

FACTORES EMPÍRICOS QUE FOMENTAN LA AGRESIVIDAD

(Clasificación de Green 1990)

• VARIABLES DE TRASFONDO

Son aquellas que capacitan al sujeto para la manifestación de conductas agresivas. Entre ellas podemos enumerar:

- Fisiológicas.
- Temperamento.
- Personalidad.
- Educación: exposición del sujeto a estímulos agresivos como consecuencia de su posición social, familiar, etc.
- Expectativas socioculturales: como la violencia en el contexto familiar.
- Observación de estímulos violentos: situaciones que el sujeto vive.

Variaciones en estas variables producen variaciones en las conductas agresivas. No son variables determinantes, pero sí facilitadoras. En la mayor parte de los casos vienen dadas. Se pueden conocer pero no manejar.

• VARIABLES DE SITUACIÓN

Son variables cambiantes que crean condiciones de estrés, activación y cólera frente a las que la agresión es una posible reacción. Entre ellas estarían:

• *La frustración:*

- Qué es la frustración:

La frustración se encuentra como antecedente en muchas conductas agresivas. Es una palabra que tiene dos acepciones:

· Agente instigador (antecedente) de la experiencia o vivencia frustrante, que puede ser:

- Exógeno:

· Social (Ej. La prohibición de un padre).

· No social (Ej. Un pinchazo en la rueda de un coche).

- Endógeno: puede tratarse de un impedimento físico (como estar gordo) o psíquico (inteligencia reducida).

Para que podamos hablar de un agente frustrante deben producirse tres condiciones:

- Que se trate de un agente accidental: es decir, que sea una privación relativa, una esperanza insatisfecha que bloquea o impide la consecución de unos objetivos ya planificados.
- Factor motivacional: que se trate de un antecedente instigador irrazonable, arbitrario o injustificado.
- Factor cognoscitivo: que se perciban intenciones.

· Experiencia sentimental no placentera, vivencia frustrante:

- Emoción (semejante a la de enfado o ira)
- Emoción provocada por la acción de instigadores (con las características mencionadas anteriormente).
- Relación con la agresión.
- Caracter de excepcionalidad (conductas excepcionales).
- Motiva y empuja al organismo a la reacción.
- Situación de emergencia, de protección del yo...
- Relación frustración – agresión:

La frustración es una variable que no tiene relación causa – efecto con la agresividad, sino que facilita la creación de un estado de activación o arousal necesaria para la aparición de conductas agresivas. Motiva para la agresión, pero no es causa directa.

- Revisión de la hipótesis frustración – agresión:

La activación o experiencia displacentera necesaria para la aparición de conductas agresivas puede estar ocasionada por agentes frustrantes de nuestros objetivos, pero no necesariamente. Hay unas variables situacionales como el calor, el ruido o el ataque, que no son causas de frustración y provocan esa experiencia displacentera.

La relación de la frustración como causa de la agresión no es directa, sino que un agente de frustración provoca una emoción no placentera, que provoca activación, directamente relacionada con la agresión. Otros agentes que provoquen esa emoción estarán también relacionados con la agresión.

• **Los estresores ambientales**

· El calor: Existe una ley térmica de la delincuencia donde se muestra que las agresiones se dan cuando hay altas temperaturas. Cuando esto se estudia en laboratorio, la relación entre calor y agresión no es tan directa sino que tiene forma de U invertida.

El calor sólo tiene relación con la agresividad cuando provoca afecto negativo, y entonces produce agresión. La relación no es directa sino inversa.

· Ruido: el ruido no tiene relación directa con la agresión. Se debe valorar la capacidad de dominar o predecir el ruido.

El ruido tiene un efecto acumulativo, porque disminuye nuestra tolerancia a la frustración, y de esta manera indirecta es como se conecta con la agresividad. Son importantes la intensidad y el tiempo. El ruido tiene mucha capacidad para la activación del cuerpo.

- **Dolor:** El factor que más modula su relación con la agresividad es la percepción de intencionalidad.
- **Ataque interpersonal:** es una variable que aparece como antecedente de la agresión. Modulan a esta variable la intencionalidad y la justificación. Pero además de condicionantes cognitivos se dan también condicionantes sociales.
- **Violación de las normas:** pueden ser normas explícitas o implícitas. Producen activación. Modulan la variable procesos cognoscitivos como injustificación. También se dan factores sociales y culturales.
- **Injusticia:** es totalmente cognoscitiva.

- **Características de la víctima y el atacante:** no determinan la aparición, pero sí matizan el grado de la conducta.

· Personalidad del atacante: no hay un perfil físico sobre estas personas. Sí hay algunas relaciones como edad y sexo. También se puede relacionar la agresividad con enfermedades psiquiátricas.

· Proveniencia sociocultural del atacante: la clase social no es antecedente ni determinante de la aparición de conductas agresivas. Aunque haya clases sociales con mayor número de actos agresivos, eso no quiere decir que la causa sea la clase social. Más bien sería la pobreza, que provoca frustración, y ésta, agresión.

Hay clases sociales que está más cercanas a facilitadores de la agresión (lenguaje), y hay grupos que permiten o fomentan la aparición de manifestaciones agresivas.

2. LAS VARIABLES DE SITUACIÓN DEBEN SER CONSIDERADAS COMO ARBITRARIAS, MALICIOSAS E INTENCIONALES.

3. NO SE PERCIBEN RESPUESTAS ALTERNATIVAS.

CURIOSIDADES DERIVADAS ACERCA DEL TEMA DE LA AGRESIVIDAD

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL FOMENTO DE LA AGRESIVIDAD

Los niños españoles ven una media de 3 horas diarias de televisión. 2 de esas horas son de contenido violento. En EEUU se creó hace unos años una comisión nacional de búsqueda de causas y prevención de la violencia. Todas las investigaciones que se ha realizado a partir de ahí concluyen la relación entre el contenido de la TV y la agresividad mostrada, sin diferencias de países, culturas, edades o sexo.

- Existen unas edades más susceptibles que otras: 8 – 12 años y 15 – 18 años.
- Modelan mejor conductas agresivas los personajes ofensivos que los defensivos

La televisión es uno de los mejores mecanismos de modelado: resulta atractiva, se consiguen recompensas y explica lo que ocurre. Existe mayor relación entre agresividad real y agresividad que entre agresividad imaginaria y agresividad, ya que la relación con el personaje es más fácil en el primer caso. La violencia real ejerce más influencia que la fílmica por los factores situacionales.

INFLUENCIA DEL CONTEXTO FAMILIAR EN LA AGRESIVIDAD

En EEUU, desde hace 50 años, aparecen problemas derivados de la desestructuración familiar. Uno de los problemas que más aparecen es el de la agresividad infantil. Las conclusiones son contundentes: hay mucha relación entre dinámica familiar y agresividad infantil.

- Por adiestramiento explícito: hay estilos educativos de algunos padres que crean patrones explícitamente agresivos.
- Por modelado: estilos educativos cuya forma de establecer disciplina es agresiva. El sujeto aprende que la agresividad es un modo fácil y justo de actuar.
- Por la visión de la discordia y falta de respeto en el hogar.

No podemos decir que estas variables sean determinantes, pero sí son facilitadoras de la conducta agresiva.

FORMAS DE REDUCCIÓN DE LA AGRESIVIDAD EN EDUCACIÓN Y PSICOLOGÍA CLÍNICA.

Las dos técnicas más utilizadas para reducir la agresividad son el castigo y las técnicas basadas en la catarsis, a pesar de que su eficacia es cuestionable.

El castigo

A pesar de que sus resultados son temporales, es muy utilizado. Hay unas condiciones para que sea más eficaz:

- Que la aplicación sea cierta: es decir, que no se quede en amenazas
- Aplicación rápida e instantánea.
- No introducido de forma gradual.
- Difícil de evitar.
- Recurrente en el tiempo: que aparezca tantas veces como la conducta a modificar.

A pesar de eso, sus efectos son temporales, superficiales y se generalizan poco. Aún así se puede utilizar en los primeros momentos de la agresividad, para resolver conflictos y situaciones coléricas y complementado con otras técnicas.

La catarsis

Es cualquier actividad que permite dar desahogo a determinada emoción. Sus resultados son provisionales y superficiales. Hay unas condiciones de aplicación que mejoran su eficacia:

- Aplicación inmediata.
- Con total intensidad desde el principio.
- Aplicación recurrente en el tiempo.

Nunca debe plantearse como única medida para evitar conductas agresivas. Puede ser eficaz en los primeros momentos y para solucionar agresiones coléricas.

MODIFICACIÓN DE LA AGRESIVIDAD

Las técnicas de reducción de la agresividad se pueden plantear desde dos puntos de vista:

- Temas transversales: como semanas de, asignaturas específicas, temas,...
- Programas individualizados.

En ambos casos se trata de las mismas técnicas, pero aplicadas de diferentes formas.

Podemos hacer unas recomendaciones para instaurar un aprendizaje de modificación de la agresividad.

- Complejidad: el tema de la agresividad es complejo, por tanto es desaconsejable intentar reducir la agresividad atendiendo a un único factor. En el caso de edades escolares hay que tener en cuenta varios ámbitos: escolar, familiar, amigos. Hay que tener, pues, en cuenta todas las dimensiones que configuran la agresividad y todos los contextos.
- Prescriptividad: exige adecuación al tipo de personas a que va dirigida, al tipo de técnica que se va a utilizar y al terapeuta o educador que la va a aplicar. Por ejemplo, la intervención individual sería más adecuada para individuos introvertidos, y la intervención grupal para casos de ansiedad.
- Situacionalidad: todos los modelados o ejemplos tiene que tener en cuenta el contexto en el cual se desenvuelve el sujeto. Si no, no hay generalización.

Técnicas

Las más utilizadas aparte del castigo y la catarsis son las fundamentadas en los principios cognitivos:

- Preparación cognitiva: explicación clara y comprensible de la relación de la conducta con acontecimientos disparadores. Se pueden utilizar videos, material escrito,...
- Métodos cognitivos: trabajos en grupo, debates orientados, interacciones grupales, discusión de casos, dilema moral. No son técnicas recomendables para edades tempranas. Se usan a partir de los 12 años.
- Técnicas de relajación: se usa mucho la imaginación guiada.
- Entrenamiento en habilidades sociales: las habilidades sociales configuran lo que se hace a través de temas transversales, y también son muy utilizadas en clínica.

Técnicas de evaluación de las habilidades sociales

Hay muchos procedimientos de evaluación de las habilidades sociales. Sin embargo, la mayor parte de los instrumentos no han sido validados ni baremados. No hay ningún instrumento universal y bien construido para medirlas.

El esquema de análisis funcional de la conducta nos dice qué aspectos se deben medir. Nunca se debe aplicar un solo instrumento para valorarlos. Este esquema es un buen referente.

Las técnicas de medición tienen que aplicarse en cuatro momentos: antes, durante, después y seguimiento del tratamiento. Se deben hacer mediciones de conducta, motivación y cognición.

En el esquema se considera a la conducta como un consecuente.

Antecedentes – Conducta – Consecuencias

Consecuentes

- Valoración de la conducta, aspectos motóricos, idoneidad de ejecución.
- Emociones que acompañan a la conducta. Las emociones más frecuentes en estos problemas son: ansiedad, ira y depresión.
- Sensaciones que acompañan al comportamiento: en su mayor parte son subjetivas (tranquilidad, nerviosismo, ...). Si es este punto el que falla, es bueno aplicar técnicas de relajación.
- Pensamientos que acompañan a la conducta. Pueden ser positivos o negativos. Si es aquí donde está el problema se pueden utilizar técnicas cognitivas.
- Imaginación: los pensamientos están basados en experiencias previas. La imaginación también es cognición, pero en este caso, el fracaso previo no ha ocurrido; es imaginado. Si el problema está aquí, es bueno utilizar técnicas cognitivas.
- Relaciones interpersonales: pueden ser clave para obstaculizar o fomentar una habilidad social, porque los amigos o familiares no refuerzan un comportamiento. Este factor inhibe la exhibición del comportamiento.
- Estado fisiológico: factores relativos a fatiga, sueño, cambios hormonales que dificultan la realización de determinadas habilidades sociales.
- Ambiente o contexto: la presión del contexto es capaz de modificar una determinada habilidad. Por ejemplo, una fobia puede manifestarse sólo en un contexto. Entonces la intervención no será conductual ni cognitiva, sino situacional.

Para saber qué tipo de programa establecer deben tenerse en cuenta esos aspectos. También hay que analizar los factores antecedentes. En muchos casos, los comportamientos son producidos por estímulos disparadores propios de cada persona.

Si podemos evitar o modificar los estímulos instigadores no será necesario plantear un programa de

modificación de conducta.

Otros factores a tener en cuenta son los aspectos que informan del tipo de refuerzos o situaciones que van a ir más en consonancia con el sujeto.

Procedimientos de evaluación más aplicados:

- Entrevista con el paciente
- Autorregistros por parte del paciente
- Entrevista con otras personas significativas del entorno del paciente
- Observación directa de las conductas objetivo in situ.

La evaluación es clave en la intervención terapéutica: marca la intervención y su eficacia. En ambiente escolar es poco relevante.

PERCEPCIÓN SOCIAL DE PERSONAS

1. PERCEPCIÓN SOCIAL: INTRODUCCIÓN Y DEFINICIÓN (239 – 246)

La percepción social se define como juicios elementales que las personas elaboramos. Se establece después de un primer contacto y va a guiar la interacción con esa persona.

Es un proceso cognitivo que a su vez comprende esencialmente dos procesos básicos:

- Selección y codificación de los datos que recibimos del exterior, para reducir la complejidad que presentan, y facilitar un posterior almacenamiento y recuperación.
- También llamado percepción: intentar ir más allá de la información obtenida. Añadir información para predecir acontecimientos futuros. Este proceso ayuda a las personas a preservarse de las posibles sorpresas imprevistas. Es un mecanismo de protección. Nos sirve para inferir el comportamiento de los demás.

