendencia no se traduce en conducta altruista de forma automática, sino a partir de los procesos madurativos y experienciales que se acaban de mencionar, igual que sucede con otras conductas como andar, hablar o enamorarnos.

8.- LA CONDUCTA DE AYUDA DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL QUE LA RECIBE.

8.1.- Petición de ayuda.

GROSS y McMULLEN (1983) han propuesto un modelo sobre la conducta de petición de ayuda. Según estos autores, la petición de ayuda a otra persona es el resultado de un proceso de decisión en el que el individuo se plantea tres cuestiones consecutivas: 1. El problema que tengo, ¿se solucionaría si alguien me ayudara?; 2. ¿Pido ayuda a alguien o no?; 3. ¿A quién pido ayuda?. Como ocurría en el modelo de DARLEY y LATANÉ sobre la decisión de ayudar o no, aquí también la respuesta negativa a cualquiera de estas preguntas conduce a la no petición de ayuda.

El simple reconocimiento de que existe un problema no es suficiente para motivar a la gente a pedir ayuda. Según NADLER (1991), el que una persona decida pedir ayuda o no pedirla, depende de tres elementos que influyen en nuestra percepción de los posibles costes y beneficios de pedir ayuda a otro:

1. Sus características personales (edad, género, etc.). Por ejemplo, desde el punto de vista de la autoestima, es más costoso pedir ayuda para los hombres que para las mujeres, y para las personas de alta autoestima que para las de baja autoestima.

2. La naturaleza del problema y el tipo de ayuda que necesita. Por ejemplo, si el problema de una persona está directamente relacionado con su imagen personal y social, será menos probable que solicite ayuda a otros. De hecho, es menos frecuente que la gente acuda a un psicólogo o a un psiquiatra cuando tiene problemas de salud mental, que a un médico cuando tiene problemas de salud física.

3. Y las características del potencial donante de la ayuda. Por ejemplo, muchas veces la gente prefiere pedírsela a alguien que pueda ayudar sin ser demasiado amenazante para su autoestima, antes que a la persona más competente. Una característica que parece influir aquí es la semejanza entre el que pide ayuda y el potencial benefactor. Así, los resultados de las encuestas sobre petición de ayuda indican que la gente tiende a acudir a parientes o a personas semejantes a ellos. Sin embargo, en los estudios experimentales de laboratorio se obtiene un resultado completamente opuesto: los sujetos rara vez piden ayuda, y mucho menos a otros semejantes a ellos. La razón parece estribar en el tipo de relaciones entre el que necesita la ayuda y el que puede darla:

- En la situación de laboratorio, los experimentadores suelen emplear sujetos que no se conocen entre sí, para eliminar posibles variables contaminantes. Pero la relación entre los sujetos que no se conocen entre sí corresponde a lo que CLARK y MILLS (1993) llaman una “relación de intercambio”, en la que la conducta se mueve por consideraciones de estricta reciprocidad: el que hace algo por otro espera que el favor le sea devuelto, y si recibe algo de otro sabe que debe corresponder. Y en una situación experimental, donde las posibilidades de devolver un favor en el futuro son prácticamente nulas, los sujetos se muestran reacios a pedir una ayuda que no van a poder compensar. El no poder devolver el favor al otro cuando creemos que se espera de nosotros que lo hagamos, también es un factor disuasor a la hora de pedir ayuda.

- En cambio, en las “relaciones de tipo comunal”, entre amigos o parientes, la gente se preocupa menos por los costes y beneficios de su conducta y más por el bienestar de la otra persona. Además, al tratarse de relaciones duraderas, queda abierta la posibilidad de compensar posteriormente al otro por la ayuda prestada. Y, finalmente, resulta mucho menos amenazadora, para nuestra imagen y autoestima, la petición de ayuda a un amigo, que a un extraño que puede crearse una opinión negativa de nosotros, sobre todo si es semejante.

8.2.- Reacción ante la ayuda recibida.

NADLER y FISHER (1986) han elaborado un modelo, basado en el sentimiento de amenaza a la autoestima, para explicar y predecir las reacciones positivas o negativas de la gente ante la ayuda ofrecida por otros. Este modelo sostiene que lo que determina en última instancia la reacción positiva o negativa del receptor de la ayuda, es la cantidad relativa de amenaza y de apoyo percibidos. En general, la persona tenderá a percibir una ayuda como amenazante para su autoestima, y experimentará sentimientos negativos hacia la ayuda y hacia el que la ofrece:

1. Cuando procede de alguien socialmente comparable a ella. Es decir, alguien semejante en alguna característica relevante.

2. Cuando amenaza la propia libertad y autonomía. Por quedar la obligación de corresponder.

3. Cuando además de implicar una obligación de devolver el favor, no da ninguna oportunidad para hacerlo. Impidiendo así al receptor cumplir las normas de reciprocidad y equidad.

4. Cuando sugiere que la persona que recibe la ayuda es inferior a la que la ofrece y dependiente de ella.

5. Cuando se refiere a un problema central para la identidad del receptor, por su repercusión en la imagen de sí mismo y hacia los demás.

6. Cuando no coincide con los aspectos positivos del autoconcepto del receptor.

En resumen, aunque lo normal, según el sentido común, es que la persona que necesita ayuda la pida y la que la recibe la agradezca, la realidad no siempre es así de sencilla. Cuando ofrecemos nuestra ayuda a alguien, en especial si no nos la ha pedido, debemos tener cuidado con la forma en que lo hacemos. La moraleja que se podría extraer de todo esto sería “haz bien, pero mira antes a quién”.

TEMA 9: ATRACCIÓN Y RELACIONES INTERPERSONALES.

1.- INTRODUCCIÓN.

La afiliación es un fenómeno básico sobre el que parecen descansar otros procesos, como la atracción y el amor. La atracción interpersonal, considerada de forma general, es un fenómeno en el que pueden incluirse la amistad, las relaciones íntimas o la admiración por una figura pública. El amor es un proceso en el que confluyen las relaciones interpersonales con fuertes dosis de afecto y atracción.

2.- LA AFILIACIÓN.

Es una tendencia humana básica que lleva a buscar la compañía de otras personas. Niños y niñas desarrollan vínculos con las personas con las que tienen un contacto regular (padres) resultándoles penoso separarse de ellas. Los niños cuando están con otras personas se sienten más seguros y relajados y disponen de modelos de referencia para saber cómo comportarse en situaciones extrañas.

La función primordial de la afiliación consiste en garantizar la supervivencia tanto del individuo como de la especie. Los resultados positivos de la afiliación son de muy diversa índole. Afiliarnos con otros puede hacer que consigamos ciertos objetivos que no podemos obtener solos, proporcionarnos diversión y entretenimiento, incrementar nuestra autoestima, nos sirve para expresar nuestra sexualidad o nos ayuda a aprender lo que no sabemos. Entre todas estas funciones, los psicólogos sociales se han centrado en dos: la afiliación nos sirve para reducir nuestra ansiedad y miedo, y nos brinda un criterio de comparación de nuestras propias actitudes y habilidades. Ambas funciones son, con frecuencia, interdependientes.

Un experimento realizado por SCHACHTER (1959), tenía como propósito investigar si la ansiedad puede llevar al deseo de afiliación. Los resultados dieron que el nivel de ansiedad inducido por el experimentador influía en la decisión de los sujetos: de los que estaban en la condición de alta ansiedad, el 62,5 por ciento prefirieron esperar en compañía, mientras que esa preferencia sólo se dio en el 33 por ciento de los que estaban en la condición de baja ansiedad.

Pero, ¿por qué las personas ansiosas prefieren la compañía de los demás?. ¿Les da igual el tipo de compañía que sea?. Ante la primera pregunta, según SCHACHTER, había dos respuestas:

1. Los demás sirven de distracción en estas circunstancias.
2. Los demás sirven como criterio de comparación social, y nos ayudan a decidir qué respuesta dar ante una situación nueva y extraña.

La respuesta a la segunda pregunta (si da igual el tipo de compañía) depende de cuál sea la respuesta a la primera: si la presencia de los demás reduce nuestra ansiedad porque nos sirve de distracción, cualquier persona puede servir para este propósito; en cambio, si nos van a servir de guía para saber cómo responder, sólo disminuirá nuestra ansiedad cuando estas personas se encuentren en la misma situación que nosotros. Los resultados de varias investigaciones apoyan esta explicación. Así, en un segundo experimento realizado por SCHACHTER, en el que todos los sujetos estaban en situación de alta ansiedad, los sujetos prefirieron esperar solos cuando la alternativa era hacerlo junto a otras personas que no estaban en su misma situación, y que no les servirían pues para reducir su ansiedad.

Hay otras situaciones en las que estar con otras personas puede incrementar nuestra ansiedad. Por ejemplo, en un experimento de SARNOFF y ZIMBARDO (1961) los participantes varones tenían que succionar un biberón y prefirieron hacerlo solos.

KULIK y MAHLER (1989) les dieron la opción, a unos pacientes que esperaban ser sometidos a una operación quirúrgica, de instalarles en una habitación junto a otro paciente que esperaba lo mismo o acomodarles con un paciente que acababa de pasar por esa operación, y la mayoría prefirieron estar junto a alguien que ya había sido operado, no sólo por que tenía más conocimiento del proceso, sino también porque su presencia constituía un elemento tranquilizador.

FOX (1980) pidió a las personas que participaron en su estudio que indicaran, en diferentes situaciones, si preferían estar solos o con otras personas. El deseo de estar en compañía fue mayor en situaciones agradables y amenazadoras, y preferían estar solas en situaciones desagradables y en las que requerían concentración.

La afiliación está estrechamente asociada con la atracción, pero son realidades diferentes. Así, SURRA y MILARDO (1991) distinguieron entre:

- “Redes interactivas”: compuestas por las personas con quienes el individuo mantiene interacciones frecuentes.

