



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

Para desenvolvernos en un medio social complejo (como grupos humanos) necesitamos capacidades mentales (cognitivas) que nos permitan resolver problemas que el medio nos plantea, nuestra coordinación y actuación eficaz dentro de un grupo, así como las tendencias motivacionales básicas que nos impulsan a hacerlo.

La cognición social estudia cómo comprendemos, recordamos, y predecimos la conducta de otras personas, cómo elaboramos juicios e inferencias a partir de lo que percibimos en los demás y cómo adoptamos decisiones en base a esa información. Además de cómo influyen en esos procesos la presencia de los demás (física, imaginada o implícita), la motivación (nuestras metas) y nuestro estado emocional en cada situación concreta.

La cognición social puede entenderse en dos sentidos:

- a) Como corriente dentro de la Psicología Social que se basa en el supuesto de que la conducta está mediada cognitivamente.
- b) Como el conjunto de procesos mediante los cuales interpretamos, analizamos, recordamos y empleamos la información sobre el mundo social.

2. COGNICIÓN SOCIAL Y COGNICIÓN NO SOCIAL

La cognición social estudia a las personas mientras que la cognición no social se basa en objetos o conceptos abstractos.

Diferencias entre las personas y las cosas:

- Las personas influyen en su entorno intencionadamente, los objetos no.
- Las personas son percibidas y perceptoras, los objetos no.
- Las personas se parecen entre sí. Esto implica que los demás pueden proporcionarnos más información sobre nosotros mismos.
- Las personas pueden cambiar, cuando son objeto de cognición.
- Es más difícil comprobar la precisión de la cognición sobre otras personas (si son como creemos que son o no) que sobre objetos, puesto que muchas de sus características importantes no son observables, sino que deben ser inferidas.
- Para estudiar la cognición social es necesario simplificar la realidad, debido a la gran complejidad del ser humano.

Algunos psicólogos señalan que:

- Toda cognición tiene un origen social.
- La cognición es socialmente compartida entre los miembros de un grupo, sociedad o cultura.

3. EL ESTUDIO DE LA COGNICIÓN EN PSICOLOGÍA SOCIAL

Este punto hace un resumen sobre el concepto de cognición y psicología social a través del tiempo: Los psicólogos sociales se han interesado por los procesos mentales desde los inicios de la disciplina.



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Lewin (1951): El contexto social influye en el individuo a través de percepción y la interpretación que éste hace de él.

Años 70: Interés de los psicólogos sociales por la observación de los procesos mentales de una manera científica. Origen de la cognición social.

Surgen dos modelos de ser humano pensante:

- a) “**Científico ingenuo**” (*Fiske y Taylor*): Buscamos las causas de la conducta con un enfoque científico.
- b) “**Tacaño cognitivo**” (*Taylor*): Nuestra mente tiene una capacidad limitada para procesar la información y buscamos soluciones rápidas para salir del paso.

Años 90: Cognición caliente – Se tienen en cuenta la influencia de factores emocionales y motivacionales en los procesos cognitivos. El ser humano es un “**estratega motivado**”, es decir, las personas necesitamos dar sentido al mundo que nos rodea y manejar mucha información para lo cual desarrollamos distintas estrategias. (Que vamos a ver a continuación).

4. ESTRATEGIAS PARA MANEJAR LA INFORMACIÓN SOCIAL Y ELABORAR JUICIOS

De manera inconsciente, los seres humanos utilizamos 3 estrategias diferentes para manejar la información (*Rodríguez y Betancor, 2007*):

1. Estrategias mediante las cuales reducimos la información que tenemos que procesar (“**atención selectiva**”).
2. Estrategias para reducir la cantidad de procesamiento necesaria recurriendo a conocimientos que ya tenemos almacenados (**a través de esquemas y ejemplares**).
3. Estrategias para simplificar los recursos necesarios para procesar la información y elaborar juicios. (**Heurísticos y proceso de inferencia**).