Normalmente, los estudios de percepción de personas han estado ligados a la percepción de objetos. Los investigadores de la Gestalt fueron los primeros que estudiaron estos aspectos. Encontraron semejanzas entre percepción social y percepción de objetos:

- Las percepciones de personas o de objetos son procesos psicológicos estructurados. Cada vez que los percibimos no recopilamos datos aleatoriamente, sino que se trata de un proceso ordenado: no empieza cada vez desde cero, sino que se van creando categorías (formas básicas de conocimiento) que configuran cómo se produce la percepción. Sirve para crear un orden en las cosas y personas que percibimos. Se trata de un orden que en ocasiones no existe en la realidad, pero que nosotros creamos. La forma de ordenar estos materiales que más utilizamos es la categorización de percepciones. A través de ella creamos orden entre estímulos que percibimos del exterior.
- Siempre que percibimos, nuestras percepciones tienden a otorgar un significado a lo percibido. La persona no solo acumula y estructura, sino que además interpreta. En el caso de la percepción de personas el resultado es afectivo. No así en la percepción de objetos.
- Normalmente cuando percibimos tendemos a buscar características de los objetos y de los sujetos que sean invariantes. Necesitamos datos que nos permitan ver qué es lo que no varía de las personas y cosas, porque así se obtendrá una definición o información más concreta.

Características específicas de la Percepción Social:

- Tendencia de la percepción de personas a buscar agentes causales. Al percibir personas, buscamos intenciones, y esto influye en la percepción que obtenemos de ellas. Es difícil hacer esto con objetos.
- Siempre tenemos el patrón de comparación de nosotros mismos. Es inevitable que la persona que percibe se implique en la interpretación de lo que percibe. Las otras personas, en el fondo son semejantes a nosotros, por lo que tendemos a establecer inferencias basándonos en el yo. La percepción social siempre alude al yo.
- El proceso siempre se produce en interacción, con lo cual, existe un dinamismo interactivo que modifica el contenido perceptivo. Se producen manejos intencionales en la impresión que no existen en la percepción de las cosas.
- Se trata de un proceso muy complejo, porque intervienen personas, y estas son más complejas que los objetos. La exactitud de la percepción es menor en las personas que en las cosas.

El interés de la psicología por este tema siempre ha sido grande, pero no de la misma forma. En los años 40, Asch, un Gestaltista que inició el estudio de las diferencias entre la percepción de personas y la percepción de objetos, definió la percepción social y creó el paradigma experimental que hoy se utiliza.

2. TIPOS DE PERCEPCIÓN SOCIAL

2.1. *Formación de impresiones*

La formación de impresiones es el proceso mediante el cual las personas inferimos características psicológicas de otras personas a partir de la observación de su conducta. Estas inferencias se organizan en una impresión coherente.

Los teóricos de la psicología social han abordado el estudio de la formación de impresiones desde distintas maneras, con lo cual tenemos diferentes estudios acerca de cómo las personas formamos impresiones. Se trataría de diferentes perspectivas que podemos organizar, y que responden a la pregunta de cómo organizamos las impresiones que recibimos.

2.1.1. *Investigación de Asch (perspectiva gestaltista)*

¿Cómo nos formamos impresiones de una manera constructivista o gestaltista? Asch mantiene que las personas organizamos los estímulos que percibimos como un todo, como una forma. Cada rasgo que percibimos de una persona afecta y se ve afectado por todos los demás, generando una percepción distinta en cada momento, y difícil de predecir.

Cuando queremos obtener una impresión acerca de las personas, lo definitivo es el significado del conjunto de rasgos que percibimos. El valor de cada elemento que percibimos puede ser modificado por el contexto.

En cada una de las impresiones que nos formamos de las personas no todos los rasgos tienen igual impacto sobre la persona que los percibe. Asch diferencia entre rasgos centrales y secundarios:

- Rasgos centrales: son guías para dirigir las percepciones. Causan un mayor impacto en el perceptor, y sirven para dar estructura a la impresión que obtenemos de las otras personas.
- Rasgos secundarios: afirman las percepciones estructuradas por los centrales.

Rasgos centrales y secundarios se diferencian en el impacto que tienen en la percepción final. Resulta muy importante la razón que Asch da de por qué un rasgo se convierte en central y no en periférico: no existen rasgos centrales o periféricos en sí mismos, sino que tienen una misma cualidad. Un rasgo será central o periférico en función del ambiente.

Esto marca toda una línea de investigación y estudios a la hora de abordar el tema de la percepción social. A

Asch se debe el modelo experimental utilizado en la investigación de la percepción social.

2.1.2. Modelos para el estudio de las primeras impresiones

2.1.2.1. Modelos de tendencial relacional, constructivista o gestáltica.

Según estos modelos, al percibir personas las percibimos como un todo. Recibimos una primera impresión. El contexto en el que percibimos es el que marca cómo se va a formar esa impresión.

Las mismas características hacen que nos formemos distintas impresiones según el contextos.

Todos los elementos se van configurando de una forma única para cada impresión. El que un rasgo sea central o secundario dependerá del contexto (otros rasgos, experiencia, conocimientos previos). El resultado final no es la suma de rasgos, sino la impresión final.

2.1.2.2. Modelos de combinación lineal o posición empirista. (258 – 268)

Según esta perspectiva, las personas, a la hora de percibir, organizamos los estímulos que recibimos del exterior según una combinación completamente lineal, es decir, los estímulos que percibimos no cambian el significado, sino que la impresión final será el resultado de sumar, restar y promediar los atributos o rasgos (características individuales) que se han percibido de la persona percibida. Habría que sumarlos teniendo en cuenta la dimensión evaluativa de cada rasgo.

Han estudiado tres tipos de combinaciones de los rasgos para formar una impresión final:

- **Modelo de suma:** la percepción se obtiene sumando los rasgos observados. Si una persona quiere causar una buena impresión, debería presentar la mayor parte de los rasgos que tenga, independientemente de que los tenga en grado alto o bajo.
- **Modelo de promedio:** la percepción se obtiene según la media aritmética de los rasgos observados. Si una persona quiere causar buena impresión sólo debería presentar los mejores rasgos, ya que no sólo importa la cantidad de características, sino también su calidad.
- **Media ponderada:** se trata de una media aritmética, como en el 2, pero en la fórmula se añade el peso del contexto; es decir, unos rasgos tiene más importancia que otros: es mayor el peso de la primera impresión, las características de personalidad tienen un peso mayor que las características físicas. Se trata del modelo más acertado.

En psicología social existen estudios capaces de apoyar modelos gestaltistas y empiristas. Ambas teorías realizan aportaciones interesantes.

Cuando percibimos a una persona por primera vez, la formación de la impresión se explicaría mejor por el modelo gestáltico. Si la percepción de esa persona se queda ahí, no ocurre más, pero si se producen más intercambios, el conocimiento de las personas se rige por los modelos aditivos: uno trata de conocer rasgos particulares, y trata de integrarlos de forma lineal.

2.2. La percepción de la personalidad (284 – 294)

No sólo nos formamos primeras impresiones. También buscamos percibir la personalidad. La psicología social, al estudiar esto, ha descubierto cuatro tipos de fenómenos:

2.2.1. Teorías implícitas de la personalidad

Son teorías que derivan de aquellas creencias que cada una de las personas tiene acerca de aquellas

características o rasgos de las personas que ocurren conjuntamente o que aparecen unidos.

- Son teorías porque son creencias están estructuradas en el interior de las personas y que un sujeto va elaborando a lo largo de su vida.
- Implícitas porque las aplicamos inconscientemente, no están formalizadas.
- De la personalidad porque están referidas a rasgos de la personalidad.

Sus características más importantes son:

- Son idiosincráticas: cada individuo, a lo largo de su vida, y fruto de su propio contexto y experiencia, desarrolla sus particulares teorías implícitas de la personalidad. Por lo tanto no son universales, sino propias de cada individuo.
- A pesar de que existe una variabilidad individual, también es verdad que existe un cierto consenso entre aquellas personas que integran una determinada cultura o sociedad. Algunas son compartidas socialmente.
- Normalmente intentan facilitar el conocimiento de la realidad. Por lo tanto tratan de ser teorías poco complejas, de modo que simplifiquen el proceso de percepción.

Las teorías implícitas de la personalidad cumplen una función concreta: las personas no estamos constantemente sometiendo a evaluación cada una de las impresiones que nos formamos de otras personas, sino que lo que hacemos es crearnos impresiones automáticas. Utilizamos ideas preconcebidas, esquemas ya existentes, y no percibimos de nuevo cada vez. Así las teorías implícitas de la personalidad permiten que la mente tenga una estructuración, y que las personas podamos percibir impresiones de manera rápida y sencilla.

No es bueno ni malo guiarse por ellas. Depende de cómo sean. Prototipos y estereotipos sociales son tipos de teorías implícitas de la personalidad. Si un estereotipo va acompañado de un tinte afectivo negativo, estaremos hablando de un prejuicio.

2.2.2. Efecto del halo

Tendencia a considerar que una persona que posee una determinada característica positiva presentará asociadas otras características positivas. Es un efecto derivado de las teorías implícitas de la personalidad. En percepción de personas se da un fenómeno por el que determinados rasgos físicos positivos llevan asociados rasgos de personalidad positivos.

2.2.3. Generalización estereotipada

Se trata del proceso según el cual existen determinados rasgos que vienen marcados por el contexto social. Tendencia a percibir a las personas en base a rasgos que según nuestras creencias caracterizan a un determinado grupo o categoría social. Se trata de un conjunto con un significado normalmente negativo, y cada vez que aparece uno de esos rasgos en una persona, tendemos a atribuirle una impresión que después generalizamos.

2.2.4. Analogía proyectiva

Fenómeno según el cual se percibimos a dos personas semejantes en algún aspecto, las percibimos semejantes en otros rasgos, aunque no los hayamos averiguado. Frecuentemente obtenemos impresiones a través de la observación de rasgos por analogía al propio yo. Si uno se conoce muy bien, eso le puede ayudar a tener una percepción más exacta de las personas que se le parecen.

El efecto de halo, la analogía proyectiva y la generalización estereotipada son concrecciones de las teorías implícitas de la personalidad. Estos efectos son muy típicos en las primeras impresiones. Sin embargo, las

primeras impresiones marcan la dirección del conocimiento de las personas, y es muy difícil anularlas.

2.3. Percepción de estados emotivos de las personas (268 – 273)

La percepción de personas es un proceso en el que influyen varios factores como estados emotivos, responsabilidad en las acciones,...

La psicología social se ha centrado en el estudio del rostro humano, para ver si es un buen suministrador de información sobre las emociones. Esta hipótesis se confirma en la mayor parte de los casos, de manera que se puede considerar que existe cierta universalidad en la relación entre expresión facial y emotividad, a pesar de las diferencias culturales. Podemos considerar que el rostro es el más importante y frecuente suministrador de datos para percibir estados emotivos en otras personas.

La investigación confirma que el rostro humano es una buena fuente para obtener datos de estados emotivos de las personas, pero hay matizaciones:

- Las emociones se pueden manifestar con diferentes grados. El rostro es un buen suministrador de datos cuando los estados emotivos son lo suficientemente intensas.
- En la vida real las personas tratan de disimular y controlar su expresión facial para no manifestar sus estados emotivos. La mayor parte de las veces la expresión facial es ambigua y difícil de interpretar.
- La mayor parte de las veces, los estados emotivos no son puros, las vivencias emotivas son complejas, sutiles, mezcladas y cambiantes.
- En nuestra cultura existe una tendencia a no exteriorizar los estados emotivos, con diferencia de sexos.

El rostro es un suministrador de datos para descubrir estados emotivos difícil de interpretar. Se utiliza sobre todo en la formación de primeras impresiones sobre el estado de ánimo.

Es mucho más fiable el comportamiento, pero es una VI mucho más compleja.

2.4. Percepción de causalidad (273 – 283)

Ya hemos visto que una de las cosas que distinguían la percepción de personas de la percepción de objetos es el hecho de percibir intenciones en las personas.

Las personas tiene una tendencia perceptiva a situar la responsabilidad causal de las conductas de otras personas en factores externos. Esto quiere decir que cuando la persona percibe comportamientos de otras personas, tiende a atribuir sus acciones a

causas exteriores a la propia persona: exageramos la influencia del contexto por encima de la responsabilidad personal de los sujetos.

Sólo si nada en el contexto justifica el comportamiento se cambia la percepción y se busca una causalidad intrínseca.

Esta tendencia perceptiva está modelada por una serie de factores:

- Status social percibido: las personas percibidas como de status social alto serán percibidas como más internas, y las personas percibidas como de status social bajo serán percibidas como más externas.
- Atractivo: cuanto más atractiva percibamos a una persona, más interno será percibido su comportamiento.
- Semejanza con nosotros mismos: cuanto más semejante a nosotros percibamos a alguien, más interno será percibido su comportamiento.
- Personas halagadoras o gratificadoras: consideramos más internas a las personas que nos resultan más

gratificantes.

Existe una tendencia perceptiva a situar la causa de los comportamientos en factores internos cuando lo que se observa son comportamientos anómalos, extraños, extremos o espectaculares.

Se tiende a atribuir las acciones de las personas a causas internas cuando conocen las consecuencias de esas acciones y están capacitados para realizarlas: conocimiento y destreza.

Cuanto mayor sea la gravedad o el alcance de las consecuencias del comportamiento de una persona, mayor tendencia tenemos a buscar responsabilidad.

Siempre que percibimos personas buscamos causas. Si la situación es cotidiana ponemos esa responsabilidad en factores externos salvo que la persona conozca las consecuencias de su conducta y esté capacitada para realizarla, o salvo que el comportamiento sea muy atípico.

2.5. Autopercepción (294 – 298)

La psicología estudia si el proceso de autopercepción es el mismo que utilizamos para percibir a otras personas. Paradójicamente, la autopercepción no se realiza mediante introspección, sino que para obtener información sobre uno mismo, se recogen señales del exterior. El proceso de autopercepción sigue los mismos mecanismos que el proceso de percepción social: el sujeto percibe sus rasgos de personalidad, sus motivaciones, ... a través de los productos o señales externas de su comportamiento.