- Y “redes psicológicas”: formadas por las personas a quienes el individuo siente cerca y considera importantes.

Y encontraron que el 75 por ciento de las personas que los participantes identificaban como miembros de una de las dos redes, sólo pertenecían a una de ellas (no a las dos); además, no había correlación entre el tamaño de las dos redes.

3.- ATRACCIÓN INTERPERSONAL.

La atracción interpersonal se puede entender, de una forma amplia, como el juicio que una persona hace de otra a lo largo de una dimensión actitudinal cuyos extremos son la evaluación positiva “amor” y la evaluación negativa “odio”. Este juicio o actitud es frecuente que vaya asociado a conductas (por ejemplo, el intento de estar junto a las personas que nos atraen), sentimientos (sentirnos alegres o felices junto a tales personas), y otras cogniciones (inferir que una persona muy atractiva tendrá otras características positivas).

3.1.- Explicaciones psicosociales de la atracción.

* La búsqueda de consistencia cognitiva.

El principio básico común a todas las teorías de la consistencia cognitiva (por ejemplo, la “teoría del equilibrio” de HEIDER, la de la “disonancia cognitiva” de FESTINGER, o la de la “congruencia” de OSGOOD y TANNENBAUM) era que las personas intentamos mantener la coherencia entre nuestras actitudes, y entre éstas y nuestras conductas.

- Ejemplos de “relaciones equilibradas o consistentes”: tener las mismas ideas que nuestros amigos, las mismas aficiones que nuestra pareja, ver muchas películas de nuestro actor favorito.

- Ejemplos de “relaciones inconsistentes”: discrepar profundamente con nuestros amigos en cuestiones ideológicas, tener aficiones opuestas a nuestra pareja, ver películas del actor que más detestamos.

Las soluciones a estas situaciones desequilibradas podrían ser: cambiar nuestra ideología, divorciarnos o descubrir facetas positivas en el actor detestado.

* Las consecuencias de la asociación y del refuerzo.

Los efectos de la asociación sobre la atracción interpersonal, siguiendo los principios del condicionamiento clásico, dan lugar a que nos sintamos atraídos hacia quienes aparecen asociados a experiencias positivas y nos desagraden quienes estén asociados a experiencias negativas.

Así, los resultados de un experimento de MAY y HAMILTON (1980), mostraron que las evaluaciones que hicieron unas chicas de una serie de fotos de varones, eran más positivas cuando éstas realizaban la evaluación escuchando la música que les agradaba.

El hecho de que las personas conozcamos los efectos de la asociación puede explicar el “efecto MUM” (de BOND y ANDERSON, 1987), consistente en que las personas nos resistimos a transmitir malas noticias, las hacemos menos negativas o nos callamos, porque creemos que, al comunicarlas, apareceremos asociados al evento negativo y resultaremos poco atractivos.

Otro mecanismo básico del aprendizaje es el refuerzo: nos sentimos atraídos hacia quienes nos recompensan, pues producen en nosotros sentimientos positivos, y rechazamos a quienes nos proporcionan sentimientos negativos. En otras palabras, los que nos evalúan positivamente nos resultan más atractivos que los que nos critican.

* Intercambio e interdependencia.

Los efectos cognitivos o evaluativos que una persona produce en nosotros, dependen del contexto de interacción en el que tienen lugar los procesos de atracción. Por ejemplo, una evaluación positiva no tiene el mismo valor si la hace alguien a quien amamos o alguien que detestamos. Por otro lado, de acuerdo con la “teoría del intercambio social” (de BLAU, 1964, y KELLEY y THIBAUT, 1978) una persona nos resultará atractiva si creemos que las recompensas que se derivarán de tal relación son mayores que los costes que implica.

La “teoría de la interdependencia” (de KELLEY y THIBAUT, 1978) es más específica, centrándose en la interacción entre dos personas. El juicio sobre lo beneficiosa que puede resultar una relación para nosotros y el juicio del atractivo de la persona implicada en dicha relación, dependen de las comparaciones que efectuamos utilizando dos criterios:

1. El nivel de comparación que se refiere a la calidad de los resultados que una persona cree que merece: Este nivel se basa en las experiencias pasadas, y cualquier situación actual sólo será juzgada como beneficiosa si excede dicho nivel de comparación. Por ejemplo, en una relación de pareja, este nivel de comparación puede estar formado por nuestras anteriores relaciones.

2. El nivel de comparación con alternativas: Una relación algo satisfactoria puede ser la mejor evaluada por nosotros si es la única alternativa que tenemos, pero si se presenta una mejor relación, que prometa más recompensas que costes, es probable que la evaluación de la primera caiga en picado y esa relación deje de existir.

Lo importante de estos enfoques, es su énfasis en el papel que las evaluaciones subjetivas tienen en el proceso de intercambio social. Las recompensas y los costes dependen de las experiencias de los individuos, de sus creencias, y de las atribuciones que hagan sobre sí mismos y sobre los demás.

3.2.- Factores que influyen en la atracción.

Los factores que influyen en su aparición o en su intensidad son:

* Proximidad.

No podemos sentirnos atraídos u odiar a quien no conocemos, la mayoría de nuestras amistades y amores son con quienes conocemos.

Hay dos tipos de factores que influyen en que las personas coincidamos unas con otras:

1. Factores sociales o institucionales: por ejemplo, la política que sigue una universidad para formar grupos de estudiantes, o los lugares socialmente sancionados para los encuentros entre adultos de distinto sexo (antiguamente los bares).

2. Las características personales del individuo: dos personas amantes de Bach es probable que se encuentren en el conservatorio o en conciertos.

Un estudio realizado por FESTINGER, SCHACHTER y BACK (1950) mostró que hechos en apariencia tan insignificantes como la distancia entre las puertas de los apartamentos, o la letra por la que empieza nuestro apellido, condicionan nuestras amistades o nuestro matrimonio: A menor distancia, mayor atracción.

Mecanismos psicológicos por los que influye la proximidad en la atracción:

1. Las personas más cercanas son las más accesibles. Lo importante para la atracción es la posibilidad de interacción que genera la cercanía, no la cercanía “per se”.

2. En nuestra sociedad se nos ha enseñado que puede ser inadecuado y peligroso tratar con extraños.

3. La proximidad puede incrementar la familiaridad, y ésta aumentar la atracción. Este efecto fue denominado por ZAJONC (1968) “efecto de la mera exposición”, y consiste en que la percepción de forma repetida de un estímulo que inicialmente es neutral o positivo, lleva a una mayor atracción hacia el estímulo. En el caso de las relaciones interpersonales: cuanto más se conoce a cierta persona, mejor se puede predecir su conducta y mayor es la probabilidad de que conozcamos los parecidos que tiene con nosotros.

4. La semejanza es otro factor que puede explicar la mayor atracción hacia quienes tenemos más cerca. La gente que trabaja junta, convive o comparte su tiempo libre, suele tener también otras cosas en común: ideología, religión, situación económica etc., ya sea porque se juntaron por ser semejantes o porque se hacen semejantes como consecuencia de estar juntos.

5. Según las “teorías de la consistencia cognitiva”, pasar mucho tiempo con alguien como, por ejemplo, un compañero de trabajo que nos resulte desagradable, es una relación desequilibrada, lo que pondrá en marcha fuerzas equilibradoras para que cambiemos de trabajo o descubramos que dicha persona no es tan desagradable como creíamos. TYLER y SEARS (1977), encontraron que las personas que esperaban interactuar con alguien que era desagradable, lo veían menos desagradable que aquellas personas que no esperaban tal interacción.

Sin embargo, no siempre la proximidad influye positivamente en la atracción. Por ejemplo, el efecto de la mera exposición se da siempre cuando el estímulo sea inicialmente positivo o neutro, no negativo: convivir con quienes odiamos puede incrementar el odio.

* Características físicas.

Siendo todo lo demás igual, una persona con apariencia física agradable resulta más atractiva que otra con apariencia física menos agraciada (HATFIELD y SPRECHER, 1986). Atractivo físico establece una equivalencia entre ser agraciado y ser atractivo. Las características físicas son importantes en los primeros encuentros, o cuando el contacto es superficial, y pueden influir en que existan posteriores contactos. RODIN (1987) postula que, cuando nos encontramos con personas desconocidas, lo primero que nos planteamos es si esa persona tiene o no interés para nosotros, y si consideramos que no lo tiene, la ignoramos. RODIN denominó a ese proceso “ignorancia cognitiva”: a la persona en cuestión no se le presta más atención y es olvidada. De esta manera, ahorramos tiempo y energía que dedicamos a otras personas, pero también perdemos oportunidades de conocer personas valiosas. Por ejemplo, las investigaciones muestran que los estudiantes suelen ignorar a las personas mayores, y los varones a las mujeres poco atractivas.

Centrándonos en las características físicas, algunas investigaciones (como la de CUNNINGHAM, 1986) han mostrado que un rostro femenino atractivo es aquel de aspecto infantil (ojos grandes, sonrisa amplia, y nariz y barbilla pequeñas) o con características de madurez (pómulos prominentes, cejas altas y pupilas grandes). Los estudios del atractivo físico en los hombres son escasos.

LANGLOIS, ROGGMAN y MUSSELMAN (1994) han encontrado que los rostros promedio (creados mediante tecnología informática, fotografías robot), tanto de hombres como de mujeres, eran considerados de mayor atractivo que los rostros singulares y reales. Algunos autores han sugerido que lo que hace atractivos a esos rostros es que nos resultan más familiares. Pero otras características físicas también parecen influir en el atractivo, como la estatura o la estructura corporal. Así, en este último estudio, se encontró que el atractivo decrecía notablemente cuando una cara muy atractiva se correspondía con un cuerpo nada atractivo.