Atención selectiva: Sólo nos fijamos en aquellos estímulos que nos resulten distintivos por alguna razón. Esto tiene una función adaptativa ya que los estímulos distintivos son los que más información nos proporcionan en una situación.

Esquemas y ejemplares (este punto hace referencia a la segunda estrategia)

El conocimiento previo que tenemos se encuentra almacenado en estructuras cognitivas.

Dos de éstas estructuras:

Los esquemas sociales

Un esquema es una estructura cognitiva independiente que representa el conocimiento abstracto que tenemos acerca de un conjunto de estímulos que consideramos que tienen algo en común y que incluye las características de esos estímulos y las relaciones que se establecen entre dichas características. (*Fiske y Taylor*)

Estructuras cognitivas compartidas, sobre todo si pertenecen al mismo grupo y a la misma cultura.



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Tipos de esquemas

Esquemas de personas: Conocimiento almacenado que tenemos acerca de determinados tipos de individuos o grupos. Aquí se incluyen las teorías implícitas de la personalidad: creencias a menudo inconscientes de que ciertos rasgos o ciertos comportamientos van juntos (Cap. 10, estereotipos).

Esquemas de roles: Información sobre cómo son las personas que ocupan un rol. Más utilizados en culturas colectivistas, ya que en éstas la información sobre los roles es más importante.

Esquemas de situaciones (scripts o guiones de acción): Información sobre secuencias típicas de acciones en situaciones concretas. Indican lo que se espera que ocurra ante una determinada situación.

Esquemas del yo: Ideas más distintivas que tenemos acerca de nosotros mismos. Cada persona posee múltiples auto-esquemas.

Los esquemas sociales son abstracciones mentales que se activan de forma espontánea cuando nos encontramos con estímulos relacionados con ellos. Además funcionan como un filtro que nos permite percibir y recordar la información más importante e ignorar la que no es relevante. Nos ayudan a interpretar la información social que recibimos y guían nuestro procesamiento de esa información.

Sin embargo puede ocurrir que nos encontremos ante información inconsistente con nuestros esquemas y entonces el proceso deja de ser tan automático, por lo tanto, requiera más atención. La persona tiene 3 alternativas:

- 1- Resolver la discrepancia confirmando el esquema que tenía desarrollado y rechazando la información inconsistente.
- 2- Abandonar el esquema previo juzgándolo inadecuado.
- 3- Incluir la inconsistencia en el esquema considerándola una excepción.

Los esquemas guían nuestra interacción social con los demás. Un ejemplo de ello son las “**Profecías autocumplidas**”: Son esquemas que tenemos sobre otras personas que nos hacen generar unas expectativas concretas sobre cómo son o cómo se comportan esas personas. Las expectativas nos hacen comportarnos con esas personas de una manera determinada, por lo que influimos en que la expectativa se mantenga y el esquema se cumpla.

Cuadro 3.1 Pigmalión en el aula: influencia de las expectativas del profesor en el redimiento de los alumnos. La profecía autocumplida también recibe el nombre de “Efecto Pigmalión”. A los alumnos de un colegio se les hicieron test de inteligencia, posteriormente se le comunicó a los profesores que un 20% de esos alumnos tendría un incremento brusco en su nivel académico conforme avanzara el curso. Lo curioso es que este 20% se escogió de manera aleatoria, sin tener en cuenta los resultados del test. A final de año se demostró que los alumnos que formaban parte de este 20% aleatorio realmente habían aumentado las notas. Esto se explica porque los profesores comenzaron a tratarlos de forma diferente (creyendo falsamente que eran más inteligentes) y los alumnos a su vez comenzaron a dar mejores respuestas.

Los esquemas son resistentes al cambio, muestran un “efecto de perseverancia”.