Sin embargo existe una leve diferencia entre percepción y autopercepción: la autopercepción presenta una tendencia a obtener conclusiones más favorecedoras. A esto se le llama autofavorecimiento o autopromoción.

• FACTORES QUE PUEDEN INFLUIR EN LA PERCEPCIÓN DE PERSONAS

3.1. Factores asociados al perceptor

3.1.1. Metas

Los objetivos que persiguen los perceptores modelan los procesos cognitivos que se ponen en marcha en la percepción de otra persona. Estas metas u objetivos, ante todo, modelan la información.

3.1.2. Motivaciones

Modulan el que la persona perciba un tipo de intenciones en otra. Se mezcla con las metas u objetivos y modifican la impresión.

3.1.3. Expectativas

En función de las expectativas, al percibir a una persona, uno puede modular el contenido que recogió de la otra persona. Son pequeños estereotipos que aplica al proceso perceptivo.

Las metas u objetivos, las motivaciones y las expectativas se combinan entre sí y modulan la forma en que una persona se forma impresiones de otras.

3.1.4. Familiaridad (246 – 252)

Cuanto más familiar sea un estímulo, obtendremos una percepción más exacta y más compleja de él. Aparentemente este factor lleva consigo la introducción de sesgos o errores típicos, como el efecto de la mera

exposición: tendencia a hacer más atractiva a la persona familiar neutral o atractiva.

3.1.5. Valor del estímulo (246 – 252)

Cuando una persona percibe a otra, cuanto mayor sea la necesidad que tenga de esa persona o de alguno de sus atributos, se le tenderá a dar una mayor acentuación perceptiva. Es decir, cuando una persona tiene valor para otra, hay una tendencia a percibirla de manera más compleja y más exacta.

Esto produce una serie de problemas:

- Efecto halo.
- Efecto de la acentuación perceptiva: lo más valorado, las personas que satisfacen alguna necesidad las percibimos de forma acentuada, y la percepción no es tan compleja y tan acertada.

3.1.6. Significado emotivo del estímulo

No sólo cuenta el valor instrumental, sino también el emotivo: el valor que le demos al estímulo para proporcionar consecuencias positivas o negativas desde un punto de vista afectivo. Cuando percibimos a una persona como capaz de proporcionarnos consecuencias positivas o negativas, tendemos a percibirla de manera más compleja, y con mayor exactitud.

Puede ocasionar los siguientes problemas:

- Perspicacia: determina el bajo umbral de reconocimiento que necesitan los estímulos que pueden satisfacerlos. Vemos lo que queremos ver.
- Defensa perceptiva: hace referencia al alto umbral de reconocimiento para percibir estímulos que tienen un significado amenazador. No vemos lo que no queremos ver.

3.1.7. Experiencia

La percepción es un proceso que se puede mejorar; las personas con más experiencia realizarán percepciones más precisas a partir de una serie de rasgos. Esto crea aprendizaje, y por ello se percibe más y mejor.

Familiaridad, valor del estímulo, significado emotivo del estímulo y experiencia están relacionados con metas, expectativas y motivación, concretando la dirección y la fuerza de la percepción.

3.2. Factores asociados a la persona percibida (252 – 253)

La persona que es percibida puede realizar un manejo de esa impresión: controlar la impresión que causa en el otro. Es más complicado percibir personas que percibir objetos. No es igual cómo me presento ante una persona que ante otra. Puedo manejar la cantidad de rasgos que quiero presentar ante determinada persona.

Es normal que las personas realicemos manejos de la impresión que queremos dar a otras personas de nosotros mismos. Las estrategias que se utilizan son:

- Congraciamiento: todas las estrategias utilizadas para aparecer de la manera más atractiva a los demás. Manejar la percepción de uno mismo presentando los rasgos más positivos de la mejor manera posible.
- Autopromoción: aumentar de manera no real los atributos que consideramos que la otra persona puede creer que son más positivos y ocultar los defectos.
- Intimidación: manejar la impresión mostrando el poder que se tiene sobre otros.
- Autoincapacidad: manifestar debilidades y dependencia para provocar respuestas de ayuda.
- Asociarse con personas de éxito: efecto de halo.

3.3. Factores relativos al contenido de la percepción.

3.1.3. Efectos de orden (258–260)

La mayor parte de las veces que percibimos un atributo de una persona en primer lugar influye más en la impresión general que obtengamos. Esta primera imagen es difícil de anular: tienen que aparecer muchos atributos contradictorios del primero para eliminarlo.

Además ese primer atributo marca la dirección que va a tomar nuestra percepción de esta persona. A estos efectos también se les conoce como efecto de primacía.

Dentro de los efectos de orden, existe también el efecto de recencia: la última información percibida, la más reciente, tiene mayor impacto que el resto de la información recibida puesto que es más fácil de recordar.

Por lo tanto, el primer contenido percibido y el último causan mayor impacto en las personas. Pero el efecto primacía tienen mayor peso: los primeros rasgos marcan el eje o dirección de cómo se va a organizar la percepción.

Sin embargo hay que hacer algunas matizaciones: utilizamos el efecto primacía en las siguientes ocasiones:

- Cuando desde el principio hay un compromiso con la persona.
- Cuando la información que recibimos es clara y relevante.
- Cuando la información que percibimos es universal, no cambia con el tiempo; es decir, son rasgos centrales.

Hay mayor efecto de recencia:

- Cuando la información última es muy fácil de recordar.
- Cuando la información última es diferente o discrepa con la anterior.

Es importante recordar que cuando se conoce a la persona hay una disminución de la atención.

3.2.2. Tono evaluativo de los elementos informativos

Hay dos cosas a tener en cuenta: el peso de los rasgos negativos y el sesgo de positividad.

Cuando el contenido de la información que nosotros percibimos en una persona contiene elementos informativos positivos y negativos de ella, parece ser que la información negativa causa un mayor impacto a la hora de establecer una información general de las personas.

El contenido negativo es más difícil de modificar. No es una visión sólo negativa, puesto que también se ha encontrado que existe una mayor tendencia perceptiva a percibir a los demás de forma positiva en vez de negativa. Este fenómeno perceptivo se ha denominado como sesgo de positividad.

3.3.3. Información única y redundante

La información que sea más original y única parece tener mayor impacto en la percepción. Cuando una persona presenta características muy similares a los demás, y presenta una que sea diferente, ese será el rasgo que más le marque, el rasgo original.

3.3.4. Carácter ambiguo de la información

Cuando percibimos a una persona, causa mayor impacto aquella información que sea clara (fácilmente confirmada o desconfirmada) aunque sea más simple, pero no la información que sea ambigua.

Un rasgo es confirmable cuando es visible (aspecto físico) y hay gran cantidad de características que permiten confirmar su presencia o ausencia. Cuantas más características haya más confirmable será el rasgo.

Causará menor repercusión las variables que se vean como menos claras, aunque sean más complejas. Necesitamos información clara.

3.3.5. Propio contenido de la información

El contenido perceptivo de una primera impresión se refiere básicamente a su apariencia física, a la conducta que manifiesta, a unos pocos rasgos de la personalidad, a las relaciones interpersonales que manifiesta, a determinadas metas u objetivos que persigue,...

Podemos obtener diferentes tipos de información a través de una primera impresión, pero este contenido de cualquier tipo, está siempre modulado por el contexto, la situación en la que se perciba el contenido de una persona.

El contexto en que se produce una interacción es lo que marca la diferencia entre un contenido y otro.

4. FACTORES INFLUYENTES EN LA VALIDEZ Y FIABILIDAD DE LAS PERCEPCIONES: PRECISIÓN (298...)

No se encuentra un criterio claro sobre la precisión perceptiva. Percibir con precisión sería percibir de la manera más objetiva posible, pero en la percepción de personas es un criterio muy difícil. Por ello debe ser una percepción lo más adaptativa posible al entorno.

4.1. Relación entre dotación intelectual y perspicacia cognitiva

Las personas más inteligentes manifiestan mayor capacidad perceptiva.

4.2. Complejidad cognoscitiva

La complejidad cognoscitiva es la capacidad para desarrollar grandes cantidades de esquemas mentales para analizar la realidad. Las personas con complejidad cognoscitiva parecen tener mejor percepción.

4.3. Edad

Cuanto mayor se es, mayor complejidad cognoscitiva se tiene, por lo tanto hay mayor capacitación para presentar percepciones interpersonales correctas. Esto es debido al aprendizaje. Entre los 10 y los 16 años es cuando más se desarrollan las habilidades de percepción.

4.4. Sexo

La creencia de que las mujeres son más perceptivas se debe más a la variable educación que a la variable sexo.

4.5. Ajuste socio – emotivo

La estabilidad emocional y los problemas sociales son variables relacionadas con la precisión perceptiva. Uno de los primeros síntomas de la inestabilidad es el desajuste de la precisión perceptiva (neurosis, depresión).

La capacidad perceptiva está íntimamente relacionada con una adecuada estabilidad emocional: relación entre ajuste emocional y perceptivo, que se explica porque los individuos con problemas de ajuste emotivo mantienen una exagerada defensividad perceptiva.

4.6. Capacidades estéticas y personas autoritarias

Las personas que se dedican a actividades estéticas como pintores o novelistas tienen mayor precisión perceptiva. El esteta, o persona cuyo esquema de valores se rige por el principio de la forma, armonía, simetría,... tiene mayor agudeza perceptiva.

Las personas autoritarias son menos precisas en sus percepciones interpersonales. Existe una correlación según la cual a mayor autoritarismo hay menor perspicacia perceptiva.

TEMA 6: ESTRUCTURAS Y PROCESOS DE COGNICIÓN SOCIAL

• INTRODUCCIÓN Y DEFINICIÓN DE COGNICIÓN SOCIAL

En este tema vamos a ver formas de pensar acerca de las personas. En cognición social se estudian las fases que siguen las personas para codificar, almacenar y recuperar la información procedente de la interacción social. Se trata de unos mecanismos internos que funcionan casi simultáneamente, pero que desglosamos para su estudio. Son percepción, cognición, inferencias, atribución.

Entendemos por cognición social el conocimiento de cualquier objeto humano (individuo, grupo, rol, ...). Vamos a estudiar cómo los individuos conocen su medio social. Es un proceso casi simultáneo al de obtención de información estudiado en el tema anterior.

En cognición social estudiamos los procesos posteriores a la percepción, fundamentalmente atención y memoria.

En psicología social este tema ha sido muy estudiado, y fundamentalmente hay dos tradiciones teóricas del estudio sobre la cognición social:

- Perspectiva constructivista: Arriba – Abajo
- Perspectiva empirista: Abajo – Arriba.

2. TRADICIONES EN EL ESTUDIO DE LA COGNICIÓN SOCIAL

2.1. Perspectiva constructivista

Hace hincapié en que el procesamiento de la información se produce siempre desde los conjuntos de ideas hacia la realidad: de arriba a abajo. Sostiene que las personas tenemos ya esquemas mentales propios de la realidad percibida. El sujeto conoce la realidad a través de esquemas: los esquemas guían el procesamiento activo que las personas realizan de la información social. Entendemos a las personas a partir de moldes (esquemas y prototipos) que poseemos de ellas, y si no los encontramos, los fabricamos.

Esta perspectiva rechaza explicaciones motivacionales y afectivas del conocimiento, ya que se considera que no influyen en la codificación.

Conciben la cognición social como modelos simples de procesamiento de la información. Los sistematizan en fases, de tal manera que consideran que el conocimiento se realiza a través de estructuras o esquemas estables que canalizan y que influyen tanto en la percepción como en el procesamiento de la información.

Utiliza mucho los símiles informáticos:

- Memoria limitada: en este tipo de concepción del conocimiento humano, la memoria tiene un papel principal y central porque es el núcleo en el que se encuentran los esquemas, la activación de los mismos.
- Necesidad de programas previos para procesar algo: esquemas y prototipos
- Funcionamiento independiente del contenido de los programas: se considera que todos los esquemas y procesos de conocimiento tienen un carácter general y que funcionan siempre igual, independientemente del contenido que estén procesando.

Es dominante en los estudios sobre cognición social y en lo referente al tratamiento.

Metodológicamente, la psicología social utiliza técnicas de laboratorio basadas en conceptos de psicología cognitiva para estudiar temas de cognición. La mayoría de los resultados que se obtienen provienen de utilizar una VI (fotos, listas de palabras, videos, ...) y estudiar cómo el sujeto codifica esa información: qué es lo que almacena y recuerda, cómo lo percibe haciendo una medición cuantitativa (latencia, tiempo de reacción, ...). Esos resultados son la VD en los experimentos sobre cognición social.

2.2. Perspectiva empirista

El procesamiento de la información se produce de abajo a arriba: las características de la realidad determinan cómo se codifican las ideas acerca de ellas.

En un principio, la psicología social dio mayor vigencia a la perspectiva empirista. A partir de la década de los 80 se hace mayor hincapié en la postura constructivista.

Ambas posiciones tienen parte de verdad, pero se investiga más a partir de la perspectiva constructivista.

3. FASES EN EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.1. Codificación

Es la interpretación y organización de la nueva información que se percibe a partir de los esquemas que tenemos. Es la fase en la que se codifican los estímulos que se perciben, se les da una etiqueta, un primer código, de acuerdo a los antiguos esquemas.

Tiene dos momentos: percepción y primera comprensión de la información.

3.2. Archivado

Fase de memorización y almacenamiento de esa información, de forma que se pueda recuperar. Es difícil en la práctica diferenciar la codificación del archivado. Se producen de forma paralela, simultáneamente.

3.3. Recuperación

Si hemos codificado los estímulos y los hemos archivado de manera consciente, utilizando la atención y la memoria, el proceso de recuperación también se produce de forma automática.

3.4. Juicio

Define cómo las personas comprenden las implicaciones y las relaciones que se pueden establecer entre las

distintas informaciones que han sido previamente clasificadas, archivadas y se pueden recuperar, y cómo utilizan esta información para realizar juicios.

Es la fase en la que las personas activan a la vez diferentes esquemas de información que antes han sido archivados para poder emitir juicios. Propiamente se llama inferencia social o atribución.