¿Por qué nos resulta atractivo un físico agradable?. Existen tres líneas de explicaciones para este fenómeno:

1. Existen numerosas creencias acerca de qué características de las personas van asociadas entre sí, lo que se denomina “Teorías Implícitas de la Personalidad” (por ejemplo, “lo bello es bueno”). Existe también una tendencia (“efecto halo”) a suponer que quien tiene una buena cualidad también tendrá otras cualidades buenas. Por ejemplo, los héroes (supermanes, vaqueros, princesas) y los malos de las películas (ogros brujas y madrastras). Esta asociación puede ser:

- Más fuerte, cuando se trata de características relacionadas con la competencia social.

- Moderada, cuando se trata de atributos relacionados con el ajuste personal y la competencia intelectual.

- Y nula, cuando se trata de índices relacionados con la integridad y la preocupación por los demás.

El atractivo también puede estar asociado a características negativas. Por ejemplo, las mujeres muy atractivas pueden ser juzgadas como más materialistas o vanidosas que las menos atractivas. Y, por otro lado, SIGELMAN y colaboradores (1986), encontraron que, mientras que los políticos varones atractivos eran más valorados que los menos atractivos, las mujeres políticas mejor evaluadas fueron las menos atractivas

2. Una segunda línea de explicaciones sugiere que las personas atractivas nos gustan porque, cuando nos asociamos con alguna de ellas, nuestra imagen pública sale favorecida. Así, diversos estudios han mostrado que cuando un hombre es acompañado por una mujer atractiva, aumenta la favorabilidad de la impresión que causa. Pero en el caso contrario, una mujer acompañada de un hombre atractivo, los resultados de los estudios no son totalmente coincidentes.

3. Por último, pudiera ser que las personas atractivas se comporten de manera que las haga realmente más atractivas. Esto es cierto en el caso de los varones, los atractivos tenían más interacciones con mujeres y eran más competentes que los menos atractivos. Pero en el caso de las mujeres no se encontró que las más atractivas tuvieran más interacciones con los varones, por el contrario, eran menos asertivas y más temerosas que las mujeres de menor atractivo.

* Otras características personales socialmente valoradas.

No sólo la apariencia física influye en la atracción. ANDERSON (1968) pidió a estudiantes universitarios que evaluaran la atracción a partir de 555 rasgos personales. Los cinco rasgos más valorados fueron: sincero, honesto, comprensivo, leal y digno de confianza; y los menos valorados: mentiroso, falso, mezquino, cruel y deshonesto.

Según un estudio de MOYA (1990) las características de personalidad mejor evaluadas fueron: comprensión, lealtad, capacidad para captar los sentimientos de los demás, sinceridad y alegría; y las menos valoradas fueron: violencia, narcisismo, comportamiento caprichoso, dominancia y agresividad.

Otros estudios, como el de RUBIN (1973), han mostrado que los rasgos más valorados en las personas se agrupan en dos conjuntos:

1. Afecto: que engloba rasgos de personalidad (afectuoso, amigable, feliz y considerado); importantes señales no verbales (sonreír, mirar con atención, expresar emociones); y disposiciones actitudinales (como mostrar agrado por las personas y las cosas).

2. Competencia: que comprende habilidades sociales e inteligencia, (como tener una conversación interesante, saber de lo que se habla y cualidades semejantes).

El valor de una característica positiva suele aumentar cuando hace referencia a una cualidad que puede beneficiarnos. Así, en las relaciones interpersonales la cualidad “sincero” aumenta su valor. Mientras que los rasgos negativos son más negativos cuando se refieren a las relaciones interpersonales.

Los atributos pueden ser importantes cuando nos informan del poder, prestigio o posición social de la persona que percibimos (en especial en los varones). En general, las mujeres ofrecen atractivo físico y buscan seguridad financiera, mientras que los hombres ofrecen posición financiera y solicitan ciertas características físicas.

* Semejanza.

Los resultados de la investigación psicosocial muestran que, conforme aumenta la semejanza entre las personas, también aumenta la atracción. Las explicaciones son diversas. Considérese el hecho de que las personas de etnia gitana suelen casarse entre sí. Las razones pueden ser múltiples y no excluyentes: pueden resultarse más atractivas debido a procesos de asociación y refuerzo; por el efecto de mera exposición; por una cuestión de simple accesibilidad; por presiones grupales que fomenten el matrimonio intragrupal; es frecuente que tengan valores, aficiones y actitudes comunes; y también hay que tener en cuenta la disposición de los miembros de otros grupos a relacionarse con ellos.

Las “dos dimensiones de semejanza” que han sido más estudiadas por los psicólogos sociales, son la semejanza actitudinal y la de personalidad. Numerosos estudios, como los de NEWCOMB (1961) y BYRNE (1971), han ratificado la relación entre la “semejanza actitudinal” (similares actitudes ante la pena de muerte, el aborto o las armas nucleares, por ejemplo) y la atracción. En el caso de la “semejanza de personalidad” los resultados son menos consistentes, lo que puede explicarse por el carácter poco visible de las características de personalidad. De hecho, cuando la dimensión de personalidad se manifiesta con claridad, la semejanza produce mayor atracción que la diferencia, al menos en los casos de: orientación del rol sexual, depresión, búsqueda de sensaciones y estilo cognitivo (BARON y BYRNE, 1991).

En resumen, las razones por las que la semejanza produce atracción coinciden con las explicaciones psicosociales de la atracción que vimos al principio. Las expondremos a continuación brevemente junto con las explicaciones sobre por qué, en ocasiones, resulta repulsiva la semejanza:

1. En el caso de las actitudes, según las “teorías de la consistencia cognitiva”, ser semejante a alguien y no sentirse atraído es una relación de desequilibrio.

2. La semejanza es con frecuencia reforzante. La prueba de que nuestras ideas son correctas la constituye el hecho de que los demás tengan esas mismas ideas o gustos. No obstante, no siempre la semejanza es reforzante. Por ejemplo, si una persona tiene un cáncer, prefiere estar con personas sanas, que no le recuerden su enfermedad.

Si una persona semejante a nosotros tiene alguna característica negativa, es posible que nos lleve al rechazo. Es más, en ocasiones la diferencia puede ser más reforzante que la semejanza. Por ejemplo, de personas diferentes podemos aprender cosas nuevas y valiosas, y cierto grado de discrepancia siempre puede ser estimulante, además sentirse único es algo muy valorado. Como puede apreciarse, tanto la semejanza como la diferencia pueden favorecer la atracción siempre y cuando sean reforzantes.

3. Por último, de acuerdo con las “teorías de la expectativa-valor”, las personas buscamos objetivos en los que estén equilibrados su valor y la posibilidad de conseguirlos. Así, en la vida real, nos sentimos atraídos hacia la persona más valorada dentro del campo de aquellas personas que pueden correspondernos. Es decir, no pretendemos casarnos con la persona más rica y más guapa, etc. Así, diversas investigaciones han mostrado que los miembros de parejas heterosexuales suelen estar equiparados en atractivo físico, lo que se conoce como la “hipótesis del emparejamiento” (FEINGOLD, 1988).

* Reciprocidad.

Uno de los factores que influyen en el desarrollo de las relaciones es la existencia o no de reciprocidad. Es decir, que también nosotros resultemos atractivos a la otra persona.

GOLD y colaboradores (1984), demostraron que cuando una mujer respondía de manera positiva a un hombre (manteniéndole la mirada, hablándole y acercándose), éste tendía a sentirse atraído hacia ella, incluso cuando sabía que sus actitudes eran diferentes. Este fenómeno no es exclusivo de las relaciones románticas, también aparece en la amistad o en las relaciones profesionales.

CURTIS y MILLER (1986) diseñaron un experimento en el que los participantes interactuaban con un extraño. Mientras que a algunos les dijeron que, por la información que le habían proporcionado al extraño, éste había dicho que el sujeto le caía bien, a otros participantes se les hizo creer todo lo contrario. En una nueva demostración de “la profecía que se cumple a sí misma”, quien creía que caía bien se comportaba de manera que acababa cayendo realmente bien al extraño, que en realidad estaba ajeno a todo.

Estos resultados pueden explicarse por los mecanismos de refuerzo: quien tiene una mala imagen de nosotros no es precisamente recompensante. Pero también pueden ser explicados por la teoría de la consistencia cognitiva: que yo le caiga bien a alguien y que él me caiga mal es una situación desequilibrada. Los mecanismos restablecedores del equilibrio pueden explicar también las dinámicas de la atracción cuando hay más de dos personas (“los amigos de mis amigos son mis amigos”, “los enemigos de mis enemigos son mis amigos”). ARONSON y COPE (1968), encontraron que cuando dos personas compartían el disgusto por una tercera, la atracción entre ellos era mayor.

4.- EL AMOR.

La primera tarea de muchos investigadores, ha consistido en definir y delimitar el tipo de amor que pretenden estudiar, diferenciándolo de otras variables de este fenómeno. Presentaremos, en primer lugar, la distinción que algunos autores han hecho entre amor y cariño. Posteriormente, centraremos nuestra atención en el amor romántico o pasional, para finalizar considerando otras formas de amor, igualmente importantes en nuestra vida cotidiana.

4.1.- Amor y cariño.

RUBIN (1970 y 1973), uno de los primeros psicólogos sociales que emprendió el estudio del amor, consideraba que “sentir cariño” y “querer” eran dos fenómenos diferentes y no, como otros pensaban, que el amor era lo mismo que el cariño sólo que con mayor intensidad. Según su concepción, el cariño se basa fundamentalmente en el afecto y en el respeto, mientras que el amor descansa en la intimidad, el compromiso con la otra persona y la preocupación por su bienestar.