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Los ejemplares

Los ejemplares son ejemplos de nuestras experiencias concretas sobre un determinado modelo. Si nos preguntan si los ecuatorianos son amantes de su tierra, a nuestra mente vendrán ejemplos de personas que conocemos de ese país y podremos dar una respuesta.

Ventajas: Los ejemplares son flexibles, es decir, pueden activarse por partes e incorporar nuevos ejemplares a nuestra idea. Los esquemas sin embargo, se activan completos, no por partes. Presentan información sobre la variabilidad de una categoría, algo que el conocimiento general de los esquemas no permite.

En Resumen: Las personas utilizamos una combinación de esquemas sociales y ejemplares.

[El procesamiento de inferencia y el empleo de heurísticos](#) (esto tiene que ver con la tercera estrategia, es decir, simplificar los recursos y elaborar juicios)

A veces, en nuestra vida cotidiana tenemos que hacer **inferencias** para poder emitir juicios a partir de información escasa que poseamos.

El proceso de inferencia está en la base de muchos fenómenos: inferencias causales (Cap. 4), formación de impresiones (Cap. 4), incluso para conocernos y juzgarnos a nosotros mismos (Cap. 12).

2 Perspectivas en el estudio del proceso de inferencia

a) Científico ingenuo (consta de 3 fases). Centrada en los pasos que deben seguirse para realizar una inferencia correcta.

1. **Recogida:** Reunir toda la información posible.

Fuentes de sesgo:

- Basarse en teorías y expectativas previas.
- Centrarse en los casos confirmatorios.

2. **Selección:** Seleccionar entre todos esos datos que hemos reunido los que más se adecuen al objetivo (datos representativos).

Fuentes de sesgo:

- Basarse en casos no representativos y/o extremos.
- Recurrir a teorías y expectativas previas.

3. **Integración:** Integrar los datos seleccionados y combinarlos para hacer un juicio.

Fuente de sesgo:

- Basarse en datos erróneos, subjetivos o escasos.
- No dar el peso adecuado a la información.
- Utilizar reglas de decisión inadecuadas.

b) Tacaño cognitivo

Interesada en cómo se hacen realmente las inferencias.

Para realizar juicios no utilizamos estrategias tan exhaustivas como la del científico ingenuo, sino que sólo tenemos en cuenta los datos que confirmen nuestras creencias y teorías y descartamos el resto de la información.



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Los heurísticos “Son atajos mentales que utilizamos para simplificar la solución de problemas cognitivos complejos, transformándolos en operaciones más sencillas”.

Heurístico de representatividad: Realizamos inferencias sobre la probabilidad de que un estímulo (persona, acción, suceso) pertenezca a una determinada categoría. Sin embargo podemos caer en errores (lo que se dice de la excepción que confirma la regla). Uno de estos errores es la **falacia de la conjunción**.

Cuadro 3.3 La falacia de la conjunción. Consiste en estimar que la probabilidad que dos o más eventos se den conjuntamente es mayor que la probabilidad de que ocurra cada uno de ellos por separado.

El heurístico de representatividad es el **más básico de todos** (Fiske y Taylor)

Heurístico de accesibilidad o disponibilidad: Se utiliza para estimar la probabilidad de un suceso, la frecuencia de una categoría o la asociación entre dos fenómenos. Para estimar si nacen más niños o niñas recurrimos a los casos de personas que conocemos. Sin embargo también podemos caer en errores, como el **efecto del falso consenso**, que consiste en creer que la propia conducta es lo normal de una determinada situación y que los demás actuarían igual que uno mismo.

Cuadro 3.4 Algunos errores que cometemos al aplicar el heurístico de disponibilidad.