3.5. Decisión

Es la fase en la que las personas van más allá de emitir juicios y utilizan la información como guía de su conducta. Fase que nos permite actuar con referencia a la información que hemos codificado y almacenado y que nos permite decidir.

No siempre que se produce procesamiento de la información se dan las 5 fases. Propiamente, la cognición social correspondería a las fases 1b, 2 y 3, porque la fase 4 sería inferencia social, y la fase 5 actitudes.

4. ESTRUCTURAS Y CONCEPTOS DE LA MEMORIA

La memoria es la capacidad mental que permite que se produzcan las fases 1, 2 y 3. Las teorías cognitivistas definen la memoria como un código mental, como una red asociativa que es capaz de realizar procesos de activación y de recuerdo de la información almacenada.

La memoria es comparable con un almacén de información dividido en tres partes: MS, MCP y MLP.

La MLP es el lugar donde se clasifica toda la información que posee un sujeto, mientras que la MCP tiene dos funciones:

- Cambia el formato de la información para utilizar formatos almacenables.
- Activa la información que hay en la MLP.

La mayor parte de los estudios que han abordado el proceso de la memoria diferencian 4 tipos de memoria fundamentales dentro de la MLP

4.1. Tipos de memoria

4.1.1. Memoria semántica

Es el almacén de información o de representaciones, de conceptos, contenidos generales, sin referencias temporales y que poseen una gran estabilidad y en los cuales influye muy escasamente el contexto en que se produzca la recuperación.

4.1.2. Memoria episódica

En oposición a la memoria semántica, ésta almacena representaciones de hechos particulares, datos contextuales, de información que tiene referencias espacio – temporales, hechos, acontecimientos y episodios con referencia a uno mismo. Es un almacén de hechos puntuales. Son representaciones más flexibles y muy sensibles a las variaciones del contexto de recuperación.

La memoria semántica y la episódica tienen una característica común importante: sus contenidos son verbalizables (se pueden comunicar fácilmente) y tienen un contenido bastante permanente. La diferencia es cuál es ese contenido:

- En la memoria semántica el contenido son conceptos. Nos sirve para aplicarlo a otra información.
- En la memoria episódica el contenido son hechos y episodios. La generalización es más difícil.

4.1.3. Memoria procedimental

Lo que se almacena en ella son capacidades (perceptivas, cognitivas, motrices,...). Se diferencia de la semántica y de la episódica en que sus contenidos no son verbalizables.

Los contenidos procedimentales que se almacenan están fuertemente automatizados y normalmente no se pueden controlar de manera intencional. Son contenidos que se activan de forma automática.

4.1.4. Memoria autobiográfica

Contiene contenidos de todo tipo: tanto conceptos como eventos o acontecimientos como procedimentales, pero siempre con referencia al yo.

Es un almacén en el que encontramos todo tipo de contenidos referidos al yo.

4.2. Formatos de memoria

Se trata de formas de almacenamiento dentro de los distintos almacenes. Existen tres formas de representación de los contenidos que percibimos de la realidad: tres formas de aprehensión de la realidad.

4.2.1. Representaciones proposicionales

Estructuras predicativas características del lenguaje (conceptos, abstracciones). Se muestran o se almacenan los contenidos de la realidad, pero en la forma en que están representados por el lenguaje, con el nombre que a esa información percibida se le da en el lenguaje. Da la posibilidad de verbalización.

Este formato aparece tanto en la memoria semántica como en la episódica.

4.2.2. Representaciones de imágenes

A través de las imágenes se guardan contenidos con referencias espacio – temporales obtenidas a través de la percepción visual. Es un almacenamiento en el que tenemos los contenidos de las imágenes con etiquetas.

Es más común en la memoria episódica.

4.2.3. Representaciones ligadas a la ejecución de acciones

Se trata de relaciones sensorio – motrices, pero en las que se produce encadenamiento entre las diferentes acciones sucesivas espacio – temporales.

Es una forma de almacenamiento de la información privilegiada de la memoria procedimental.

Normalmente lo que se producen son formas mixtas, que ponen en juego las diferentes formas de almacenar la información. Aunque para recordar hay que hacer referencia a los tres modos de almacenar la información.

La mayor parte de los estudios de psicología social abordan el estudio de las representaciones proposicionales porque parece ser que la aprehensión de la realidad social se realiza produciendo representaciones fundamentalmente proposicionales. Tendemos a etiquetar nuestras relaciones interpersonales

Una vez que tenemos los distintos almacenes, cómo se produce la cognición social.

4.3. Modelos explicativos de funcionamiento

(Modelos de redes asociativas de la memoria)

La memoria es una red cuyos nudos representan contenidos de información (conceptos, hechos, imágenes). Pero estos nudos están relacionados entre sí. Este es el modelo explicativo del funcionamiento de la memoria más aceptado en estos momentos. Sus características son:

- La memoria es asociativa: se forma por la creación de asociaciones entre atributos; hay pocos contenidos en la memoria que no tengan relación con otros contenidos. Los que aparecen aislados tienden a olvidarse más fácilmente. Los nodos con mayor número de relaciones serían los más fáciles de recuperar.
- Las relaciones que existen entre la información contenida en la memoria siempre son direccionales. Si el sujeto ha aprendido un contenido con referencia a otro contenido, será más fácil que pueda recordarlo siguiendo la misma dirección. El sujeto recuerda cómo lo aprendió: la dirección que siguió. Para contrarrestar esta direccionalidad tienen que detectarse gran cantidad de información que la contradiga.
- La mayor parte de las redes proposicionales están etiquetadas. El almacenamiento necesita una etiqueta de la red. Esto tiene una conclusión educativa: la etiqueta garantiza una mayor capacidad del sujeto para almacenar información.
- El recuerdo de los contenidos almacenados hace que estos permanezcan durante más tiempo en la memoria y estén mejor almacenados. La consecuencia educativa es que cuando activamos varias veces un contenido de información, habrá más garantías de que se almacenará mejor y durante más tiempo.

Hasta ahora sólo se han estudiado en profundidad las funciones de la memoria que actúan con conceptos, de ahí que el modelo explicativo sea el de redes proposicionales.

4.4. Contenidos y organización de la memoria social

Los tres tipos de contenidos que se producen al procesar información social son:

4.4.1. Rasgos de personalidad

Se almacenan en formatos proposicionales. Los estudios que más impacto causan sobre la percepción social son los de extroversión – introversión; agradable – desagradable, concienzudo – descuidado, nivel intelectual y estabilidad emocional.

Los rasgos de personalidad que mejor conocemos que han sido codificados y almacenados son los anteriores. Se almacenan y recuperan siguiendo una distribución gradual, situados en una escala bipolar que hace referencia a dos dimensiones:

- Deseabilidad social.
- Competencia o capacitación.

4.4.2. Apariencia física

Se almacenan en formatos de imagen. Son los contenidos que parece que mayor impacto causan. Sin embargo, no se pueden determinar contenidos que universalmente tengan impacto sobre el procesamiento de

la percepción de personas en la memoria.

Cuando se pide a una persona que recuerde los rasgos relacionados con su apariencia física, habrá tantos rasgos como personas diferentes, ya que esto tiene mucho que ver con educación, cultura, sexo y edad.

Cuando una persona ha percibido a otra como más atractiva físicamente, el procesamiento que produce de esa persona le permite recordarla más fácilmente y durante más tiempo. Los rasgos de apariencia física tiene un gran impacto sobre el procesamiento de la información y sobre la capacidad de la persona para recordar esa información.

Hay un consenso (en occidente) de que los rasgos físicos más atractivos, y que por tanto guían cómo un sujeto almacena y recupera la información sobre el atractivo, son el mesomorfo y musculoso para el sexo masculino y el ectomorfo moderado para el sexo femenino.

En la expresión facial, los rasgos infantiles como ojos grandes y nariz y mentón pequeños son los más valorados.

4.4.3. Conductas

Se almacenan en formatos de imagen y proposicionales. Cuando percibimos una conducta, si la procesamos, no procesamos propiamente la conducta sino rasgos de personalidad asociados a ella (etiquetas). Es raro que almacenemos en la memoria conductas tal cual las hemos percibidos, sin etiquetarlas a través de un rasgo de personalidad del sujeto que las realiza. Las conductas particulares se olvidan con facilidad.

Conservamos imágenes de las acciones y las etiquetamos. Convertimos las conductas en rasgos de personalidad.

Los contenidos de la memoria social presentan variabilidad transcultural. Aquí nos hemos referido a contenidos propios de sujetos occidentales.

Los contenidos de la memoria social tienden a guardarse en un formato proposicional y abstracto, incluso en el caso de la apariencia física.

Proceso general seguido por una persona desde que percibe información hasta que la evoca (proceso de memorización de contenido social)

Cuando percibimos a una persona, de forma involuntaria se produce un proceso de categorización. En un primer momento se hace según categorías de sexo, edad, ocupación, raza, rol, ...

Si atrae nuestra atención o se va a interactuar con ella, se produce un proceso de adición de atributos. Existe una tendencia difícil de evitar a confirmar la categorización inicial. Sólo se evita si hay acumulación evidente de datos en contra.

Este proceso se repiten en la aprehensión – codificación de la impresión: categorización, confirmación / desconfirmación, con tendencia a confirmar la categorización inicial.

5. FORMAS DE REPRESENTACIÓN DE PAQUETES DE CONOCIMIENTO SOCIAL

Los núcleos de contenido con los que conocemos han sido llamados esquemas y prototipos.

- Esquemas: agrupamientos de contenidos muy rígidos y difíciles de modificar.
- Prototipos: agrupamientos de contenidos más difusos y flexibles.

En ningún caso esquemas o prototipos tienen alguna carga negativa. Son paquetes de información.

Los paquetes de conocimiento social son una simplificación de la información para poder manejarla de manera más rápida.

5.1. Secuencia

Las personas tendemos a conocer a otras personas a través de categorías, organizando nuestro conocimiento social por categorías que se establecen en torno a un criterio. La categorización es el concepto que orienta lo que se ha estudiado en psicología social sobre cognición.

Las fases que requiere una persona para reconocer y procesar el conocimiento social son:

- Propiamente perceptiva: tras la percepción siempre se produce un proceso automático de categorización en función de un criterio.
- Si ese grupo o persona llama nuestra atención, la atención va a buscar los factores que tiendan a confirmar la categoría que el sujeto tiene de esa persona o grupo.
- Cuando es posible confirmar la categoría inicial, el contenido social ya se ha producido: guardaremos en nuestra memoria esa categoría como representativa de ese grupo. Esta categoría inicial guiará el proceso de archivo de la información y de recuerdo.
- Cuando los atributos no confirman nuestra categoría inicial, las personas volvemos a empezar con el proceso de recategorización. Intentamos buscar categorías alternativas, y el proceso se va repitiendo hasta que encontremos una categorización de los estímulos.

En la actualidad, este proceso de categorización social viene definido por los prototipos y por los esquemas. Son conceptos que la psicología social utiliza para definir estructuras de conocimiento, unidades de conocimiento acerca de los contenidos sociales.

Estas estructuras mentales se justifican porque los prototipos y los esquemas tienen funciones muy importantes. Estas funciones son:

- Ordenar la información social que recibimos.
- Simplificar la gran cantidad y profusión de estímulos externos que recibimos y superar la mera percepción.

Aunque esquemas y prototipos son formas de representación y utilización del conocimiento social, podemos distinguirlos porque los prototipos son formas más difusas, mientras que los esquemas son más concretos.

5.2. Prototipos

5.2.1. Prototipos:

Son conjuntos de rasgos o atributos generalmente asociados a los miembros de una categoría social. Los rasgos de estos prototipos no son necesarios ni suficientes para definir la pertenencia a esa categoría. Los rasgos no definen totalmente al protipo, ya que hacemos moldes con los atributos de las personas, pero se van modificando y ampliando.

Por ejemplo, para definir lo que es una mujer y lo que es un hombre, tenemos un conocimiento definido por una serie de rasgos, pero estos rasgos no definen la totalidad del prototipo.

Los prototipos marcan rasgos generalmente asociados a esa categoría, pero no se tienen que percibir todos. Es como un cierto aire de parecido.

Normalmente formamos las diferentes categorías inconscientemente, automáticamente, y en general a partir de experiencias repetidas. Estas categorías, además se forman en función de la ocurrencia real de esos rasgos. Los prototipos, normalmente no son inventados, sino que la realidad social comparte una serie de rasgos similares.

Un estereotipo es una forma de conocimiento social marcado por los prototipos sociales.

5.2.2. Contenido de los prototipos:

Hay dos posturas diferentes acerca de este contenido:

- Según una postura, el contenido sería abstracto, y contendría los atributos que poseen la media de las personas que podemos incluir en esa categoría. Por ejemplo, el prototipo mujer contendría los atributos que parece ser que representan a la media de las mujeres, no a una mujer en concreto.
- Ejemplares: el contenido de las diferentes categorías sería una acumulación de rasgos específicos. En este caso, el prototipo mujer estaría formado por las mujeres que conozco concretamente.

Cada una de estas dos perspectivas tiene su parte de razón, pero la segunda es la que mejor explica el fenómeno, por ejemplo, cómo las categorías no son construcciones estables, sino que se van modificando con la experiencia, y cómo varía la información de los prototipos.

El contenido de los prototipos está configurado por una etiqueta verbal, por atributos abstraídos y por ejemplos concretos y conocidos. Es una mezcla de abstracción y de concreción.

5.2.3. Jerarquía en el contenido

No todo el contenido prototípico que tenemos está procesado de la misma manera, sino que parece que está guardado de manera ordenada. Habría distintos niveles de conceptos dentro del contenido total de un prototipo.

Estas ordenaciones de información dentro de un prototipo pueden abordarse de dos formas:

- Estudiando cómo los contenidos siguen una ordenación vertical: según esta forma existen tres niveles conceptuales en el conocimiento social:
 - Básico: por ejemplo el prototipo hombre – mujer.
 - Intermedio: tiene mayor profundidad, por ejemplo hombre – mujer en función de un criterio como la edad.
 - Subordinado: es el más concreto. Añade más criterios, como por ejemplo el tipo de profesión.