RUBIN construyó dos escalas, de 13 cuestiones cada una, para medir si efectivamente los dos conceptos designan fenómenos diferentes, y pasó las dos escalas a 158 parejas de universitarios, pidiéndoles que tuvieran en mente primero a su pareja y después a un amigo o amiga íntimos del mismo sexo. Las cuestiones de la escala de amor se referían a necesidades de dependencia, exclusividad, intimidad, etc. Y las cuestiones de la escala de cariño se referían a semejanza, respeto, etc. Los resultados mostraron que la correlación entre ambas escalas era baja en el caso de las mujeres (+0,39), pero no lo era tanto en el caso de los varones (+0,60), lo que sugiere que las mujeres diferencian de forma mucho más clara entre ambos tipos de procesos en sus relaciones. Las puntuaciones de amor por la pareja fueron considerablemente más altas que por el amigo o amiga íntimos, mientras que en el cariño las diferencias fueron menores. Pudo apreciarse que las mujeres expresan mayor amor hacia la amiga íntima que los hombres hacia el amigo, y que hombres y mujeres coinciden en el amor hacia su pareja, aunque ellas sienten algo más de cariño hacia sus parejas que viceversa.

RUBIN (1973) también encontró que las puntuaciones de las parejas en la escala de amor estaban relacionadas con su intención de casarse o con la frecuencia de contacto visual. DERMER y PYSZCZYNSKI (1978) encontraron que el amor experimentado hacia la pareja aumentaba tras leer un relato erótico, mientras que no había cambios en las puntuaciones en el cariño. Este resultado indica que la sexualidad parece ocupar un lugar importante en el amor, pero no en el cariño, tal y como Rubin definió estos conceptos.

4.2.- Amor apasionado o enamoramiento.

Nos vamos a centrar en el enamoramiento entre dos personas de distinto sexo. En el caso de personas del mismo sexo el proceso parece ser muy parecido, si bien algunos factores de tipo cultural y social influyen en su desarrollo y sus manifestaciones.

HATFIELD y WALSTER (1978) definen el amor pasional como “un estado de intenso deseo por la unión con otra persona. El amor recíproco está asociado con la realización y el éxtasis. El amor no correspondido lo está con el vacío, la ansiedad o la desesperación. Un estado de profunda excitación fisiológica”.

Las principales características definidoras de este amor serían:

1. Un estado cargado de emociones y excitación fisiológica que se supedita a todo lo relacionado con la persona amada y se extiende a casi todos los ámbitos de la vida cotidiana. Según DION y DION (1973), los síntomas emocionales mencionados con mayor frecuencia por 240 estudiantes universitarios, para indicar como se sentían cuando estaban enamorados, eran: euforia, depresión, soñar despierto, dificultades para dormir, agitación e incapacidad para concentrarse. También encontraron que las mujeres expresaban experimentar mayores reacciones emocionales que los hombres. KANIM y colaboradores (1970), en 679 estudiantes universitarios, encontraron que el sentimiento más frecuentemente experimentado fue el de bienestar, seguido de dificultades para concentrarse, flotar sobre una nube, ganas de correr saltar o gritar, y atolondramiento y despreocupación.

2. Pensamientos característicos que idealizan a la persona amada.

3. SWENSEN (1972) pidió a unas 1200 personas que indicaran cómo expresaban su amor cuando estaban enamorados. Las respuestas más frecuentes fueron: expresar verbalmente afecto (decir “te quiero”), revelar aspectos íntimos, mostrar interés por el otro, expresar de forma no verbal sentimientos positivos (“sentirse feliz”), hacer manifestaciones materiales de afecto (“regalos”), expresar físicamente afecto (“besar, acariciar”), y aceptar los aspectos negativos de la otra persona.

Existen diversas explicaciones de por qué nos enamoramos de unas personas y no de otras. Algunas hacen hincapié en los orígenes evolutivos del amor, considerando las manifestaciones del amor como algo que está fundamentalmente al servicio de la búsqueda de pareja, retención de ésta, procreación y cuidado de la prole. Otros consideran el amor como fruto de diversos cambios que se producen en la química de nuestro organismo. HATFIELD y WALSTER (1978) hacen hincapié en los procesos psicosociales y piensan que, para que surja el enamoramiento, tienen que darse tres condiciones:

1. La persona tiene que haber aprendido que el amor es una respuesta apropiada. Esto es, en la cultura y en la sociedad en la que vive debe aceptarse que hay un tipo de emoción que se llama amor. A través de la sociedad, los cuentos, la televisión, los padres, los amigos y la propia experiencia, las personas aprendemos quién nos puede atraer y cómo debemos comportarnos.

2. Que aparezca una persona que reúna las características adecuadas para ser el objeto de nuestro amor. Generalmente las personas aprenden que ese objeto de amor es una persona atractiva del sexo opuesto. Lo que resulta atractivo parece ser diferente dependiendo no sólo de los individuos y sus gustos, sino también de otros factores como el sexo y el ambiente sociocultural.

3. Que se produzca un estado de excitación emocional relacionado con esa otra persona. Los factores cognitivos influyen en cómo los hombres y las mujeres interpretan sus sentimientos, pero, para que se den esos sentimientos, las personas han de experimentar ciertas reacciones nerviosas y corporales.

4.3.- El amor compañero.

Es el tipo de afecto que sentimos hacia aquellos con quienes nuestras vidas están profundamente entrelazadas. Nos sentimos profundamente unidos a esa persona, la valoramos y compartimos con ella todo lo que tenemos. El tono emocional del amor compañero es más moderado que el pasional, y es el tipo de amor que constituye frecuentemente la base de la mayoría de las relaciones duraderas.

A veces, este tipo de relación surge con posterioridad, aunque puede darse también de forma simultánea al amor pasional. Otras veces, es el resultado de las relaciones cotidianas que van, poco a poco, forjando este sentimiento.

4.4.- Otras formas de amor.

* El amor como decisión-compromiso.

Comprende según STERNBERG (1986 y 1988) dos aspectos: El primero, a corto plazo, consiste en la decisión de que uno quiere a alguien; y el segundo, a largo plazo, es el compromiso por mantener ese amor. Ambos aspectos no van necesariamente juntos. Aunque este componente del amor suele darse conjuntamente con otros componentes, también puede darse en solitario (en los matrimonios arreglados por las familias). A veces, es la relación que queda cuando la pasión ha desaparecido.

* El amor como juego.

Un buen ejemplo es Don Juan Tenorio. Se caracteriza por que no hay fuertes vínculos emocionales, las cualidades de la persona amada no son los determinantes de la atracción, con frecuencia se cambia de una persona a otra, hay ciertas dosis de engaño, aunque asumido a veces por ambas partes, y los celos y la posesividad no son algo esencial.

* El amor altruista.

Es el tipo de amor que aparece como elemento esencial de la religión cristiana. Consiste en el cuidado incondicional, la entrega completa al otro sin esperar nada a cambio. Se trata de una decisión cognitiva más que emocional y la sexualidad es un componente ausente de este tipo de amor.

Los diferentes tipos de amor de los que hemos venido hablando no suelen darse de forma aislada, sino combinándose entre sí. STERNBERG considera que hay tres componentes básicos en el amor: la intimidad, la pasión y el compromiso. Tales tipos, en su forma pura, forman los vértices de un triángulo equilátero. La combinación de estos componentes básicos del amor da lugar a otras formas:



Algunos de los tipos formulados por STERNBERG coinciden con los que ya hemos tratado:

- La “intimidad” se refiere al sentimiento de cercanía, unión y afecto hacia el otro, sin que haya pasión ni compromiso a largo plazo.

- La “pasión” coincide con el denominado “amor a primera vista”, y consiste en un estado de excitación mental y física. Generalmente, describe el amor que se torna obsesión por la persona amada.

- El “compromiso” consiste en la decisión de que uno quiere a otra persona sin que haya intimidad ni pasión.

- El “amor romántico” se da cuando los amantes se atraen tanto física como emocionalmente, pero no va acompañado de compromiso. Por ejemplo, Romeo y Julieta.

- El “amor fatuo” es el de las películas, en el que la pasión cristaliza enseguida en compromiso y matrimonio.

- El “amor compañero” es la situación en la que los componentes de intimidad y compromiso aparecen unidos.

- El “amor perfecto” combina los tres componentes y es bastante difícil de alcanzar o mantener.

STERNBERG señala que cada uno de los tres componentes básicos del amor tiene una evolución temporal diferente. La intimidad se desarrolla gradualmente conforme avanza la relación, y su crecimiento es más rápido en las primeras etapas; la pasión es muy intensa al principio, pero suele caer cuando avanza la relación, estabilizándose en niveles moderados; el compromiso crece despacio al principio, más lento que la intimidad, y se estabiliza cuando las recompensas y costes de la relación aparecen con nitidez.

5.- PROBLEMAS EN LAS RELACIONES AMOROSAS.

Las relaciones amorosas no sólo se componen de sentimientos y conductas positivas, muchos de los componentes genuinos del amor conllevan ineludiblemente su vertiente negativa. Así, la idealización del enamoramiento conduce al desengaño cuando la realidad se presenta tal y como es.

5.1.- Los celos.

Se trata de un estado emocional negativo que aparece cuando la persona percibe que su relación amorosa se ve amenazada por otra, sea esta última real o imaginaria. Las emociones más vinculadas a los celos son la ansiedad, la tristeza y la ira. Dos aspectos pueden apreciarse dentro de los celos: De una parte, dolor, frustración o rabia por la pérdida del otro; y, de otra parte, disminución de la autoestima y del amor propio. Las investigaciones sugieren que estos dos aspectos son relativamente independientes.

Los celos tienen, en general, efectos negativos sobre la relación. Sin embargo, la provocación de celos en pequeña proporción es utilizada deliberadamente por la pareja con el fin de obtener efectos beneficiosos sobre la relación.

La aparición de los celos depende de tres tipos de variables, referidas a características de la persona que los experimenta, de la relación y de la situación. Diversos estudios han mostrado que tienden a ser celosas las personas que presentan baja autoestima y sentimientos de no ser la pareja adecuada, ansiedad, neurosis, insatisfacción, dependencia de la pareja, etc. Cuando una relación implica poco amor o compromiso, esto es, el grado de implicación es bajo, el riesgo de celos es menor.