- Falso consenso.
- Error de muestreo: Basar las inferencias y juicios en muestras reducidas y sesgadas.
- Correlación ilusoria: Sobreestimación del grado en que están relacionados dos sucesos o dos características.
- Sesgo de positividad: Tendencia a prestar más atención a la información positiva que a la negativa. (relacionado con el motivo social básico de confianza, Cap. 2)

Heurístico de anclaje y ajuste

Este heurístico se utiliza en situaciones de incertidumbre tomando como referencia un punto de partida (ancla) que después ajustamos para llegar a la conclusión final. Para saber cuántos estudiantes se presentarán este año al examen de la asignatura, observaremos el número de presentados del año pasado y lo relacionaremos con el número de matriculados de cada año.

Al igual que los otros heurísticos, también se pueden producir errores:

- **Error fundamental de la atribución:** No tenemos en cuenta las circunstancias que rodean a la actuación de una determinada persona y pensamos que actúa de esa manera porque sus actitudes y opiniones son realmente las que está expresando.
- **Efecto del falso consenso:** El error reside en que la persona no ajusta su estimación teniendo en cuenta otra información relevante que no está relacionada con ella misma. (En este caso nosotros mismos somos el ancla de la que partimos para juzgar a los demás).

Heurístico de simulación

Tendencia de las personas a estimar la frecuencia o probabilidad de un suceso basándose en la facilidad con que pueden imaginarlo (“simularlo” mentalmente). El tipo de construcción mental que empleamos en este heurístico recibe el nombre de **pensamiento contrafáctico**.



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Cuadro 3.5 El pensamiento contrafáctico: Buscar alternativas a hechos o circunstancias pasadas o presentes...nos planteamos lo que podría haber ocurrido si...

Algunas veces conseguimos mitigar el dolor (pensamiento contrafáctico al alza) y otras aumentarlo (a la baja). Por esto se explica que un medallista en segunda posición se muestre menos contento que el que queda en tercera posición. (el de la segunda piensa que ha estado cerca del oro, mientras que el de la tercera piensa que podría haberse quedado sin medalla al entrar en cuarta posición).

Los diferentes heurísticos revisados son estrategias realmente útiles, para evitar la sobrecarga de nuestro sistema cognitivo.

El hecho de que estas estrategias hayan evolucionado como parte de nuestro funcionamiento mental y al ser humano siga recurriendo a ellas es una muestra de que son cognitivamente rentables; incluso desde cierto punto de vista hasta los sesgos lo son.

Hasta aquí hemos acabado con los tipos de heurísticos. Los dos cuadros siguientes hablan de los sesgos.

Cuadro 3.6 ¿Pueden los sesgos ser adaptativos?: A pesar de los sesgos que cometemos, nos hemos ido adaptando a lo largo de la historia y hemos logrado sobrevivir. Esto no se debe a que no cometamos errores, sino que entre todos los errores posibles que podamos cometer, nos hemos adaptado a cometer el error menos dramático para nuestra supervivencia. Esto se conoce como “**Teoría del manejo del error**” (Haselton y Buss). Según la cual podemos cometer dos tipos de errores, subestimación o sobreestimación. Un hombre sobreestima el interés sexual de una mujer ya que si ocurriera lo contrario (subestimación) podría perder oportunidades de reproducción. Por lo tanto perder tiempo con falsas esperanzas y cortejo es menos negativo para la reproducción que no saber interpretar las respuestas sexuales de la mujer.

Cuadro 3.7 Diferencias culturales en los sesgos optimistas: Hay personas que piensan que les va a ocurrir todo lo bueno (optimismo ilusorio) y que además no van a suceder acontecimientos negativos (ilusión de invulnerabilidad). En diferentes culturas los grados de optimismo varían. El cuadro habla de un estudio con participantes japoneses y canadienses donde estas diferencias se ponen de manifiesto.

5. PROCESOS DE PERCEPCIÓN SOCIAL

Procesamiento de arriba hacia abajo: Es la información que nos llega del medio.

Procesamiento de abajo hacia arriba: Modo en que seleccionamos la información que será procesada e interpretada. Responde a: ¿En qué nos fijamos cuando interactuamos con otros?