Según el grado de conocimiento que tuviésemos se pondría en marcha un nivel u otro. Cada uno de ellos marcará más atribuciones posteriores y diferencias en nuestra actuación.

Según esta forma las categorías prototípicas tienen distinto nivel de profundización, y cada una de ellas aporta mayor o menor contenidos de información.

- Estudiando cómo los contenidos siguen una ordenación horizontal: según esta forma existe una diferencia de jerarquía en el contenido de los prototipos: unos son más centrales y más típicos que otros más periféricos. Por ejemplo, existirían abstracciones de las categorías que tienen un contenido más central y típico y otros atributos serían más periféricos.

El hecho de percibir atributos más centrales tiene muchas repercusiones y relaciones con la eficacia con la cual se produce el recuerdo, el juicio y la acción.

Las dos formas de explicar el orden de los contenidos prototípicos no son excluyentes, y se puede aceptar que hay una jerarquía vertical y otra horizontal en los contenidos.

5.2.4. Matizaciones

La cultura, la educación, el sexo, la densidad de roles, los contextos y las experiencias anteriores son factores que nos diferencian en cómo usamos y formamos los prototipos.

- El contexto, la situación provoca cambios a la hora de asignar un prototipo u otro. Ante los mismos estímulos, y en función de que el contexto de la situación sea uno u otro se produce la asignación de un prototipo u otro.
- La cantidad de experiencia que una persona tenga sobre el conocimiento social también modifica la capacidad de utilizar categorías para conocer. Cuantos más contactos sociales tiene una persona, la capacidad para conocer de manera prototípica es mayor.
- La cultura: hay teorías implícitas que actúan sobre nuestro conocimiento y que están aceptadas culturalmente. La cultura tiene influencia sobre el contenido de los prototipos.
- Madurez social: el desarrollo de las personas no sólo produce una madurez evolutiva, sino también una madurez social. Las categorías que utilizamos, inicialmente están basadas en categorías concretas, pero cada vez hay una tendencia más grande para conocer por categorías más abstractas.

5.3. Esquemas

Los esquemas son estructuras de conocimiento que reúnen conceptos, categorías y relaciones entre ellos en conjuntos de bloques basados en la experiencia social, pero con un carácter más concreto, más cerrado y más complejo, porque se trata de esquemas que representan información social, pero información reconstruida y reorganizada.

Son bloques de conocimiento que incluyen rasgos, atributos sociales, pero además incluyen también rasgos de percepción de personas. Su información es más compleja y concreta. Serían teorías implícitas sobre el mundo social.

Los esquemas son como las teorías que tenemos sobre los temas, y los prototipos las herramientas.

5.3.1. Características

- Son unidades de información social pero también aportan información sobre la relación entre estas unidades. Contienen atributos, reacciones, emociones, causalidad y relación entre los atributos. En ellos existe gran cantidad de información.
- El contenido de estos esquemas es a la vez general y específico: contiene tanto la abstracción de lo que percibimos como episodios concretos.
- Estos paquetes de información permiten dar un sentido personal a las percepciones sociales que percibimos del exterior.
- Estas estructuras cognitivas influyen en todas las fases del procesamiento de la información, en el recuerdo, la actuación, ...
- Aunque los vemos como unidades de conocimiento, también se pueden estudiar como directrices de actuación.

5.3.2. Tipos de esquemas

- Esquemas del yo y de personas.
- Esquemas de roles y de grupos sociales.
- Esquemas de sucesos y de resolución de problemas.

Esquema del yo (autoesquema)

Es la organización del conocimiento preexistente sobre uno mismo en una serie de áreas. Se basa en experiencias pasadas, se configura a partir de la experiencia que uno tiene sobre sí mismo, pero también a través de la comparación de uno mismo con los demás.

Nos permiten tener mayor comprensión de los estímulos informativos de uno mismo, y dotarles significado. Tienen características similares a los esquemas de otras personas, pero tienen ciertas peculiaridades.

- El conocimiento en esquema de uno mismo, almacenado en la memoria, normalmente es más accesible que el conocimiento que se tiene sobre los demás.
- Los esquemas del yo son más complejos que los esquemas de otras personas.
- Están más cargados de contenidos afectivos.
- Normalmente, el conocimiento de estos esquemas se representa de manera más verbal que visual.

Esquemas de personas

Nos sirven para definir bloques de conocimiento sobre rasgos, motivos, características de determinados tipos de persona. A una persona se la almacena en un esquema cuando guarda ciertas características similares con el conjunto del esquema.

Un ejemplo serían los esquemas con contenido mental que me permiten clasificar a una persona como introvertida o extrovertida.

Cuando una persona ha sido categorizada a través de un esquema, el recuerdo que se tiene de ella le añade rasgos asociados al esquema en que se ha clasificado, aunque en realidad esa persona no haya exhibido ese rasgo.

Aquellos rasgos que confirman el esquema son más fácilmente recordados y procesados.

Esquemas de rol y de procesos sociales

Tienen las mismas características. Son bloques de conocimiento que organizan la información que tenemos sobre normas y conductas asociadas, en el primer caso a una posición profesional de rol, y en el segundo a una posición social.

Aglutinan diferente información, con esquemas independientes.

Estos esquemas están muy influidos por la cultura. Son estructuras mentales aprendidas por la persona. El contenido de los grupos sociales es diferente en una persona según la sociedad en que le haya tocado vivir.

Ambos influyen en el procesamiento de la información acerca de las otras personas. Una vez que a una persona se la ha percibido como perteneciente a un esquema de rol, se le atribuyen características de ese esquema aunque no las tenga. Hay mayor recuerdo de la información consistente con nuestro esquema.

Esquemas de sucesos

Bloques de conocimiento que organizan información sobre coordenadas espacio – temporales de interacción social. Ofrecen información tipificada o esquematizada sobre el comportamiento social en determinados contextos. Permiten diferenciar cuál es el comportamiento social según el contexto. Acumulan información sobre el proceso más típico.

Esquemas de resolución de problemas

Son esquemas genéricos, libres de contenido específico, pero que estructuran el conocimiento sobre los procedimientos que son útiles para afrontar y resolver nuestros problemas.

Son bloques de conocimiento que permiten afrontar atribuciones de causalidad automáticamente.

TEMA 7: PROCESOS DE ATRIBUCIÓN SOCIAL

Kelley fue el primero que estudió empíricamente los procesos de atribución social, según la interpretación que ambos miembros de una pareja hacían de acontecimientos conflictivos.

Los procesos atribucionales son aquellos procesos por los que intentamos atribuir causa a los acontecimientos que vivimos, tanto cuando los realizamos nosotros, como cuando los realizan otros. Por ejemplo, si una de las partes de la pareja abandona la práctica deportiva, el actor puede atribuirlo a falta de tiempo, y su pareja atribuirlo a pereza.

Una atribución es una creencia que todos tenemos acerca de las causas de ocurrencia de los sucesos. Las diferentes teorías explicativas no se contradicen sino que se complementan.

1. HEIDER: LA PSICOLOGÍA INGENUA DE LA ACCIÓN

Heider afirma que el proceso de atribución comienza desde la observación de una conducta, y finaliza cuando el observador cree haber encontrado la causa que la produjo. Esta tendencia a atribuir causas a las conductas es universal. Puede haber dos tipos de causas:

- Personal o interna (pereza)
- Ambiental o externa (falta de tiempo)

Dentro de los factores personales hay dos tipos de atribuciones:

- Poder, capacidad personal.
- Motivación, esfuerzo.

En psicología social se divide la motivación en:

- Intención: no realiza el esfuerzo necesario.
- Eserción: no lo intenta.

Distinguimos dos tipos de factores ambientales no sociales:

- Dificultad de la tarea.
- Azar.

Pero puede haber factores ambientales sociales como los requerimientos y órdenes de otros (prescripción médica) o la intervención de los valores impuestos por otros.

Heider explica la atribución combinando estos factores. Conociéndolos, casi podemos saber cómo se realizan las atribuciones. Por ejemplo, a mayor habilidad atribuimos menor esfuerzo.

Existe una tendencia generalizada a atribuir las causas de las conductas a factores internos. El error fundamental de atribución consiste en exagerar esta tendencia.

Heider se interesó por la medida o el grado en que el sujeto es responsable de la ausencia o presencia de una conducta: cuanto mayor sea la fuerza del elemento ambiental, menor será la responsabilidad de la persona en la acción.

2. JONES Y DAVIS: LA TEORÍA DE LAS INFERENCIAS CORRESPONDIENTES

Cuando realizamos atribuciones de causalidad internas estamos tratando de predecir la conducta. Cuando inferimos una disposición o característica personal del sujeto a partir de una conducta observada (generalización a partir de una acción) estamos realizando una inferencia correspondiente.

2.1. Inferencias correspondientes

Las inferencias correspondientes son atribuciones que infieren directamente la disposición o características personales del sujeto a partir de la conducta observada. Da muy poca importancia a la fuerza ambiental.

2.1.1. Factores

Para que se produzcan son necesarios tres factores:

- Intención
- Efectos de la acción
- Expectativas.

Intención

Condición previa para que se dé una inferencia correspondiente, porque si el sujeto realiza una condición de forma no intencional, esta conducta no podrá atribuirse a sus características personales, y por tanto no podría hacerse una inferencia correspondiente. Si percibimos intencionalidad tenderemos a pensar que la conducta es interna (resultado de las características personales del sujeto), no circunstancial.

Efectos de la acción

La mayor parte de las acciones ocasionan efectos en el entorno. Estos efectos son evaluados en función de por qué actividad se sustituye la actividad objetivo. Una nueva actividad tiene efectos comunes (compartidos por los distintos actos) y no comunes con la anterior.

Cuanto más efectos comunes haya, menor probabilidad de que se efectúe una inferencia correspondiente. Cuanto menos efectos comunes haya, mayor probabilidad de que se haga una inferencia correspondiente.

Expectativas

Se trata de expectativas sobre el sujeto que se evalúa. Al evaluar comportamientos disponemos de prototipos y esquemas. Cuanta mayor es la desconfirmación de los esquemas más aumenta la probabilidad de efectuar una inferencia correspondiente. Si el sujeto se adapta a los esquemas, menor probabilidad de que se haga una inferencia correspondiente.

Si los efectos comunes son abundantes y las expectativas se confirman, la probabilidad de una inferencia correspondiente es pequeña o nula. Sin embargo hay excepciones como las provocadas por razones afectivas.

2.1.2. Relevancia hedónica

Hace referencia a las razones afectivas. Cuando la conducta del actor tiene consecuencias que afectan de forma positiva o negativa a las personas que realizan la atribución (observadores), decimos que existe relevancia hedónica, y es ésta la que hace que aumente la posibilidad de que se realicen inferencias correspondientes.

Si los acontecimientos nos son indiferentes, las inferencias correspondientes funcionan según los factores de intención, efectos comunes y expectativas. Pero si nos afectan, necesitamos un responsable personal.

3. KELLEY: EL MODELO DE COVARIACIÓN Y DE LOS ESQUEMAS CAUSALES

Kelley aborda con más profundidad los procesos atributivos. En 1967 estudió los procesos atributivos desde una perspectiva más amplia, fijándose en el problema de la validez atributiva: cómo deciden las personas que sus impresiones sobre un objeto son correctas.

La mayor parte de las veces no sólo atribuimos causas a los sucesos, sino que necesitamos validar la certeza de esas atribuciones. En el caso de comportamientos se usa información social: consenso, distintividad y consistencia son las tres vías de información utilizada para validar nuestras atribuciones.

3.1. Tipos de información

A la hora de realizar atribuciones, el actor y el observador pueden manejar tres tipos de información:

- Consenso: el observador cree que existe consenso cuando todos o la mayor parte de las personas responden al estímulo o la situación de igual forma que la persona observada. Hablamos de consenso alto cuando la mayoría de las personas responde igual que el sujeto observado.
- Distintividad: la persona observada responde de forma distinta a otros objetos o entidades similares. Hablamos de alta distintividad cuando la respuesta dada sólo se da ante un objeto en concreto.
- Consistencia: la persona siempre responde de forma igual o parecida al estímulo o situación.

El modelo de covariación, por tanto afirma que los sujetos, para formar sus principios atributivos examinan cómo covarían entre sí los distintos elementos de información de que disponen. Combinando estos tres tipos de información se llega a distintas atribuciones:

- Consenso alto, distintividad alta, consistencia alta: lo atribuimos a las características de la actividad.
- Consenso bajo, distintividad baja, consistencia alta: lo atribuimos al sujeto.
- Consenso bajo, distintividad alta, consistencia baja: lo atribuimos a las circunstancias.

La limitación de este modelo es que sólo permite la elaboración de juicios atributivos cuando se dan todos los elementos de información especificados.

3.2. Esquemas causales

Los esquemas causales son preconcepciones acerca de qué causas van asociadas con qué efectos. Los más estudiados han sido el esquema de causas suficientes múltiples y el de causas necesarias múltiples.

3.2.1. Esquema de las causas suficientes múltiples (CSM)

Se aplica cuando el efecto a explicar o la condición observada puede obedecer a causas distintas, causas que están presentes 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.

Parece ser que disponemos de esquemas personales y subjetivos para solucionar estas situaciones. Se han determinado dos principios de funcionamiento:

- Principio atributivo de desestimación: Cuando aparecen muchas causas simultáneas, la valoración disminuye: se quita importancia a cada causa. Se atribuye menos importancia a una causa cuando hay otras causas posibles del efecto o conducta a explicar.
- Principio atributivo de aumento: opera cuando coinciden causas facilitadoras e inhibidoras. Es la tendencia a estimar como más probables aquellas causas que han vencido factores inhibidores de ocurrencia.

3.2.2. Esquema de las causas necesarias múltiples (CNM)

Las causas deben actuar conjuntamente para que aparezca determinado acontecimiento. Funcionan los mismos principios atributivos que en los esquemas de CSM.

4. JONES Y NISBETT: DIFERENCIAS ACTOR – OBSERVADOR

Son más prácticos: estudian las diferentes formas de interpretación ante una misma conducta. Afirman que las heteroatribuciones (atribuciones que vienen de fuera) tienden a ser internas, y las autoatribuciones (interpretaciones del mismo actor de la conducta) tienden a ser externas.