Los estudios de BUSS (1994), indican que las mujeres experimentan celos cuando sus compañeros desvían sus recursos hacia otra mujer, mientras que los hombres aparecen más preocupados por la infidelidad sexual. BUUNK (1995) defiende que no hay evidencia de que hombres o mujeres respondan de forma más negativa a la implicación sexual de su pareja con otra persona, aunque los celos de los varones se focalizan más en los aspectos sexuales de la aventura.

También han aparecido notables diferencias culturales en la experiencia de los celos. BUUNK y HUPKA (1987) preguntaron a estudiantes universitarios de varios países las situaciones que les ponían celosos y las respuestas variaron según los países.

5.2.- Insatisfacción y ruptura de las relaciones.

Los siguientes factores están relacionados con la ruptura de las relaciones entre personas de distinto sexo, tanto si se trata de relaciones firmemente establecidas, como si son relaciones incipientes.

* Intimidad e implicación en la relación.

HILL, RUBIN y PEPLAU (1976) realizaron un exhaustivo estudio durante 15 años sobre las relaciones de 231 parejas. Al final del segundo año: 103 parejas se habían separado; 65 seguían con la relación; 43 se habían casado, y 9 estaban a punto de hacerlo.

Varios índices mostraron diferencias entre las parejas que seguían juntas y las que no. En las primeras, tanto hombres como mujeres, se consideraban (dos años antes) más unidos, tenían mayores intenciones de casarse, puntuaban más alto en la escala de amor de RUBIN y manifestaban que esa relación era la única que habían tenido durante ese tiempo. Otros índices de intimidad no diferenciaron entre los dos tipos de parejas.

También en la escala de cariño de RUBIN había diferencias entre los dos grupos, pero sólo en el caso de las mujeres (quienes permanecían con su pareja mostraban mayor cariño hacia su compañero); además, el amor de las mujeres por sus parejas era un mejor predictor del resultado de la relación (fracaso o no fracaso) que el amor de los varones hacia las suyas. El grado de implicación también influía en la continuidad de la pareja, de las parejas que dijeron que ambos estaban implicados en igual medida en la relación, sólo el 23 por ciento se habían separado, mientras que eso les había ocurrido al 54 por ciento de las que indicaron que uno estaba más implicado que el otro.

Este último punto coincide con la idea central de la “teoría de la equidad”, una versión de la “teoría del intercambio social”. Según esta teoría (HATFIELD y TRAUPMANN, 1981), la gente en una relación compara sus costes y beneficios con los de la otra persona. Si ambos están equilibrados, la relación produce satisfacción y, en consecuencia, tiene estabilidad. Pero el desequilibrio es aversivo y se produce tanto cuando la persona cree que está dando más a la relación, como cuando cree que está dando menos. Una derivación importante de esta teoría, es que las personas que tienen relaciones conflictivas no tienen por qué percibir las necesariamente como malas, pues todo depende del tipo de relación que creen que merecen.

No conviene sobrestimar la importancia de la equidad en las relaciones de pareja, ya que estas relaciones son más bien de tipo “comunal” (en las que una persona responde a las necesidades de la otra), no de “intercambio” (en las que se espera reciprocidad), y porque es más importante sentir que nuestra pareja nos proporciona amor que percibir una perfecta equidad en el intercambio de recompensas.

Las parejas felices se caracterizan por una comunicación abierta y centrada en la solución de problemas. En cambio, las parejas son más infelices cuando se comunican intentando evitar los conflictos, ignorándolos, o enfrentándolos de manera destructiva (con críticas, quejas, sarcasmo, etc.).

* Semejanza y ajuste.

En el estudio de las parejas de Boston (HILL y colaboradores, 1976), los resultados mostraron que era más probable que la pareja continuara junta si sus integrantes estaban relativamente igualados en edad, perspectivas educativas, inteligencia y atractivo físico. En cambio, el hecho de que fueran semejantes en clase social, religión, ideología del rol sexual, religiosidad o número de hijos deseados, no diferenciaba entre parejas que continuaban juntas y las que no.

GROVER y colaboradores (1985), encontraron que las esposas cuyo noviazgo había durado menos de cinco meses eran menos felices que aquellas cuyo noviazgo había durado más.

* La rutina y el aburrimiento.

OGDEN y BRADBURN (1968) encontraron que el número de actividades placenteras compartidas era un predictor significativo del éxito matrimonial. LUCKEY y BAIN (1970) obtuvieron que las parejas satisfechas tenían muchas fuentes de satisfacción, mientras que las insatisfechas tenían pocas (por ejemplo, los hijos). Otra línea de investigación indica que el interés por el compañero o compañera tiende a decaer con la frecuencia del contacto.

* Evaluación negativa.

A medida que la relación avanza en el tiempo, las tareas del hogar y los hijos exigen tiempo y las presiones económicas acucian, se pierden importantes elementos reforzantes para la pareja. Pero todavía es más desastrosa para la relación la aparición de la crítica y la evaluación negativa. BIRCHLER y colaboradores (1975) encontraron que las parejas casadas usaban entre sí más refuerzos negativos y menos positivos que cuando interactuaban con extraños, siendo esa tendencia mucho mayor en las parejas que no se llevaban bien. En general, quienes están insatisfechos con su relación tienden a responsabilizar de los problemas a su pareja, realizando atribuciones globales (que afectan a otras conductas en el matrimonio) y estables (que se repiten).

5.3.- La soledad.

Nos afecta a casi todos nosotros en algún momento de nuestra vida, y en muchas personas constituye una situación crónica. La soledad ha sido definida como “una discrepancia subjetiva entre el nivel de contacto social logrado y el deseado”, (PEPLAU y PERLMAN, 1982), siendo habitual diferenciar entre dos tipos de soledad:

- Social: cuando el individuo no tiene una red de relaciones sociales de la que pueda sentirse parte y en la que compartir intereses y actividades comunes.

- Y emocional: resultado de la pérdida de una relación íntima o estrecha con otra persona.

En la definición de PEPLAU y PERLMAN pueden destacarse tres aspectos:

1. El déficit percibido puede ser cuantitativo (“no tengo amigos o tengo menos de los que quisiera”), o cualitativo (“siento que mis relaciones son superficiales o no tan satisfactorias como quisiera”).

2. La soledad tiene un carácter “subjetivo”: es la propia persona quien decide si su nivel de contacto social es satisfactorio o no. Algunos autores han distinguido entre “soledad” y “aislamiento” (como le ocurre a muchos escritores, religiosos, etc.). En el juicio que cada uno realizamos sobre si nos sentimos solos o no, influyen los criterios y normas que existen en el medio social. Por ejemplo, en una sociedad en la que todas las personas son animadas y presionadas para casarse, quedar soltero o soltera puede ser una fuente importante de soledad.

3. La soledad constituye una vivencia o sentimiento negativo. EXPÓSITO y MOYA (1993) adaptaron a nuestro país la “UCLA Loneliness Scale” (de RUSSELL, PEPLAU y CUTRONA, 1980), que ha sido el instrumento más utilizado para estudiar la soledad. En una muestra formada por estudiantes, encontraron que las personas que obtenían puntuaciones altas en esta escala también presentaban baja autoestima, altos niveles de ansiedad, depresión y sentimientos de hostilidad, así como patrones conductuales de evitación social. Los datos disponibles en España sobre los niveles de soledad son muy semejantes a los existentes en otros países, fundamentalmente en Estados Unidos.

RUBINSTEIN y SHAVER (1982) publicaron un cuestionario sobre soledad en diversos periódicos de Estados Unidos. Entre las miles de respuestas obtenidas seleccionaron las de 3.500 personas. Ante la pregunta, “¿cómo se siente usted cuando se siente solo?”, los sentimientos mencionados más a menudo fueron: tristeza, depresión, aburrimiento, autocompasión y deseo de estar con una persona en especial. Con los 27 adjetivos que podían elegir para definir cómo se sentían, se realizó un análisis factorial, que proporcionó los siguientes factores: 1. Desesperación (desesperado, indefenso, temeroso, sin esperanza); 2. Depresión (triste, vacío, aislado, deprimido); 3. Aburrimiento-Impaciencia (impaciente, aburrido, furioso, incapaz de concentrarse); y 4. Autodevaluación (nada atractivo, estúpido, inseguro).

La soledad puede afectarnos a cualquiera de nosotros, pero hay personas que tienen más riesgo de padecerla. En ocasiones resulta difícil discernir si la característica en cuestión es una causa o una consecuencia de la soledad. Así, la soledad está asociada a la depresión, pero es que las personas que están solas tienden a deprimirse y las personas deprimidas no tienen ganas de relacionarse con nadie.

1. Características de personalidad: las personas más propensas a sufrir soledad tienden a ser introvertidos, tímidos, ansiosos y propensos a la depresión.

2. Autoestima: la soledad está relacionada con una autoestima reducida, siendo tanto causa como consecuencia de ésta.

3. Habilidades sociales: las personas tímidas a menudo no saben cómo comportarse en sus relaciones con los demás. Así, las personas solitarias revelan poco de sí mismas y cuando lo hacen utilizan formas inapropiadas.

4. Características sociodemográficas: frente a la extendida creencia de que las personas más solas son las de mayor edad, las investigaciones han mostrado que quienes indican sentirse más solos son las personas jóvenes, especialmente los adolescentes. Las personas casadas parecen tener menos tendencia a sentirse solas que las solteras.

5. Experiencias infantiles: SHAVER (1986) ha encontrado que los adultos cuyos padres se divorciaron, especialmente si esto ocurrió antes de que ellos tuvieran seis años, estaban más inclinados a sentirse solos. SHAVER y RUBINSTEIN (1980) consideran que el divorcio produce un doble efecto en los niños: por una parte, se culpan a sí mismos, irracionalmente, del divorcio, lo que les genera culpabilidad y baja autoestima; y, por otra parte, sacan la conclusión de que no pueden confiar en las personas y de que no vale la pena relacionarse.