Dos elementos esenciales de la percepción

Selectividad: (atención selectiva) No procesamos toda la información que llega a nuestros sentidos, sino que nos centramos en algunos aspectos e ignoramos el resto.

Carácter activo: Generamos estructuras cognitivas (lo que hablábamos antes de los esquemas sociales y los ejemplares), con esto se facilita la asimilación y manejo de nueva información.

La percepción no tiene lugar en un vacío social, sino en el contexto dinámico de la interacción social. Tenemos que ser conscientes de las emociones y las intenciones de la otra persona, para



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

formarnos una impresión de ella (si la interacción de va a extender en el tiempo) y generar atribuciones (cuando la conducta del otro desconfirme las expectativas).

Conducta no verbal

Es el intercambio dinámico, y casi siempre cara a cara, de información mediante claves que no son palabras.

- La conducta no verbal nos sirve para inferir qué emociones está sintiendo la otra persona y cuáles son sus intenciones hacia nosotros. De forma general se suele pensar que es una conducta no intencionada, pero también se ha demostrado que algunas personas regulan su conducta no verbal cuando les interesa disimular lo que sienten y aparentar lo que no sienten.
- Las expresiones no son únicamente la manifestación de un estado interno, sino acciones que tienen una finalidad comunicativa. *Un niño sonríe ante la persona que le ofrece un caramelo, pero no cuando está solo mientras lo saborea.*

Formación de impresiones

Existen dos enfoques para explicar la manera en la que nos formamos impresiones:

Enfoque de tendencia relacional

Para explicar este enfoque veremos el experimento de Asch (1946). A los participantes se les daba una lista cerrada de adjetivos describiendo a una persona. A continuación se les daba otra lista abierta con adjetivos según los cuales tenían que elegir que adjetivos se corresponderían con la persona que se habían imaginado a partir de la primera lista.

- Los adjetivos de la primera lista reciben el nombre de **rasgos estímulo**.
- Los de la segunda lista se llaman **rasgos respuesta**.

Asch descubrió que cuando los participantes se enfrentaban a la segunda lista, ya llevaban una idea de cómo sería esa persona. Esta idea se la habían formado a partir de los adjetivos de la primera lista. Los rasgos determinantes de esa lista reciben el nombre de **rasgos centrales** y el resto **rasgos periféricos**.

El planteamiento de Asch se conoce por el nombre de “**tendencia relacional**” y parte de la base de que en una lista de rasgos, cada uno de ellos depende del conjunto. *Es decir, cada rasgo lo relacionamos con el resto.*

Para integrar información inconsistente (rasgos incompatibles) los participantes cambian el significado de uno de los rasgos inconsistentes o suponen que hay otros rasgos para describir a la persona que no están en la lista, los cuales consiguen suavizar la contradicción.

Enfoque de combinación lineal.

El enfoque de combinación lineal, a diferencia del anterior, no admite la idea de cambio de significado. Los rasgos que describen a una persona se suman o se promedian para formar una impresión global. Todos se pueden ubicar sobre una dimensión evaluativa (de más positivo a más negativo).



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

3 modelos:

- Modelo suma (suma del valor de todos los rasgos).
- Modelo promedio (media del valor de todos los rasgos).
- Modelo de la media ponderada: No todos los rasgos tienen la misma importancia (asignación diferencial de importancia a cada rasgo). Es la forma de resolver las posibles inconsistencias.

Ninguno de los dos enfoques ha triunfado sobre el otro, y cada uno tiene ventajas dependiendo de la situación.

¿Qué factores influyen en la percepción social?

Se tienen en cuenta los tres elementos de la interacción: el perceptor, la persona percibida y el contenido de la percepción.

Nota: percepción e interacción son inseparables.

Factores asociados al perceptor

Es importante la idea de que las metas, los objetivos y motivaciones del perceptor, así como las situaciones en las que se encuentre, influyen de una manera decisiva en el resultado de la percepción.