Hay diferencias significativas entre la percepción de una atribución hecha por el actor y por un observador. El que observa atribuye la conducta del actor a las características personales de éste y el actor explica esa conducta refiriéndose a las características de la situación.

Jones y Nisbett desarrollaron una teoría con factores informativos, perceptivos y emocionales que explican esas diferencias:

4.1. Factores informativos

Destacan que el observador desconoce si la condición que ha observado en el actor es representativa o habitual o si se trata de una excepción.

En cambio el actor sí que conoce si ha reaccionado de forma igual o diferente a como lo hizo en situaciones similares en el pasado en situaciones similares. Será el que mejor adecue la atribución.

4.2. Factores perceptivos

Para el actor que realiza la conducta lo importante es la situación que la genera, puesto que debe enfrentarse a esa situación.

Al observador, le atrae, no la situación, sino la conducta en sí misma.

4.3. Factores motivacionales

Es más fácil que el actor haga atribuciones externas, porque esto le permite eludir la responsabilidad de su conducta conservando su autoestima, y que el observador haga atribuciones internas, puesto que busca responsables.

Se comprobó en un estudio que cuando la conducta era positiva, el actor tendía a hacer atribuciones internas, mientras que si era negativa, las atribuciones eran externas.

5. FUNCIONES DE LOS PROCESOS ATRIBUTIVOS

- Control y predicción
- Autoestima: se manifiesta en los sesgos egocéntricos (un sesgo es un juicio atributivo que distorsiona sistemáticamente y por exceso o defecto en el uso de procedimientos atributivos correctos).
- Presentación del yo: no es frecuente, pero tiene importancia cuando mediante la comunicación de la atribución a otras personas se consigue su aprobación o se evitan situaciones embarazosas.

6. ERRORES Y SESGOS ATRIBUCIONALES

Cuando percibimos una determinada condición, ésta se puede interpretar de diversas maneras. Hay mecanismos que permiten detectar la interpretación errónea de una conducta. Otras veces no están sencillo porque no disponemos de criterios para establecer que los juicios sean erróneos. (sesgos de interpretación).

6.1. Definición

Un sesgo es una distorsión más o menos sistemática a la hora de elaborar una atribución acerca de una conducta. Una distorsión por abuso o desuso en el proceso atributivo.

Las personas, al observar el comportamiento de otros, buscamos el conocimiento lo más exacto posible de las causas de dichos comportamientos. No nos conformamos con un conocimiento informativo, sino que queremos profundizar hasta las causas.

Esta búsqueda presenta desviaciones, errores, distorsiones, que son lo que denominamos errores o sesgos atributivos.

Podemos dar varias explicaciones:

Dificultades de funcionamiento cognitivo formal (lógico). El proceso de análisis de la información no es perfecto. Se ha investigado en qué fases del proceso de la información se produce la dificultad. Otros psicólogos opinan que la cognición social está determinada no sólo por procesos cognitivos, sino también por factores psicológicos personales y motivacionales.

También hay quien piensa que existen sesgos perceptivos o errores de atribución aceptados socioculturalmente.

Es evidente que hay errores de tipo causal en las personas. Pueden estar motivados por algún error de la lógica formal de procesamiento y por factores motivacionales personales y socioculturales.

6.2. Algunos errores y sesgos

Denominamos sesgo a la distorsión por abuso o desuso de algún proceso atributivo concreto.

6.2.1. Tendencias confirmatorias

Cuando las personas tienen que emitir un juicio causal acerca de acontecimientos, existe una tendencia generalizada a seleccionar aquella información que confirme hipótesis o ideas preconcebidas que ya tenía.

Lo que buscamos es confirmar esquemas causales que ya teníamos acerca de las causas de ese comportamiento. Esta tendencia ha quedado confirmado en gran cantidad de experiencias, y también que cuando atribuimos causas siguiendo esquemas que ya teníamos, esta información se recuerda mejor: es mejor almacenada.

6.2.2. Tendencia egocéntrica de atribución

Tendencia de las personas a sobrevalorar la contribución propia respecto a las contribuciones de los demás. Es una tendencia a atribuirse más responsabilidad en resultados obtenidos conjuntamente.

En tareas de recuerdo, las personas recuerdan mejor la contribución realizada por ellos mismos que la realizada por otras personas. Esta sobrevaloración, a veces es desmesurada.

Explicaciones

- Economía cognitiva: resulta más fácil para un sujeto codificar, analizar y recuperar la información referida a uno mismo que la referida a los demás.
- Factores motivacionales: es necesario para la propia autoestima y para la propia valoración de uno mismo el detectar contribuciones propias.

6.2.3. Error fundamental de atribución

Supone sobrestimar la importancia de los factores disposicionales o personales y subestimar la importancia de factores situacionales o ambientales. Tendencia a ver un comportamiento como dependiente de factores personales.

Explicaciones

- De tipo cognitivo: cuando una persona percibe conductas se produce un proceso automático. No se perciben conductas, sino tipos de persona. Existe una tendencia a atribuir causas personales a las conductas, no teniendo en cuenta los factores situacionales. Cuando existe una sobrecarga de trabajo cognitivo esto se hará automáticamente.
- La atribución de causas se encuentra mediatizada por factores ideológico – culturales. No se manifiesta igual en todas las culturas. Es más típico en el área occidental. Hay sociedades y culturas que tienden a subrayar el papel de la autoconfianza y la autorresponsabilidad. Esta tendencia es menos pronunciada en sociedades menos individualistas.

6.2.4. Falso consenso

Se refiere a la tendencia en la atribución de los sujetos a sobreestimar la medida en que las expectativas o juicios son compartidos por otras personas. Es una tendencia a considerar que las causas a las que se atribuye un comportamiento no sólo las piensa uno, sino que son compartidas por otras muchas personas.

Explicación

En la vida cotidiana las personas tienden a interactuar con personas con ideas y cultura similares, por lo que existe una tendencia cognitiva a generalizar este consenso con la población general.

Existen contextos y situaciones que favorecen la aparición de este tipo de sesgo en la atribución. Estas situaciones son situaciones amenazantes, situaciones de minorías, temas relevantes para los sujetos. En estas situaciones se estimula la posibilidad de que cometamos el error de pensar que es una atribución compartida por el resto de las personas.

6.2.5. Algunos sesgos atribucionales en contextos intergrupales

Una conducta es intergrupal cuando se da una relación entre dos o más grupos. Cuando una persona actúa con otras, esa relación está mediatizada por su pertenencia a un grupo, y hay tendencia a que se produzcan sesgos atribucionales:

6.2.5.1. Error de atribución último:

Tendencia en las personas a explicar las conductas positivas realizadas por miembros de su propio grupo en función de causas personales. Uno se atribuye la causa del propio resultado positivo. Si los resultados son negativos, existe una tendencia a atribuir la causa a factores de situación.

Esta tendencia se invierte cuando se está atribuyendo causas un miembro perteneciente a un grupo diferente del propio: los resultados positivos tenderán a ser atribuidos a factores situacionales, y los resultados negativos a factores personales.

6.2.5.2. Personalismo vicario:

Error fundamentalmente cometido en contextos intergrupales. Consiste en que existe una tendencia en los sujetos a considerar que las conductas realizadas por los miembros de otros grupos están causadas de manera intencional hacia uno mismo o hacia el grupo a que uno pertenece.

6.3. Estilos atribucionales

No sólo existen errores de manera esporádica. También se puede dar una forma habitual de proceder a la hora de hacer atribuciones. Entonces hablamos de estilos atribucionales patológicos.

Un estilo atribucional es una forma habitual de responder a cuestiones de causalidad de los acontecimientos. Cuando este estilo está habitualmente sesgado y es un rasgo característico de la persona, hablamos de estilos atribucionales patológicos.

Hay dos estilos atribucionales que han recibido especial atención:

6.3.1. Estilo egótico o ego – protector

Consiste en una forma habitual de proceder a la hora de atribuir causas que tiende a atribuir a la propia persona los buenos resultados de las conductas, y sin embargo atribuye los malos resultados a factores externos.

Es una tendencia habitual a negar la responsabilidad de los resultados cuando son negativos y a asumirla cuando son positivos.

Esta tendencia es, en principio, funcional. Es un estilo atribucional que permite a las personas mantener niveles adecuados de autoestima, y muy relacionado con una adecuada salud mental. Por lo tanto, en principio, es una tendencia positiva. Acompaña a problemas de socialización, ya que daña la imagen social pero conserva sana la salud psíquica. Las personas con este estilo atribucional suelen tener problemas para mantener contactos sociales.

El desarrollo de un estilo atribucional más o menos egótico depende de:

- la necesidad de mantener niveles elevados de autoestima
- la búsqueda de aprobación social
- otras explicaciones

Los estudios muestran que este estilo se presenta de manera más fuerte en culturas individualistas – occidentales que en culturas orientales más colectivistas, debido a que en nuestra cultura existe un mayor énfasis en subrayar la confianza en uno mismo.

Este patrón atribucional está desviado en enfermedades como la depresión o problemas de socialización como la timidez. En ciertas enfermedades el tratamiento cognitivo para cambiar los estilos atribucionales tiene tanta importancia como el farmacológico.

6.3.2. Estilo insidioso (Seligman)

Seligman plantea que las personas para emitir atribuciones de causalidad utilizamos cuatro dimensiones:

- Interior / exterior.
- Estabilidad / inestabilidad.
- Globalidad /especificidad.
- Internalidad /externalidad.

Interior / exterior

Se refiere a si la causa está dentro – fuera del sujeto.

Estabilidad / inestabilidad

Hace referencia a si la causa que produce determinados efectos es o no persistente en el tiempo. Si es persistente se considera estable. Si no lo es, se considera inestable. Si atribuimos los fracasos a efectos persistentes, tendremos problemas crónicos.

Globalidad / especificidad

Percibir o atribuir que si una causas produce determinadas consecuencias, esta causa puede afectar a muchas situaciones diferentes. Se atribuye una causa y se generaliza a un gran número de acontecimientos.

Internalidad / externalidad

Se refiere a si las personas sitúan la causa por la que ocurren los acontecimientos en uno mismo o en factores externos.

Si una persona presenta una tendencia a atribuir los éxitos a factores externos, específicos e intestables, y atribuir los fracasos a factores internos, globales y estables, tendremos el estilo atribucional propio y típico de los sujetos depresivos.

Estos sujetos presentan déficits a todos los niveles motivacionales, cognitivos, emocionales y disminución de la autoestima. Es el estilo insidioso.

La depresión se trata con un tratamiento farmacológico acompañado de terapia cognitiva para modificar el estilo atribucional.

El estilo insidioso es típico de personas que tienen problemas sociales: timidez, problemas en cuanto a los contextos sociales. Se trata con terapias cognitivas.

Hay patologías de carácter emocional, de carácter cognitivo, de carácter motivacional y de autoestima. Los terapeutas además de trastornos atribucionales buscan estas cuatro patologías.

TEMA 8: INFERENCIA SOCIAL

1. Definición

Proceso de emisión de juicios a partir del cual se va más allá de la información que tenemos disponible porque lo que se pretende es llegar a las conclusiones acerca de los datos, pero que no estén completamente contenidas en los datos.

A través de la inferencia social, por el razonamiento mental vamos más allá de los datos objetivos que ofrece la realidad.

La inferencia social incluye todos los procesos de formación de impresiones y atribuciones. Es el aspecto más globalizador de la cognición social. Además, la inferencia social se considera tanto un proceso como un producto:

- Como proceso: proceso por el cual recogemos información en torno a un tema, combinamos esta información y obtenemos un resultado.
- Como resultado: resultado del proceso anterior.

En este tema veremos la inferencia social como proceso porque es lo que se puede modificar. Si modificamos el proceso modificaremos el producto.

2. Tipos de inferencia social

2.1. Inferencias categoriales

Denominan el proceso que hacemos las personas con información recogida de nuestras categorías mentales a la hora de emitir un juicio. Ocurren cuando las personas:

- Poseemos información acerca de uno o más elementos de una categoría concreta y generalizamos esta información al conjunto de la categoría.
- Asignamos las características de una determinada categoría social a las personas que pertenecen a ella.

Estas inferencias incluyen, por lo tanto, la creación y utilización de prototipos y esquemas.

2.2. Inferencias causales

Juicios que emitimos buscando causa o razón de la persona o el hecho que percibimos. Tienen lugar cuando intentamos buscar razones o causas de un hecho que observamos. Por ejemplo los procesos de atribución.

2.3. Inferencias acerca de las relaciones estructurales

Procesos de procesamiento que hacen juicios en base a la teoría de la consonancia cognoscitiva de Heider:

buscar entre todos los juicios el equilibrio, siempre dependiendo del ambiente y de la motivación personal.

Se trata de llegar a una conclusión que evite el desequilibrio cognitivo.

3. Proceso de inferencia social

En estos tres procesos caben todos los procesos cognitivos estudiados hasta ahora. Se trata del proceso lógico que sigue la mente para emitir un juicio. A lo largo de estas tres fases conseguimos depurar los datos del exterior, procesarlos y obtener conclusiones. Las personas no somos procesadores perfectos de información, por lo que se producen gran cantidad de errores, tenemos limitaciones para realizar inferencias.

En cada etapa se dan errores distintos:

3.1. Recogida de información

Consiste en hacer un sondeo de información pertinente acerca del hecho sobre el que quiero obtener una conclusión. A veces no recogemos toda la información pertinente y tomamos decisiones acerca de cuál es la información más importante o relevante.

Para decidir la información que nos interesa utilizamos expectativas previas, esquemas y prototipos.

Errores en la recogida de información

El error más típico de esta fase es la aplicación de estereotipos (aplicación a una persona individual las características generales del grupo al que pertenece).

También se produce el efecto primacía: recoger información con el sesgo de la prioridad absoluta de la información que aparece en primer lugar.