Además de las características personales que diferencian a las personas solitarias de las que no lo son, existen factores situacionales que influyen en la experiencia de soledad. Existen numerosos estudios sobre las reacciones que se producen en las personas como consecuencia de cambios radicales en sus vidas. Por ejemplo, hospitalización, encarcelamiento, o cualquier otro hecho que altere su vida cotidiana, como el traslado a otra ciudad o el inicio de los estudios universitarios. No obstante, las situaciones estresantes no influyen de manera directa sobre la soledad, sino que el que este sentimiento se dé o no, depende de que en tales situaciones encuentren o no mecanismos amortiguadores. Entre estos mecanismos, uno de radical importancia es el apoyo social.

TEMA 10: AGRESIÓN.

1.- DEFINICIÓN.

El Diccionario Webster define la agresión como un “Ataque no provocado o un acto belicoso”, y también, “Práctica o hábito de ser agresivo o belicoso”. Para la psicología, el término apunta más bien a una “Conducta o tendencia hostil o destructiva”. DOLLARD y colaboradores, en la obra más conocida y citada sobre la agresión, titulada “Frustración y Agresión” (1939), definen la agresión como “Cualquier secuencia de conducta cuya meta es hacer daño a la persona a la que se dirige”.

La definición de la agresión ha sido objeto de debate en psicología. En concreto, se ha polemizado acerca de si se deben considerar como agresivas las conductas que intentan causar daño aunque no lo consigan. Otros autores han puesto en duda la existencia real de la agresión simbólica o verbal. Y, en tercer lugar, se ha cuestionado el carácter de la llamada agresión “fría”, es decir, aquella que usa la violencia para conseguir un objetivo y opera de manera calculadora e instrumental.

ARCHER y BROWNE (1989), para superar este desacuerdo, establecen las tres características propias del caso prototípico de agresión:

1. Intención de causar un daño. Ya sea un daño físico o consistente en impedir el acceso a un recurso necesario, entre otros.
2. Intención de provocar un daño real, no un mero aviso o advertencia.
3. Y la existencia de una alteración del estado emocional, de modo que la agresión pueda ser calificada como colérica, más allá del cálculo instrumental.

La categorización será menos probable cuando falte alguna de estas tres características.

Por su parte GEEN (1990) traza una distinción entre:

- “Agresión colérica o afectiva”, que va acompañada de cólera como reacción a alguna provocación. En ocasiones, la cólera puede servir como instigadora, pero no siempre es así, y persigue como objetivo principal el causar daño.

- Y “agresión instrumental”, que está privada de emoción. En la agresión instrumental predomina el cálculo, y su objetivo no es tanto el causar daño como el que sirva de medio para otro objetivo. Se da, por ejemplo, en la autodefensa y en el ejercicio del poder coercitivo.

Para HINDE y GROEBEL (1989), la violencia implica la causación de daño físico. No toda “violencia” es intencionada. El conflicto se origina por desacuerdo sobre el estatus o la distribución de los recursos. La solución del conflicto puede ocurrir de muchas formas, una de las cuales puede ser la agresión. La guerra es una agresión entre grupos, institucionalizada y con asignación de roles específicos a los contendientes.

2.- SUPUESTOS PSICOSOCIALES EN EL ESTUDIO DE LA AGRESIÓN.

Hoy no se admite la vieja idea de que la agresión es una anomalía biológica o psicológica. Entre los modelos más aceptados cabe destacar el de BLANCHARD y colaboradores (1977): Se trata de un modelo de agresión animal, que los autores denominan “modelo de cálculo emocional”, y que recurre a un análisis costes-beneficios para explicar la agresión defensiva y ofensiva. Postula la existencia de mecanismos innatos en la base de la agresión, en concreto la conexión cerebral cólera-miedo: estas dos emociones son opuestas, pero tienen un gran valor para la supervivencia, la cólera va unida al ataque y el miedo a la defensa. El ataque ofensivo (provocado, por ejemplo, por la invasión de nuestro territorio), suele ir precedido por la cólera. El ataque defensivo suele ser un respuesta a un ataque anterior, y va acompañado de miedo. Pero estas dos emociones, a pesar de parecer tan opuestas, pueden ocurrir al mismo tiempo.

Si el miedo predomina y la huida es posible, reaccionamos con la huida, pero si la huida no es posible, reaccionamos con un ataque defensivo.

Este modelo no se agota en el mecanismo innato que se postula en la base de la agresión. El cálculo emocional y el análisis costes-beneficios de cada situación, sugieren que se dedica "un tiempo considerable a la evaluación, el control observacional y la reevaluación de la situación".

2.1.- El papel del aprendizaje.

Los estudios de BANDURA (1973) ponen de manifiesto el papel crucial del aprendizaje en la agresión. Demostró que los niños aprenden la agresión a través de la observación. Ahora bien, si el modelo era castigado por su conducta agresiva, el observador sentía temor a agredir, aunque la conducta la hubiera aprendido correctamente. Una de las conclusiones de su estudio es que las respuestas agresivas que se aprenden por imitación, tienden a extinguirse si no son recompensadas.

GEEN señala que, en la vida cotidiana, la agresión recibe reforzamiento a través de sus consecuencias. Si una conducta agresiva es reforzada positivamente tenderá a generalizarse, lo que nos lleva a considerar la importancia de los valores culturales para la agresión.

2.2.- La subcultura de la violencia y los "mitos de agresión".

GEEN define como "subcultura de la violencia" a la inclinación de ciertos grupos sociales a solucionar sus problemas mediante la violencia: la mafia, el machismo latino, etc.

En un estudio de BEYNON (1989) sobre la violencia en centros escolares, el autor encontró que existían tres tipos principales de violencia:

- La "violencia divertida", que es la que se presenta como lucha fingida, donde el espectador no se implica.

- La "violencia real", que es la que ocasiona daño intencionado. La violencia divertida puede degenerar en violencia real cuando crece sin control.

- Y la "violencia justa", que es la admitida como necesaria para mantener un orden, aunque puede degenerar en "violencia injusta" si produce humillación.

BEYNON llamó "mitos de agresión" a los relatos con códigos de violencias aceptables. A través de ellos, se disemina entre las personas del centro escolar un cierto patrón cultural de lo que es la violencia aceptable y de lo que no lo es. Tanto los maestros como los alumnos, consideraban la violencia aceptable como un recurso estratégico.

3.- ANTECEDENTES DE LA AGRESIÓN.

Entre sus antecedentes, el más estudiado ha sido la frustración.

3.1.- Hipótesis clásica de la frustración-agresión.

Formulada por DOLLARD (1939), afirma: 1. Que la agresión siempre supone frustración; y 2. Que la frustración conduce a la agresión.

A pesar del éxito inicial de la hipótesis, las críticas no se hicieron esperar. Así, BANDURA señala que las personas pueden aprender a modificar sus reacciones ante la frustración. Por su parte, BUSS (1966) demuestra que la hipótesis es cierta sólo si la agresión es útil para superar la frustración.

BERKOWITZ ha defendido esta hipótesis frente a las críticas de BANDURA. Según él, el hecho de que se puedan aprender otras reacciones a la frustración, no niega la existencia de una "determinación innata" a que la frustración incremente la agresividad.

3.2.- Frustración y activación.

BERKOWITZ, en 1969, propuso renunciar a la hipótesis clásica y sustituirla por una hipótesis revisada de frustración-agresión, según la cual la frustración es más bien fuente de activación. La frustración puede llevar a la agresión, pero de forma indirecta. Directamente, lo que genera es "arousal" (activación), y ésta proporciona energía a todas las respuestas que una persona esté dispuesta a emitir. La agresión se produce cuando se han activado disposiciones preexistentes en el sujeto a agredir.

GEEN (1990) propone una ampliación de la hipótesis frustración-agresión. La frustración, en cuanto bloqueo del avance hacia el objetivo, supone un cambio a peor en la situación de la persona. Por ello, es a la vez aversiva y activante. En este sentido, la frustración es una fuente más de estrés.

La ampliación de esta hipótesis, permite una gama más amplia de antecedentes de la agresión, como el ruido ambiental, el calor excesivo, el dolor físico, el ataque interpersonal, y otros.

3.3.- Frustración y afecto negativo.

Más recientemente, BERKOWITZ, en 1983, señaló otra conexión indirecta entre la frustración y la agresión, a través del afecto negativo definido como "sentimientos displacenteros provocados por condiciones aversivas". Al enfrentarse una persona a una experiencia aversiva, se desencadenan una serie de cogniciones, emociones y respuestas expresivo-motoras. La reacción inicial a la frustración es afectiva. Tras ella, se pone en marcha el proceso asociativo simple: huir o agredir. Aunque caben otros procesos complejos mediadores entre la frustración y la agresión, tales como la atribución y/o los juicios de inferencia.

3.4.- Calor y agresión.

La agresión como efecto del calor fue tratada en 1833 por QUÉTELET, un gran sociólogo francés que formuló una "ley térmica de la delincuencia", según la cual los delitos violentos son más probables en los períodos fuertes de calor. Para comprobar empíricamente esta afirmación, se han realizado estudios de archivo y experimentales.

Entre los estudios de archivo, destacan los de CARLSMITH y ANDERSON (1979), en los que se encontró que, efectivamente, existía una relación directa entre temperatura y disturbios. En los de ANDERSON y ANDERSON (1984), también se confirmó la relación lineal entre temperatura y asaltos criminales. Y en el de ANDERSON (1987), el más completo, en el que se consideraban los delitos violentos (crímenes, violaciones, etc.) y los no violentos (hurtos y robos en coches), se encontró una relación lineal y directa entre temperatura y delitos violentos y, también, aunque menos intensa, entre temperatura y delitos no violentos.