Situaciones de diagnóstico (Hilton y Darley, 1991): Son aquellas en las que el objetivo de la persona es formarse una impresión lo más exacta posible de la otra persona.

Situaciones de acción: Conocer a la persona con la que se interactúa no es un objetivo prioritario.

Jones (1990) habla de dos tipos de expectativas (el resultado perceptivo es diferente en cada caso):

- Expectativas relativas a la categoría (a la que pertenece la persona percibida).
- Expectativas sobre la persona concreta percibida (basándose en características que ya conoce del otro como persona individual, única y singular).

Otros factores:

- Familiaridad (nos fijamos en más detalles del otro cuando lo conocemos más).
- Valor del estímulo: Mediante la "acentuación perceptiva" (exageración perceptiva de las características del estímulo con respecto a otros estímulos) y el efecto "halo" (generalización de una característica positiva del estímulo al estímulo en su conjunto, persona atractiva e inferimos que también es interesante, agradable, etc.).
- Significado emocional del estímulo: Mediante "perspicacia perceptiva" (si esperamos un beneficio o consecuencia positiva de la otra persona, estaremos más atentos a la información positiva) o "defensa perceptiva" (si esperamos un perjuicio o consecuencia negativa, tendemos a ignorar la información).
- La experiencia con el estímulo. Más experiencia implica percepciones más precisas (un psicólogo que ha tratado muchos casos de depresión, puede diferenciar una patología de un episodio aislado).



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Factores asociados a la persona percibida

Manejo de la impresión (Schlenker, 1980): Son los intentos de las personas que se saben observadas para alterar a su favor el resultado del proceso perceptivo. El *congraciamiento* y la *intimidación* son ejemplos de estos intentos.

El congraciamiento se hace a través de intentos de ensalzamiento, que a veces se consigue mediante la atribución de los logros ajenos (*brillar con la gloria ajena*). Curiosamente, a veces, lo contrario al autoensalzamiento produce el efecto deseado de mejorar la imagen (alegar incapacidad).

Factores relativos al contenido de la percepción

Efecto del orden en que se presentan los distintos elementos que describen a una persona.

- Primacia: La influencia de los elementos que aparecen al principio es mayor. (los rasgos deben tener mayor claridad, mayor concreción, mayor relevancia, y mayor capacidad para que el perceptor se implique en el proceso).
- Recencia: La mayor influencia la ejercen los que aparecen al final. (los rasgos deben tener mayor viveza que los que le preceden).

Tono evaluativo de los elementos informativos: Cuando en una descripción se combinan rasgos positivos con negativos, éstos últimos tienen más impacto. Esto se debe a que los rasgos negativos son más difíciles de desconfirmar, más amenazantes para el receptor, más informativos y menos habituales.

- La información que no es redundante también tiene mayor impacto.
- Los rasgos ambiguos ejercen menos impacto que los claros.

En resumen: ¿en qué se fijan las personas cuando interactúan con otras?

- Apariencia física: (edad, sexo y grupo étnico).
- Conducta (verbal y no verbal): Adivinamos su estado emocional y sus intenciones.
- Rasgos de personalidad: Importante cuando se pretende entablar una relación duradera.
- En menor medida: qué tipos de relaciones mantienen, en qué contextos se mueven y qué objetivos persiguen.

6. PROCESOS COGNITIVOS AUTOMÁTICOS Y CONTROLADOS

En nuestra vida cotidiana damos muchas respuestas de manera automática. Para que una respuesta llegue a ser automática es necesario que la información se haya procesado de forma repetida.

En el terreno social, el procesamiento automático de la información que recibimos sobre las personas o grupos, puede tener efecto tanto en las creencias (algunos rasgos físicos (como el color de la piel en los afroamericanos) pueden activar el estereotipo negativo que se tiene sobre un grupo), como en el comportamiento (se ha demostrado en el estereotipo de las personas mayores, donde luego las personas caminaban de forma más lenta).