Es más probable que estos errores ocurran en las personas que tienen confianza en la variedad del contenido de los estereotipos, sobre todo cuando los datos son muy fáciles de acoplar a un estereotipo. También son más probables cuando la información que viene del exterior es ambigua y necesita de un marco de referencia para su interpretación.

3.2. Muestreo de la información

El sujeto decide qué información es relevante para llegar a la conclusión que necesita obtener. Puede tener errores o no. Así los datos son sometidos a una pequeña comprobación, a un muestreo en el que fundamentalmente se pueden cometer dos errores.

Errores en el muestreo de la información

Tendencia a dejarse llevar por los casos extremos de una muestra: producirá un sesgo en cuanto a la conclusión que obtengamos.

Tendencia a no advertir el carácter sesgado de una muestra.

3.3. Uso de la información

Consiste en utilizar la información para obtener conclusiones.

Errores en el uso de la información

Tendencia a calcular mal la posibilidad de que dos hechos ocurran conjuntamente (probabilidad conjunta): cuando a las personas se les pide que calculen la ocurrencia de un hecho y dicen que tiene poca probabilidad, y después se les pide que lo hagan de otro hecho y dicen también que tiene poca probabilidad, afirman que la probabilidad de ocurrencia es mucho mayor si se les pide que calculen la probabilidad de que ocurran los dos hechos conjuntamente.

Inferencia diagnóstica. Manejo equivocado de la información diagnóstica y no diagnóstica: la información diagnóstica es la que realmente es relevante e importante en relación con la tarea que se realiza. La información no diagnóstica no aporta nada a la conclusión que se quiere obtener.

Lo lógico es pensar que la segunda influye poco o nada en la conclusión final que se obtenga. No es así, ya que existe una tendencia a que la información no diagnóstica produzca o module un cambio en la inferencia final.

Error de correlación ilusoria: tendencia a sobrestimar el grado en que están relacionados dos sucesos o acontecimientos: cuando he relacionado la ocurrencia de dos sucesos, existe una tendencia a sobrestimar el grado en que se relacionan. Se tiende a convertir en unívoca una relación que no lo es.

La mayor parte de las veces, las inferencias no siguen un proceso cognitivo lógico. Se pueden dar varias explicaciones:

Cognitiva

Nuestro sistema tiene una serie de características que hacen que nos apartemos del proceso lógico para hacer inferencias.

Motivacional

Descubrir las conclusiones a las que se llega según un proceso lógico de inferencia social exige demasiado tiempo, esfuerzo e incluso no nos interesa. Esta explicación es subjetiva y difícil de abordar. Por eso la psicología social se ha centrado en el estudio de la explicación cognitiva.

4. La heurística

Al emitir juicios entran en juego factores relacionados con la afectividad y la motivación, y por eso cometemos errores, pero también aparecen unos factores cognitivos: nuestro sistema cognitivo tiene una forma de actuar que nos hace apartarnos casi de manera sistemática de la lógica. Es lo que se llama heurística: reglas o estrategias cognitivas muy sencillas y elementales que conducen de una manera rápida, aunque no siempre acertada, a la solución de los problemas o emisión de juicios sociales.

Se trata de herramientas cognitivas con las siguientes características:

- Son sencillas.
- Elementales.
- Conducen de una forma rápida, aunque no siempre exacta, a la solución de los problemas.

Facilitan la obtención de inferencias sociales de una manera sencilla.

Existen fundamentalmente 4 heurísticos, de los que dos han sido muy estudiados y otros dos en menor medida.

4.1. De representatividad

Se utiliza cuando se trata de hacer inferencias u obtener conclusiones acerca de la probabilidad de ocurrencia basándonos en la relevancia de la nueva información que recibimos. Es básicamente un juicio que se emite en función de estimaciones de representatividad o parecido del elemento del que tenemos que emitir el juicio y otros.

Con el uso de este heurístico se obtienen buenas conclusiones, ya que en la realidad se produce que los resultados y las muestras representativas tienen mayor probabilidad de ocurrencia.

Los sesgos más comunes son:

- Ignorar elementos de información importante puesto que creemos que ya hemos clasificado pertinentemente la nueva información percibida.
- Ignorar el tamaño de la muestra a partir de la cual hemos obtenido nuestra información.
- Falacia de conjunción: estimar una mayor probabilidad de la ocurrencia conjunta de dos acontecimientos que la probabilidad de cada uno de ellos por separado.

4.2. De disponibilidad

Se utiliza para estimar la probabilidad de un suceso o la aparición conjunta de dos fenómenos. Consiste en utilizar los ejemplos específicos que con más rapidez y con más fuerza vienen a nuestra mente para hacer rápidamente una interpretación de la información que veo, extraerle el resultado, y llegar a una conclusión de manera automática.

Las inferencias a través de esta herramienta no son tan buenas como las producidas en el caso anterior. Los errores más comunes de este heurístico son:

- Errores de muestreo: los ejemplos que utilizo son casi siempre procedentes de muestras reducidas, sesgadas, y de casos extremos.
- Cuando lo que utilizo son ejemplos concretos para interpretar, hay una tendencia a fijarse más en aquellos aspectos que son confirmatorios del ejemplo.

Las conclusiones son más sesgadas porque la herramienta que se utiliza no valora si la información obtenida es representativa o no, sino si los ejemplos valen. El hecho de que se cometan más o menos errores depende de tres factores:

- Prominencia del estímulo: es más fácil obtener conclusiones utilizando los heurísticos de disponibilidad a partir de estímulos que poseen rasgos distintivos. Es difícil que tengamos información almacenada de ejemplos que no nos llamaron la atención
- Referencia al yo: algunos contenidos y estructuras cognitivas están más disponibles cuando hacen referencia al yo. Este heurístico se aplicará más fácilmente cuando aparezca información relativa al yo.
- Cuando la información sobre la que quiero inferir tiene relación con estructuras cognoscitivas previas (estereotipos, esquemas, prototipos) habrá más probabilidad de que utilicemos el heurístico de disponibilidad, ya que el contenido de estas estructuras está muy disponible al recuerdo.

4.3. De situación

Se utiliza cuando hay que predecir un hecho futuro, diagnosticar las posibilidades de un efecto específico o calcular o diagnosticar sobre los efectos de determinados hechos.

4.4. De anclaje o ajuste

Se utiliza cuando hacemos juicios sobre datos que crean alguna incertidumbre y se reduce la ambigüedad

tomando como referencia un punto de partida, y a él nos ajustamos en la búsqueda de una conclusión final.

Estos dos últimos heurísticos han recibido menos atención en psicología social. Los ejemplos más claros que podemos ver sobre la aplicación de estos heurísticos son los que mencionamos cuando hablamos del efecto primacía y del consenso basado en uno mismo.

Por qué utilizamos los heurísticos

- Su aplicación puede producir con la práctica mayor número de aciertos que de errores.
- Los beneficios obtenidos por la aplicación de estas estrategias normalmente suelen superar los costes. Beneficios de rapidez, sencillez, reducción del esfuerzo y de la atención. En muchos casos los objetivos que nos planteamos son más de solución de problemas que buscar la verdad.
- Al reducir tiempo y esfuerzo, su uso aporta mayor confianza en nuestras posibilidades cognitivas, en nuestra capacidad de resolver problemas.
- La mayor parte de las veces, los errores cometidos en los juicios son difíciles de detectar. Nuestras conclusiones se sesgan porque utilizamos los mismos heurísticos.

No hay que desestimar un error o problema que ocasiona la inferencia indiscriminada: el desarrollo y mantenimiento de estereotipos peyorativos.

TEMA 9: LOS ESTEREOTIPOS Y PREJUICIOS

En el ámbito de la escuela se están poniendo en marcha programas para intentar modificar el contenido de los estereotipos de los escolares, y dirigir las conductas asociadas a ellos.

En psicología social hay un movimiento importante que estudia estereotipos, prejuicios y conductas asociadas.

1. Definiciones de estereotipo

Un estereotipo es un tipo concreto de esquema: creencias que versan sobre los grupos, y que se crean y comparten entre los grupos de una determinada cultura.

Puntos de desacuerdo

- El estereotipo es una forma errónea o normal de pensamiento.
- Los estereotipos atañen al componente individual o al social del sujeto. Se ha demostrado que el contenido de los estereotipos se forma a partir de la percepción de consenso, aunque también hay investigaciones que sostienen que se forma de manera individual, según las propias motivaciones, necesidades, etc. Posiblemente la respuesta más acertada sea que se trate de herramientas cognitivas adquiridas y aplicadas individualmente, aunque su adquisición se haga en sociedad.
- El contenido de los estereotipos está formado por: los rasgos más característicos de los grupos a los que definen, o los rasgos que los diferencian del resto. Al ser esquemas, su contenido debería ser el menor posible. Es probable que contengan ambos tipos de atributos.

Los estereotipos son creencias populares sobre los atributos que definen a un grupo social, que contienen atributos y características diferenciadores y que normalmente se basan en un acuerdo social.

2. Estereotipo, prejuicio y discriminación

En la forma de conocer estereotípica se pueden diferenciar tres componentes:

- Cognitivo: estereotipo.

- **Afectivo:** prejuicio (afecto negativo provocado por el contenido de un estereotipo)
- **Conductual:** discriminación (rechazo que resulta de la aparición de un prejuicio).

Un estereotipo no es por sí mismo algo negativo. Un estereotipo no va necesariamente asociado a prejuicios, aunque sí sucede lo contrario. Puede darse el caso de estereotipos que responden a contenidos objetivos y reales.

3. Perspectivas teóricas

Hay tres orientaciones teóricas claras:

- **Psicoanalítica:** los estereotipos son una manifestación de conducta heredada por las personas. La educación sólo puede canalizar su manifestación.
- **Sociocultural:** los estereotipos no radican en el individuo, sino en el medio social. Surgen como consecuencia de la adaptación a las normas, y son mecanismos que sirven para mantener la diferenciación social y cultural. Esta escuela busca formas de que las normas no provoquen prejuicios.
- **Sociocognitiva:** los estereotipos tienen su génesis en los procesos de socialización del individuo. Son una herramienta cognitiva, no necesariamente errónea que guía la percepción, con economía de atención. Son los que más cabida dan a la intervención.

4. Proceso de formación

Prejuicios y estereotipos son elaboraciones cognitivas aprendidas. El sujeto adquiere estas elaboraciones mentales a lo largo de su proceso de socialización. En esto no se diferencian los estereotipos y los prejuicios.

La psicología social se ha centrado en el estudio del ambiente familiar, metodologías escolares, y dinámica de grupos de iguales, para ver cómo participan en la aparición de prejuicios y estereotipos.

Existen estudios de cómo metodologías escolares que fomentan la cooperación no favorecen la aparición de prejuicios. Si lo hacen metodologías autoritarias, inflexibles y competitivas.

La elaboración cognitiva de los estereotipos suele tomar como punto de referencia el grupo concreto a que pertenecen los sujetos (familia, grupo de iguales, ...). Las variables de socialización son comunes. El conjunto de contexto o grupos dan a cada sujeto una perspectiva distinta.

El contenido estereotípico es individual y diferente entre personas. Podemos evaluarlo a partir de los grupos de referencia.

5. Funciones

5.1. Cognitivas

- Ahorro de tiempo y esfuerzo al apropiarnos de la realidad social. Nos dan pautas (con mayor o menor error) para predecir conductas. Son esquemas.

5.2. Diferenciación social

- Los estereotipos constituyen mecanismos para que el sujeto desarrolle imágenes de las demás personas y de sí mismo y su participación en los grupos (rol social). Permiten que las personas se ajusten a la posición social.
- **Efecto Pygmalion:** cuando uno proyecta expectativas en los sujetos, tiende a crear un clima que permita que los sujetos confirmen esas expectativas. Es un fenómeno que puede hacer que las

personas nos comportemos confirmando expectativas de los otros acerca de nosotros. Las expectativas positivas y negativas que proyectamos sobre los demás son capaces de modificar su comportamiento.

5.3. Justificación social

- A través de los estereotipos (a veces de los prejuicios) uno encuentra justificación para su actuación social. Se ha estudiado en conflictos de grupos: la aparición de prejuicios se utiliza para justificar actuaciones. Aparecen fenómenos como el error fundamental de atribución grupal.

6. Medida de los contenidos estereotípicos

Se trata de uno de los casos más problemáticos para la metodología psicológica. Son procesos en los que hay poca fiabilidad y validez. Los instrumentos de medida son elaborados para cada grupo, persona, situación, ... Se intenta conocer al sujeto individual en un aspecto concreto.

Los instrumentos más utilizados son:

Listas de adjetivos

Consiste en pedir al sujeto una pormenorización de palabras asociadas al objeto cuyo contenido estereotípico queremos conocer. Después se mide si ese contenido va asociado a comportamiento, evaluando qué comportamiento.

Se llega a una descripción del contenido estereotípico de un sujeto en una situación.

Diferencial estereotípico

Consiste en ofertar a los sujetos escalas bipolares para que opten respecto al concepto presentado.

A través de este instrumento se obtiene conocimiento del componente cognoscitivo y afectivo. Hay algunos contenidos tan típicos que han generado diferenciales semánticos de medida, como el racismo o los roles sexuales.

7. Cambio de estereotipos y prejuicios

Es un aspecto polémico para las personas que investigan los estereotipos. Algunos sostienen que una vez formados son inamovibles. Otros sólo los consideran difíciles de modificar.

Se debe intentar la modificación cuando son demasiado esquemáticos o cuando van acompañados de prejuicios. Las formas de intervención son fundamentalmente la individual y la grupal.

Forma grupal

Si los estereotipos se generan mediante procesos de socialización, se podrán modificar provocando contactos intergrupales que tengan una dinámica favorecedora de los contenidos adecuados:

- Establecer contactos entre personas de status semejantes.
- Proponer contactos intergrupales en los que se exija la cooperación, no la competición.
- Establecer normas favorecedoras de los contactos intergrupales.
- Favorecer situaciones de conocimiento personal, no en grupos.
- Establecer los contactos en situaciones que requieran reto personal.

En ocasiones las condiciones no son apropiadas para el trabajo en grupo.