Los estudios de laboratorio presentan un panorama más complejo. Existe alguna evidencia convergente con los datos de archivo. RULE y colaboradores (1987), sometieron a sus sujetos a temperaturas calurosas y frescas a la vez que habían de realizar como tarea el terminar una historia. Los sometidos a temperaturas altas, completaron las historias con finales agresivos. Por lo cual interpretaron que el calor "preactiva" los pensamientos agresivos.

Sin embargo, BARON y colaboradores (1972) utilizaron en laboratorio un procedimiento que producía cólera elevada, por medio de varias descargas eléctricas, o cólera baja, con una sola descarga. Más tarde, ofrecieron al sujeto la posibilidad de administrar la descarga a quién le había agredido. Por último, se manipuló la temperatura a 33 grados y a 21 grados. Los resultados mostraron una menor intensidad de la respuesta agresiva con temperaturas elevadas. De hecho, eran los sujetos menos provocados los más agresivos en la condición calurosa en comparación con la condición fresca. Un resultado similar lo obtuvieron BARON y BELL en 1976.

Esta ausencia de relación directa entre calor y agresión, la explicaron por el efecto modulador del afecto negativo. Cuando existe afecto negativo la agresión aumenta, pero sólo si la intensidad del afecto negativo no sobrepasa ciertos límites, ya que si el afecto negativo llega a una intensidad extrema, puede producir respuestas de huida que acaben prevaleciendo sobre las de cólera o lucha. Esta interpretación puede explicar el resultado obtenido: la provocación o ataque genera afecto negativo, la temperatura calurosa también, y la suma de ambos sobrepasa el límite en el que la lucha cede el paso a la huida. Las situaciones intermedias de calor sin provocación o al contrario, generan un afecto negativo medio y, por tanto, dan lugar a la agresión.

La interpretación de BARON se conoce como la “relación de U invertida” entre calor y agresión. Es importante no olvidar que lo esencial de esta relación es el efecto modulador que ejerce el afecto negativo. En este sentido, en otro trabajo de BARON y BELL (1977), en que manipularon como origen del afecto negativo no sólo el calor sino también el frío, los resultados confirmaron lo que ya se sabía: Que el afecto negativo intermedio, asociado a temperaturas moderadamente frías o calientes, aumenta la agresión.

Una última contrastación la ofrece otro estudio de los mismos autores. En la condición calurosa-provocación, se rebajó el calor mediante una limonada. Los resultados confirmaron que el afecto negativo subió a un nivel medio y se incrementó la agresión.

GEEN (1990) propone tres razones que explican las diferencias entre los estudios de archivo y los experimentales:

1. La relación entre agresión y calor no es directa, sino mediada a través del afecto. Un afecto negativo excesivo, o junto a otro negativo, puede producir la huida en lugar de la agresión.

2. Se desconoce la influencia del calor sobre el afecto negativo en los datos de archivo, y tampoco se sabe cuantas personas eligen escapar del calor o participar en disturbios.

3. Los contextos experimentales permiten que los sujetos escapen de las situaciones calurosas, ya que se les recuerda que nada les obliga a permanecer en el experimento.

3.5.- Ruido y agresión.

Los estudios de GLASS y SINGER (1972), ponen de manifiesto que el estrés provocado por el ruido no depende tanto de su intensidad como de su predictibilidad y controlabilidad. Un ruido intenso, si es predecible y/o controlable, generará menos estrés que uno de intensidad menor sin control o predicción. También encontraron que las personas pueden adaptarse al ruido y actuar con eficacia. Sin embargo, el ruido continuado tiene unos efectos acumulativos que se traduce en una reducción de la tolerancia a la frustración. Dado que ésta es un antecedente de la agresión, el ruido actúa de manera indirecta.

También contribuye a la agresión de formas más directas. La primera de ellas es generando una activación que proporciona energía a una reacción agresiva que ya es probable en la persona. No es necesario que ésta sienta hostilidad o cólera hacia la víctima.

Cuando lo que se siente no es sólo un predisposición a agredir, sino que, además, se tienen motivos, el ruido proporciona energía a esta conducta motivada por la cólera y la intensifica.

GEEN (1978) demostró que no es tanto el carácter aversivo “objetivo” del ruido lo crucial en este efecto, sino el hecho de que no sea controlable. Es más, otro estudio mostró que las diferencias en la agresividad entre las personas expuestas a ruidos controlables y no controlables, se podían medir a través de la presión sanguínea, ya que ésta se incrementaba de forma significativa en los sujetos que eran expuestos a ruidos no controlables.

3.6.- Dolor.

BERKOWITZ (1983) postuló que el dolor genera afecto negativo, igual que el calor o el ruido, y que este afecto negativo es el antecedente inmediato de las reacciones agresivas cuando se sufre dolor. El dolor es una experiencia compleja. Está en primer lugar, el estímulo físico causante de la aversión. En estrecha relación con él, la explicación que da la persona de su experiencia aversiva.

Un experimento de BERKOWITZ (1983), pone de manifiesto la importancia de distinguir con claridad entre el estímulo aversivo propiamente dicho y la explicación que tiene la persona para ese estímulo. Todos los sujetos sufrían “dolor físico”, con la mano metida en agua helada, la diferencia entre ellos venía dada por las instrucciones: a unos se les informaba que iban a ser sometidos a una experiencia dolorosa y a otros no. Los que lo sabían, experimentaron más afecto negativo (como signos de irritación y cólera) y terminaron agrediendo de manera más intensa.

En otro experimento, los sujetos, a la vez que tenían una mano sumergida en agua helada (y estaban sometidos por tanto al afecto negativo del dolor), podían otorgar recompensas y administrar castigos a otra persona en función de los resultados que ésta última conseguía en una tarea. A la mitad de los sujetos se les convenció de que, con el castigo, conseguirían que la persona rindiese más y mejor; mientras que a la otra mitad se les dijo lo contrario: que con el castigo, la persona rendiría aún menos y peor. Sin embargo, fueron precisamente estos últimos, los que creían que el castigo perjudicaba el rendimiento en la tarea, los que mostraron más signos de afecto negativo y más practicaron el castigo. De esta forma, se demostró que en las conductas agresivas activadas por el dolor se intenta verdaderamente causar daño.

3.7.- El ataque interpersonal.

GEEN (1990) señala que el ataque interpersonal es el antecedente más importante para la agresión, incluso más que la frustración. Pero no se pueden olvidar dos aspectos: 1. La intensidad respectiva del ataque y de la frustración (si el ataque es leve pero provoca una frustración intensa, la probabilidad de la reacción agresiva será mayor); y 2. No se reacciona con agresión a todo ataque, sino sólo contra aquéllos que se consideran injustos o desproporcionados.

EPSTEIN y TAYLOR (1967), sometieron a los sujetos de su experimento a una descarga eléctrica de cierta intensidad y, a continuación, les dieron la posibilidad de vengarse de su atacante. Los resultados mostraron que los sujetos más agresivos en su venganza, fueron aquellos a los que se les dijo que la descarga eléctrica que habían sufrido se había planificado previamente. Para explicarlo, caben dos interpretaciones:

Por una parte, es posible que cuando no se percibe intencionalidad, la persona no llegue a sentir estrés y, por tanto, no se active su agresividad. Pero, por otra parte, también podría ser que la persona inhiba su conducta agresiva por considerar que no es socialmente aceptable responder a un ataque no intencionado.

ZILLMAN y CANTOR (1976) pusieron a prueba estas hipótesis. Todos los sujetos de su experimento fueron maltratados verbalmente por el experimentador. Pero, después, a la mitad se les explicó que el experimentador había estado sometido a un fuerte estrés. La activación de los sujetos se midió por la tasa cardíaca y la presión sistólica. Y los resultados mostraron que, en aquellos que habían sido informados del estrés del experimentador, había disminuido la activación en los dos índices.

3.8.- Violación de las normas.

MUMMENDEY (1984) defiende que la agresión no es un acto aislado. Ocurre como un episodio o un acto de una secuencia de interacciones, entre dos o más personas, en la que hay que tener en cuenta:

1. La interpretación de las personas implicadas en la interacción.
2. El contexto en que se enmarca.
3. La divergencia de perspectivas según la posición de cada persona (atacante o agresor).
4. Y el desarrollo a lo largo del tiempo.

GLORIA y RIDDER (1977 y 1979) defienden la existencia de una norma implícita en la interacción entre personas: que las conductas aversivas son tolerables mientras sean necesarias para la consecución del objetivo. Es decir, la agresión es uno de los resultados posibles cuando dos o más personas interactúan, pero sólo se produce como reacción ante una conducta aversiva que viole esta norma, o sea, que no se pueda justificar por la consecución del objetivo común.

3.9.- Violencia en el contexto familiar y agresión.

STRAUSS (1980) afirma que las condiciones para que la violencia en la familia se convierta en antecedente de la agresión son tres:

1. El nivel de estrés y conflicto en la familia. En un estudio con niños de 12 a 30 meses, ya se encontraron altos niveles de malestar y activación ante expresiones de cólera por parte de los padres. Este efecto era acumulativo.
2. El adiestramiento en la violencia. No es infrecuente que los mayores expliquen al niño cómo y cuándo es conveniente usar la violencia, justificando que es una forma de defender los derechos.
3. El fomento de una norma cultural implícita según la cual la violencia es aceptable. Es decir, si los padres recurren con frecuencia a la violencia para imponer el orden, el niño, debido a este aprendizaje social de carácter indirecto, adopta también la violencia como medio para la solución de sus conflictos.

4.- EL PROCESO DE AGRESIÓN.

4.1.- El papel de la activación en general.

Para ilustrar cómo influye la activación en la agresión es interesante considerar el estudio de CHRISTY (1971). En él, los niños observaban a un modelo agresivo o no. Después, participaban en un juego competitivo o no. Entre los que competían, unos ganaban y otros perdían de forma consistente. Posteriormente, se les ofrecía la posibilidad de agredir imitando al modelo. Los resultados pusieron de manifiesto que, como se esperaba, los que habían sido forzados a competir mostraban más agresividad.