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Bargh (1994) – Los procesos automáticos y los controlados son opuestos e incompatibles entre sí y se diferencian en 4 aspectos llamados **los cuatro jinetes de la automaticidad**:

- Consciencia
- Intencionalidad
- Control
- Eficacia

Nota: Esta distinción (en automáticos y controlados) era la única que se pensaba en un principio.

Los procesos automáticos se producen sin que las personas sean **conscientes** de ellos, por lo tanto no son **intencionados**. No están sujetos a ningún **control** y son muy **eficaces** ya que requieren pocos recursos cognitivos (los procesos controlados es todo lo contrario).

Sin embargo, no todo es blanco o negro (procesos controlados o automáticos), también existe una escala de grises para hablar de distintos grados de automaticidad. En el polo más extremo de la automaticidad se encuentran lo **procesos preconscientes**, como por ejemplo la *percepción subliminal*, es decir, la que ocurre por debajo del umbral de la consciencia.

El siguiente grado de automaticidad lo proporcionan los pensamientos **postconscientes**. Se es consciente de que se ha percibido y procesado la información, pero no se es consciente de su influencia en juicios y respuestas posteriores (ver fotografías de accidentes nos puede llevar a un estado negativo que nos hará reaccionar de mala manera si alguien nos pide un favor de manera poco amable. Somos conscientes de haber visto las fotografías, pero no somos conscientes de que este hecho nos haya provocado posteriormente dar malas contestaciones.

Después nos encontramos con el **procesamiento dependiente de metas**. Este tipo de automaticidad no es plenamente automático en la medida en que requiere un control intencionado inicial en función de las metas y motivaciones. Una vez iniciado, las personas pierden el control sobre el proceso.

Este proceso se hace evidente de varias formas:

- Dificultad para suprimir pensamientos no deseados.
- Rumiaciones: Son pensamientos conscientes que las personas dirigimos a un objeto dado durante un periodo prolongado como resultado de una meta frustrada.
- Inferencias espontáneas sobre rasgos de personalidad a partir de la observación del comportamiento (si vemos a alguien ceder el sitio en el autobús, inferiremos que es educado).

Si seguimos en la escala nos encontramos con los **procesos controlados** que se caracterizan por ser plenamente conscientes e intencionados (cuando estudiamos para aprender). Antes de poner en práctica una decisión son necesarios dos procesos, uno *deliberativo* (la persona considera las opciones que tiene) y otro centrado en la *implementación* de la decisión tomada. No siempre se dan los dos procesos.

Recapitulando de izquierda a derecha, de proceso más automático a más controlado:

Procesos preconscientes – Proc. Postconscientes – Proc. dependientes de metas – Proc. Controlados



7. LA RELACIÓN ENTRE EL AFECTO Y LA COGNICIÓN

La influencia del afecto sobre la cognición

Afecto: Lo que sentimos o el estado de ánimo que tenemos.

El estado de ánimo influye en los juicios sociales que se hagan sobre uno mismo y sobre los demás, de manera que se elaborarán juicios más positivos cuando se tiene un estado de ánimo positivo y viceversa. Es **el efecto de congruencia con el estado de ánimo**.

Modelo de infusión del afecto (*Forgas, 1995*): El estado emocional influye en los procesos cognitivos a través de dos mecanismos:

- A) Afectando a la atención y a la codificación de la información procedente del medio (**prestamos más atención a la información congruente con nuestro estado de ánimo**) y a la activación de categorías y esquemas. Actúa cuando necesitamos interpretar la información recurriendo a conocimientos que tenemos almacenados.
- B) Sirviendo como pista para inferir nuestro juicio sobre un determinado estímulo (**si estamos de buen humor inferiremos que el estímulo nos agrada y viceversa**). Se emplean heurísticos para hacer inferencias. Actúa cuando empleamos heurísticos para hacer inferencias.