Forma individual

Es cognitiva. Se trata de procedimientos de búsqueda de causas del comportamiento. El cambio mejor y más eficaz se produce cuando a través de distintas actividades se acumula información y ejemplos desconfirmatorios de las creencias del sujeto.

Ejemplos recogidos de su contexto producirán cambios más duraderos.

TEMA 9: COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

1. Introducción

La psicología social tiene que abordar este tema porque las personas interactúan permanentemente unas con otras. El estudio de esta interacción es el objeto de la psicología social, y el medio más habitual para esto es la comunicación.

La comunicación es el mecanismo humano que facilita y por el que existen y se desarrollan las relaciones sociales. Son muchas las ciencias que estudian la comunicación interpersonal. Por eso la psicología social, lo primero que necesita es delimitar el área concreta que estudiará, en función de su metodología.

2. Orientaciones teóricas

Las distintas orientaciones no son excluyentes, sino complementarias. Se puede estudiar la comunicación desde distintas perspectivas, dentro de la psicología social.

2.1. Modelo cibernético o modelo de teoría de la información

Es el que adoptan los conductistas. Aplicación de los conocimientos de la informática al área de la comunicación interpersonal. Se encarga del estudio de los procesos de: codificación, transmisión, adecuación de los diferentes canales, funcionamiento de órganos sensibles, decodificación de la información, desestimando bastante el estudio del contenido semántico del lenguaje y de los aspectos motivacionales de la comunicación interpersonal.

Se centra en los aspectos más estructurales.

La comunicación es una respuesta discriminativa que realiza el organismo ante un estímulo. Consideran que el esquema de comunicación se puede explicar según cuatro elementos:

- Emisor, que codifica y transforma la información.
- Canal de información: espacio o sistema físico por el que circulan los mensajes.
- Receptor, que recibe la información y la transforma.
- Repertorio de signos, o elementos comunes compartidos por el emisor y el receptor, que garantizan la construcción e identificación de los mensajes.

Hay aspectos del lenguaje que no se consideran en este modelo:

- La intencionalidad expresiva de las personas, el aspecto motivacional, afectivo en los procesos de la comunicación interpersonal.
- Los significados que adopta el lenguaje: en la comunicación interpersonal construimos activamente el lenguaje que utilizamos.

- El contexto cultural y social como factor fundamental para definir el proceso de comunicación interpersonal que tiene que ver con el estudio adecuado de este proceso.

2.2. Teoría cognoscitiva

La mayoría de los psicólogos sociales se incluyen en este modelo.

Añaden a los elementos del modelo conductista elementos de racionalidad y elementos de motivación que se centran en cómo el hombre a través de una característica específica no actúa mecánicamente, sino que tiene la capacidad de dotar de significado a los mensajes.

También añaden el elemento sociocultural, en función de en qué contexto sociocultural estén las personas, los procesos de comunicación interpersonal serán unos u otros.

Tienen importancia los modelos que han estudiado el lenguaje como parte definitoria de la conciencia interpersonal. Las aportaciones más importantes de este modelo son:

- Ver cómo la comunicación responde a una serie de mecanismos que deben producirse de una manera procesual. Descubren cómo el análisis que se haga del lenguaje debe proceder según el orden de las palabras pronunciadas en el habla, es decir, que debe intentarse ser lo más pragmático posible.
- Postura de abajo a arriba: análisis de frases y palabras para intentar estudiar el significado que contienen.
- Postura de arriba abajo: partir de expectativas y conceptos previos hasta descender al estudio de los datos sensoriales.

El lenguaje es un instrumento fundamental para comunicar ideas. Abordando el estudio del lenguaje abordan el estudio de la comunicación interpersonal.

2.3. Modelo sistémico

Nació de la teoría del conocimiento de Batenson, que concibe las actividades relacionales de las personas como afectadas por aspectos comunicativos. Concibe una relación total entre comportamiento y comunicación. Es imposible actuar y no comunicar.

La características fundamentales de esta escuela son:

- Distinguir la comunicación digital: intercambio de información objetiva, lógica, que puede ser codificada. Comunicación fundamentada en el intercambio de signos. Pero estos signos tienen un significado convencional.
- Distinguir la comunicación analógica: existe una relación entre un signo y su significado, pero no es una relación convencional, sino una relación a partir de una semejanza física o simbólica.

Con esta distinción es como consiguen estudiar el comportamiento de las personas considerando que tal comportamiento es comunicación interpersonal.

Esta perspectiva es importante, porque los psicólogos sociales que pertenecen a ella son los que se han interesado por los aspectos patológicos de la comunicación, incluso han actuado de manera terapéutica, mostrando que las perturbaciones psíquicas de la personalidad pueden ser tratadas como perturbaciones de la comunicación que existe entre la persona y su entorno.

Los elementos a los que debe aludir la comunicación interpersonal serían:

- Factores relacionados con el emisor
- Código común, que es fruto de la historia social y cultural, y que se introduce a través del aprendizaje social.
- Estudio de la intencionalidad expresa de transmitir información.
- Estudio de los acuerdos implícitos que se establecen entre los comunicantes.
- Estudio de la codificaciones
- Estudio de los canales entre emisor y receptor.
- Decodificación de los mensajes.
- Factores relacionados con el receptor.

La comunicación se ve influida por todas las características que aparecen en el estudio de las relaciones interpersonales.

Razones por las que el hombre se comunica con sus semejantes

Razones psicológicas: es difícil responder a la pregunta de si la comunicación es producto de la herencia o del aprendizaje, por motivos éticos. Se han hecho estudios sobre animales y personas aisladas que llegan a la conclusión de que las personas presentan una tendencia heredada hacia la exploración del medio ambiente. Esta tendencia se acrecienta en las personas como consecuencia del aprendizaje. Además de la tendencia exploratoria, las personas presentamos una tendencia a obtener conocimiento e información. La curiosidad es una característica humana típica.

La conclusión que obtenemos es que existen razones tanto biológicas como psicológicas que pueden explicar el por qué de la comunicación interpersonal. Los psicólogos sociales además añaden otro tipo de razones:

Razones psiquicoracionales y afectivas: las más estudiadas son las de reducción de la incertidumbre y reducción del conflicto cognoscitivo.

· Reducción de la incertidumbre: la incertidumbre es un estado psíquico en el que se encuentra una persona cuando no puede clasificar una conducta desconocida en alguna de las categorías cognitivas que posee. Se ha demostrado que casi todo el mundo intenta reducir estas vivencias de incertidumbre y que la comunicación aparece como un sistema que facilita a las personas una reducción de incertidumbre. La incertidumbre no es una vivencia típica de personas incultas. Las personas cultas tienen que enfrentarse con mayor frecuencia a situaciones de incertidumbre, con lo que tienen una mayor propensión a la comunicación interpersonal.

· Conflicto cognoscitivo: es una tensión producida cuando se reciben informaciones contradictorias entre sí. No se trata de que recibimos un estímulo desconocido. Cuando una persona se enfrenta a una situación de conflicto cognoscitivo utiliza como recurso la comunicación interpersonal: el enfrentamiento a conflictos cognitivos tiene que ver con una mayor utilización y desarrollo de la comunicación interpersonal.

Estas conclusiones hacen referencia a cuestiones racionales y afectivas.

Estas dos razones psíquicoracionales no explican el por qué de la conducta interpersonal, pero sí explican la tendencia a que esta aumente o disminuya.

Otras razones

· Deseo de poder: capacidad real que un sujeto tiene de controlar alternativas de conducta de otras personas. En una gran parte de las interacciones entre personas hay motivos de las personas tendentes a establecer control y poder sobre los demás. Todas las investigaciones sobre dinámicas de grupos establecen que cuando se da esto, se acrecienta la tendencia hacia la comunicación interpersonal.

- Motivación de prestigio: las interacciones humanas se establecen con fines de presentar una imagen que cumpla bien con los roles sociales establecidos. Aparece acrecentada la tendencia comunicativa, incluso existe un manejo del lenguaje. Las personas tenemos la posibilidad de lograr prestigio por medio del lenguaje.

- Extroversión: la tendencia hacia la comunicación interpersonal, en muchos casos sólo tiene explicación aludiendo a la necesidad de las personas de recibir estimulación y realizar actividades. Se puede relacionar con la necesidad de diversión de las personas. La rutina, el aburrimiento son motivos para que se produzca interacción interpersonal. Son razones que en muchas ocasiones muestran aumento de la comunicación.

También se ha demostrado que el aislamiento produce tensión en las personas, con lo cual, la comunicación puede explicarse también como necesidad de reducir tensión emocional producida por el aislamiento social y personal.

3. Principales estudios de las diferentes formas de comunicación interpersonal

3.1. Lenguaje

La psicología social pasa por encima de la cuestión de si el lenguaje es una tendencia y algo aprendido. Trata de ver si es una de las características que más diferencian al hombre, dentro de la escala del mundo animal. Si es de las características que ejemplifican la capacidad racional e intelectual del hombre. Además considera al lenguaje un instrumento social.

El objetivo del lenguaje es expresar sentimientos e información intentando afectar a otros. No sólo es instintivo, sino que además el lenguaje sólo se adquiere en sociedad. Distintas descripciones sobre aislamiento social han demostrado que el lenguaje como instinto sólo se adquiere en sociedad.

Además la sociedad proporciona cauces adecuados para que el lenguaje no sea fijo, sino que evolucione.

A la psicología social le interesa estudiar el lenguaje en cuanto que afecte a la interacción entre las personas. La mayor parte de sus estudios se han centrado en dos aspectos importantes:

- La relatividad lingüística.
- El lenguaje denotativo y connotativo.

3.1.1. Relatividad lingüística

Hace referencia al hecho de que diferentes culturas y lenguas tienen distintas categorías para designar las cosas. El lenguaje se crea socialmente y es un instrumento cultural que utilizamos para procesar datos. Utilizamos los símbolos para representar cosas. La psicología social intenta determinar que no todas las lenguas o signos tienen igual calidad a la hora de propiciar esquemas cognitivos en las personas.

Diferentes investigaciones encuentran que muchas veces la posibilidad de desarrollo intelectual de las personas se ve agilizada en función del lenguaje verbal que les haya tocado aprender.

3.1.2. Lenguaje connotativo

El significado oficial de un símbolo es el significado denotativo: acuerdo entre los usuarios de una lengua acerca de un símbolo.

Además, las palabras tienen otro tipo de significados afectivos, motivacionales, a los que conocemos como significado connotativo.

Gran parte de las investigaciones de psicología social se han dirigido a determinar el significado connotativo de las palabras. Son estudios acerca del influjo de los esloganes, lenguaje publicitario, lenguaje en el ámbito educativo.

3.2. Comunicación no verbal

La comunicación interpersonal tiene su más importante exponente en la comunicación no verbal. Esta comunicación tiene distintos recursos para comunicarnos: expresiones faciales, movimientos oculares, utilización del espacio.

Lo que ha ocurrido en psicología social es que se ha dado tanta importancia a esta comunicación que se está acuentuando en exceso el papel comunicativo de estas formas comunicativas no verbales.

Para que se consideren formas de comunicación deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Ser manifestaciones voluntarias.
- Ser intencionales.
- No ser ambiguas: estar tácitamente acordadas y ser reconocibles.

Sólo cumpliendo estos requisitos pueden ser consideradas comunicación. La psicología social ha estudiado los contactos oculares, la distancia corporal y los distintos gestos comunicativos.

3.2.1. Contactos oculares

Son un tema privilegiado en psicología. La investigación ha llegado a los siguientes resultados:

- Cuanto más intensa sea una relación interpersonal, mayor número de contactos oculares.
- Si la relación es positiva, los contactos oculares crean satisfacción.
- Si la relación es negativa, los contactos oculares crean insatisfacción e inseguridad.

La principal función comunicativa de los contactos oculares es de apoyo a la comunicación verbal.

3.2.2. Distancia corporal

Las investigaciones han dado importancia al valor que tienen las distancias que guardan entre sí las personas que establecen una relación interpersonal. El espacio físico otorga información sobre el grado de intimidad de la comunicación interpersonal. Pero existe una diferencia cultural muy importante.

3.2.3. Gestos comunicativos

Existe una serie de gestos corporales cuyo valor comunicativo es universal. Son pocos los gestos que pueden ser descodificados en todas las culturas por igual.

Los elementos no verbales más típicos son la mímica, el gesto y las posturas corporales, la calidad o el timbre de la voz, la intensidad sonora, la velocidad de locución, el ritmo de la voz y respiración.

El contenido de la comunicación que se puede extraer a partir de los gestos no es informativo, sino afectivo. Los gestos son un canal de transmisión imprescindible para la información emotiva y afectiva.

Aún así, se considera que un gesto comunica cuando se realiza de manera intencional, no espontánea.

3.3. Procesos de comunicación

En los estudios sobre la comunicación en los grupos aparecen dos términos importantes:

- Red de comunicación: conjunto de los canales existentes en un grupo organizado. A través de estos son transmitidos los diferentes mensajes. Hace referencia a las condiciones materiales necesarias para que en un grupo existan relaciones comunicativas.
- Estructura de comunicación: organización de los intercambios reales entre los miembros de un grupo con vistas a realizar una tarea determinada. Hace referencia a las condiciones humanas.

Estos trabajos estudian temas como la comunicación de masas, teorías del liderazgo dentro de la estructura de las organizaciones.

3.3.1. Estudios referentes a las redes y estructura de la comunicación en los grupos

Dan pautas acerca de cómo son las redes, las estructuras que se establecen en los grupos cuando existe intención de comunicar. El estudio de este campo tiene como objetivo su manipulación a través de la educación buscando las redes y estructuras de comunicación idóneas para los grupos.

Los estudios encargados de determinar el concepto de centralidad determinan que una posición central de una persona dentro de un proceso comunicativo la capacita para obtener mayor información y dar más información al resto. Así cuando un grupo se plantea solucionar un problema establece redes y estructuras de comunicación en torno a un líder. En el grupo se establecen posiciones centrales (que envían y reciben mayor número de mensajes) y periféricas.

Las más centrales tienen más influencia sobre el funcionamiento y las relaciones del grupo. Normalmente las posiciones centrales y periféricas cambian en función de la tarea a realizar.