Ahora bien, no se observaron diferencias entre los que habían ganado y los que habían perdido, aunque en estos últimos era mayor el nivel de frustración. De modo que CHRISTY consideró que la activación era provocada por la competición. Es decir, que era la competición la que proporcionaba energía a las conductas agresivas que la observación del modelo ponía en marcha.

4.2.- Activación y etiquetado cognitivo.

La activación no sólo proporciona energía a la conducta. También interactúa con las ideas y pensamientos que surgen dentro de la situación y sirve para incrementar el estado de cólera. Este es el planteamiento de la teoría de SCHACHTER y SINGER (1962), que postula que la emoción es el resultado de la conjunción de un estado de activación y de una cognición. A través de la segunda, se comprende y se etiqueta a la primera. GEEN propone recoger lo esencial de esta aportación en tres hipótesis:

- La primera, o “cualitativa”, se aplica en aquellos casos en que la persona experimenta un estado de activación fisiológica que no sabe explicar.

- La segunda, o “nula”, es el caso opuesto, cuando la persona cree poder interpretar su activación sin problemas.

- Y la tercera, o “cuantitativa”, estipula que la persona sólo experimentará emoción ante un conjunto de circunstancias cognitivas cuando se sienta activada.

La teoría de SCHACHTER y SINGER proporciona una forma de explicar el origen de la cólera. Una persona que experimenta activación de su agresividad, si la atribuye a alguna cognición relacionada con la cólera, sentirá cólera. Una situación más compleja tiene lugar cuando la persona es activada por alguna razón desconocida. Por ejemplo, un efecto secundario de un medicamento que nos es desconocido, podemos imputarlo a la cólera si en ese momento preciso vemos por la televisión que meten un gol a nuestro equipo.

4.3.- “Transfer” de la excitación y cólera.

El “transfer” de la excitación, ha sido descubierto por ZILLMAN y sus colaboradores. Según estos autores, con frecuencia dos acontecimientos activadores ocurren en secuencia y van separados por un corto período temporal. También ocurre en muchas ocasiones, que parte de la activación que provoca el primer acontecimiento se transfiere al segundo. El resultado es que esa activación transferida se suma a la provocada en segundo lugar.

En un trabajo de ZILLMAN, de 1971, los sujetos eran provocados por un ataque interpersonal. Luego, eran activados por una película en unos casos eróticas y en otros violentas. Los resultados mostraron que los sujetos agredidos reaccionaban con más violencia tras ver la película erótica que después de ver la violenta. Se interpretó que la película erótica provocaba más activación de la agresividad.

En otro estudio de 1974, ZILLMAN concluyó que cualquier segunda actividad que incremente la activación puede dar lugar a la conducta de agresión, siempre que no transcurra un tiempo demasiado largo, pues se diluiría, ni demasiado corto, pues su saliencia no permitiría la atribución de la agresividad al segundo acontecimiento en virtud de la hipótesis nula.

Otra cuestión interesante es que, una vez producida la transferencia de excitación y consumada la conducta agresiva que ha potenciado, parece que, en algunas ocasiones, el recuerdo de la cólera experimentada puede permanecer y seguir influyendo en posteriores conductas de agresión.

GEEN (1990) ha señalado dos limitaciones a los trabajos de ZILLMAN: Primero, no se ha demostrado que la cólera actúe como vínculo entre la activación y la agresión. Y, segundo, existen activaciones alegres que no evocan agresión ni en personas encolerizadas; por el contrario, producen un efecto inhibitorio de la agresión.

4.4.- La cólera como respuesta expresivo-motora.

BERKOWITZ (1983) rechaza el enfoque de ZILLMAN por no considerar aceptable la idea de que tenga que ocurrir un proceso atributivo para que la activación irrelevante se experimente como cólera. Frente a ello, propone un modelo asociativo inspirado en la “teoría de la emoción” de LEVENTHAL (1980), la cual defiende que es una determinada situación la que provoca una reacción emocional y, cuando ésta ocurre, presenta unas propiedades expresivas y motoras características, así como unas cogniciones correspondientes que tienden a amplificar dicha reacción emocional.

Aplicado al caso de la agresión:

1. La reacción emocional es la cólera, cuyas características expresivas y motoras son bien conocidas.
2. Las cogniciones asociadas son los pensamientos y sentimientos que la persona tuvo en el pasado cuando sintió cólera.
3. La reacción emocional presente, trae ahora esas cogniciones asociadas a un primer plano.

De este modo, las cogniciones y emociones relacionadas con la cólera forman como una red, efecto de aprendizajes y experiencias, y se activan juntas.

5.- EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.

El sistema de valores imperante en una cultura o nación determinada, tiende a modular el grado de permisividad de la agresión y de la violencia (cultura de la violencia). Las fuentes de los valores culturales han sido tradicionalmente la familia, los centros educativos y las interacciones entre los miembros de la sociedad. Pero en la actualidad hay que añadir los medios de comunicación de masas.

El estudio del impacto de los medios de comunicación sobre la agresión, tiende a centrarse en las funciones que se les atribuyen de transmisión de valores, normas y modelos de conducta. En psicología se han formulado varias teorías para explicar cómo el contenido violento de los medios puede influir en las personas, incluso cuando éste no es su objetivo. En primer lugar, la teoría del “aprendizaje social”, que explica la incorporación de nuevas conductas a través de la observación. Este aprendizaje tiene lugar a través de cuatro fases: 1. Atención a la información. 2. Retención de esa información. 3. Reproducción de la conducta. Y 4. Reforzamiento de la conducta. La “atención” está modulada, por un lado, por las características del estímulo y, por otro, por las características del observador, mientras que en la “retención de la información” están implicados procesos cognitivos de codificación y organización.

La segunda teoría es la de la "preactivación", que postula que la observación de conductas agresivas favorece el que en sucesivas ocasiones la persona se plantee actuar de forma agresiva. Pero no sólo por la mera observación de la conducta, sino también porque la persona aprende a asociar determinados estímulos, presentes en la escena violenta, con conductas agresivas.

5.1.- Algunos resultados de interés.

Se han realizado muchos estudios para analizar la relación entre exposición a contenidos violentos de los medios y conductas agresivas. Entre ellos, empezaremos por destacar el de ERON y colaboradores (1971), de carácter longitudinal, que se extendió por 20 años. Se centró en las preferencias de niños en programas violentos. Encontraron una correlación positiva entre la agresividad observada en televisión y la conducta agresiva emitida 10 años después, pero este resultado no se extendía a las niñas.

La emisión de deportes violentos por televisión, afectan al número y a las características de las víctimas de agresiones en los días siguientes. Se ha encontrado que después de un combate de boxeo se incrementa el número de homicidios. Es más, análisis posteriores revelan que las víctimas son étnicamente similares al boxeador que pierde. Pero estos resultados no son generalizables a todos los deportes. En concreto, no sucede lo mismo con la emisión de la Super Bowl de fútbol americano.

Cuando se ha analizado la correlación entre la introducción de la televisión en distintos países y el índice de homicidios, se ha encontrado que la mayor difusión de la violencia se corresponde con un fuerte ascenso del índice de homicidios.

Y no se debe olvidar que las noticias emitidas (sobre terrorismo, etc.) también pueden desencadenar reacciones colectivas como revueltas y desordenes.

6.- AGRESIÓN GRUPAL Y SOCIETAL.

HINDE y GROEBEL (1989) postulan que la agresión implica niveles de realidad de distinta complejidad. La estructura sociocultural, en la que se incluyen las creencias, valores y mitos compartidos por una sociedad, así como las instituciones con sus respectivos roles, influyen en la agresión, tanto directa como indirectamente. Directamente, designando ciertos roles sociales que pueden ejercer la violencia, como por ejemplo, la policía. Indirectamente, influyendo en las creencias de las personas sobre cuándo es admisible o no el uso de la violencia.

FEIERABEND y FEIERABEND (1972) aplicaron la hipótesis de la frustración-agresión a la conducta política. En este contexto, por frustración no entienden el “estado que aparece cuando se bloquea o interfiere una respuesta o meta”, sino que hablan de “frustración sistémica”, o “grado de descontento dentro de una sociedad al no ver satisfechas sus necesidades y deseos”. Si este grado es elevado, lleva a la inestabilidad política y los desordenes sociales (que equiparan a la agresividad) en caso de que no existan otros medios para canalizar el descontento.

En un estudio examinaron los datos de 84 países, entre 1948 y 1962, para ver su inestabilidad política, es decir, las guerras civiles, los asesinatos de políticos, las detenciones en masa, etc. La frustración sistémica la midieron por la discrepancia entre dos índices: 1. El nivel de alfabetización y de modernización del país; y 2. Su grado de desarrollo, atendiendo a los servicios públicos, dieta calórica, asistencia sanitaria, etc. Si los dos índices alcanzaban valores similares, no había discrepancia ni, por consiguiente, frustración sistémica. Y, efectivamente, así lo comprobaron en los países más estables y más equilibrados. Ahora bien, apareció un resultado no esperado por los autores: la coerción y la represión política también producían estabilidad política.

Un análisis similar es el de GURR (1970), que vincula la violencia política de una sociedad con su grado de “privación relativa”, concepto que considera equivalente al de frustración y que se refiere al conjunto de expectativas que definen el mínimo de bienestar social que los ciudadanos consideran aceptable. Por debajo de ese mínimo, si los ciudadanos atribuyen su frustración al sistema político, se produce el potencial para la violencia política en alguna de sus tres formas:

- Las revueltas (que son populares, espontáneas y desorganizadas).
- La conspiración (que es de menor alcance, pero presenta mayor organización).
- O la guerra interna (que es popular, está organizada y tiene un alcance mayor).

Ahora bien, para que este potencial se desencadene en violencia política real, se precisan dos factores adicionales: 1. El control coercitivo que posee el poder político imperante; y 2. El contrapoder que posee la oposición.