Es importante señalar **dos tipos de efectos** que explican el impacto del estado emocional en la información que se recuerda:

- Recuerdo dependiente del estado de ánimo: Si cuando almacenamos la información estábamos de buen humor, es más probable que la recordemos en momentos en que nos encontramos de buen humor.
- Recuerdo congruente con el estado de ánimo: La tendencia es recordar información positiva cuando tenemos un estado de ánimo positivo y viceversa.

Parece lo mismo pero no lo es. No es lo mismo registrar información cuando nos encontramos en un estado de ánimo positivo, que registrar información positiva. Aunque en la mayoría de las ocasiones coincidan, obviamente.

Otro efecto de las emociones sobre la cognición...

Contaminación mental: Los juicios que emitimos están influenciados (contaminados) por información cargada emocionalmente (**pruebas que se presentan en los tribunales**).

La influencia de la cognición sobre el afecto

Schachter (1964) – **Teoría de los dos factores de la emoción**: En ocasiones nos resulta difícil identificar nuestras emociones, por lo que vamos a inferir su naturaleza a partir de las situaciones en las que experimentamos la activación (**si sentimos activación ante un examen pensaremos que es ansiedad y no miedo**).

Las estructuras cognitivas y los esquemas de situaciones también tienen impacto en las emociones. **Un grupo nos puede generar miedo porque su estereotipo esté ligado a la delincuencia.**



CAPITULO 3: COGNICIÓN SOCIAL

Pensamiento retrospectivo: La gente trata de disminuir el impacto de sucesos negativos o frustrantes a través de cogniciones. *Pensar que algo que ha salido mal era muy difícil que saliera bien, hace que parezca menos negativo y por lo tanto menos estresante.*

La acción de “caer en la tentación” tampoco es automática, sino estratégica: Implicarnos en actividades con consecuencias negativas es una de las tendencias que empleamos para reducir los sentimientos de angustia.

8. EL PAPEL DE LA MOTIVACIÓN EN LA COGNICIÓN SOCIAL

Nuestros recursos atencionales son limitados, por lo tanto debemos elegir a qué atendemos y esa elección es motivacional. El **razonamiento motivado** ha puesto de manifiesto que la motivación se encuentra presente en todas las fases del procesamiento cognitivo.

¿Hacia dónde dirige su influencia la motivación en la cognición social?

- La motivación puede ejercer sus efectos tanto en la dirección como en la intensidad del procesamiento.
- Los efectos están limitados por nuestra capacidad para justificarlos de acuerdo con nuestra comprensión de la realidad.

El concepto de **metas** es fundamental para comprender esto. Dependiendo de las metas que tengamos sacaremos unas conclusiones u otras. Personas con diferentes metas pueden llegar a hacer juicios muy diferentes y una misma persona puede sacar conclusiones diferentes de la misma información según cambian sus metas.

Según su efecto en la cognición, distinguimos **2 tipos de metas**:

- 1) Metas de precisión (nos motivan a llegar a conclusiones lo más aceptadas posible).
- 2) Metas de dirección (nos motivan para llegar a una determinada conclusión).

La cognición social está influida por los motivos sociales básicos, especialmente por 3 de ellos, comprensión, control y confianza.

Cuadro 3.10 Los motivos sociales básicos relacionados con la cognición social

Es necesario poder **comprender** a los demás para poder interactuar con ellos. Por lo tanto hemos desarrollado una motivación básica para dar sentido a la información que nos llega de los otros.

El motivo de **control** se refiere a la necesidad que tenemos de sentirnos competentes. Por ello el razonamiento motivado es tan importante ya que podemos llegar a las conclusiones que nos conviene para nuestro bienestar y felicidad.

El motivo de **confianza** nos lleva a esperar cosas buenas de la mayoría de la gente. Si vemos al otro de la mejor manera posible, nos sentiremos más felices y más seguros en la relación con él.