

Estereotipos y expresión emocional. Con cara de ira pareces competente y con cara triste pareces sociable

VERÓNICA BETANCOR, ARMANDO RODRÍGUEZ
Y NAIRA DELGADO
Universidad de La Laguna



Resumen

El objetivo de esta investigación es comprobar si la atribución de rasgos estereotípicos depende del tipo de expresión facial emocional que exhiben los individuos. Para ello, realizamos una investigación con 443 participantes a los que se pidió que atribuyeran rasgos de competencia y sociabilidad a fotos de caras de hombres y mujeres expresando diferentes emociones básicas. Los resultados muestran que las emociones negativas, ira y repugnancia, se relacionan con competencia mientras que miedo, tristeza y sorpresa se relacionan con sociabilidad. La alegría no presenta diferencias de atribución entre ambas dimensiones. Además, los resultados muestran que la asociación entre expresión emocional y competencia versus sociabilidad es independiente del género de la persona que expresa la emoción.

Palabras clave: Emoción, género, estereotipos, competencia, sociabilidad.

Stereotypes and emotional expression. When your face is angry you look competent and when your face is sad you look sociable

Abstract

The aim of this research is to verify whether the attribution of stereotypic traits depends on the type of facial emotional expression that the individuals exhibit. 443 female participants had to attribute traits of competence and sociability to men and women expressing different basic emotions. The results showed that negative emotions, anger and disgust, were associated with competence, whereas fear, sadness and surprise were associated with sociability. Happiness did not present differences of attribution between these two dimensions. Furthermore, the gender of the target does not affect these associations between emotional expression and competence versus sociability.

Keywords: Facial emotion displays, gender, stereotypes, competence, sociability.

Agradecimientos: El trabajo que se presenta en este artículo se ha realizado gracias a la financiación del proyecto de investigación PSI2009-09777, de la Dirección General de Investigación Científica y Técnica (DGICYT). Los autores quieren agradecer a Ramón Rodríguez y Alberto Pacios sus sugerencias y comentarios, y a Bárbara González y Raquel Rivero su colaboración en la codificación de los cuestionarios. Asimismo, deseamos dar las gracias a Tottenham, Borscheid, Ellertsen, Marcus y Nelson, por permitirnos la utilización de su base de datos de fotografías de expresiones emocionales de rostros.

Correspondencia con los autores: Facultad de Psicología. Universidad de La Laguna. Campus de Guajara. 38205 La Laguna (Tenerife). E-mail: verbetan@ull.es - arguez@ull.es - ndelgado@ull.es

La habilidad para relacionarnos con los demás depende no sólo de nuestra pericia para manejar la propia expresión facial sino de nuestra maestría para “leer” las caras de los otros. Esta competencia es fundamental en la interacción social cotidiana y, en reconocimiento a esa importancia, a partir de los años 80, muchos investigadores sobre las emociones derivaron su atención al estudio de la habilidad para reconocer y decodificar expresiones emocionales. Sin embargo, aunque se acepta que, generalmente, esta habilidad tiene un fundamento innato, muchos investigadores se cuestionan en qué medida los procesos involucrados en esa conducta son maleables. Así, se han realizado estudios dirigidos a comprender qué factores contribuyen a la precisión y qué factores, incluidas las lesiones neurológicas, sesgan el procesamiento de la información relativo a la expresión facial de la experiencia emocional (véase Zebrowitz, 2006, para una revisión extensa).

El objetivo de esta investigación es comprobar si al reconocer una expresión facial emocional derivamos información estereotípica sobre la competencia y sociabilidad, y si esta inferencia depende de que la cara del actor corresponda a un hombre o a una mujer.

La relevancia de las dimensiones evaluativas de competencia y sociabilidad en la percepción social ya ha sido puesta de manifiesto por distintos investigadores. El primero en destacar el papel de estas dos dimensiones fue Asch (1946), quien comparó la impresión que producía una persona descrita como competente, pero a la vez sociable, con una persona competente pero fría. Posteriormente, un análisis multidimensional realizado por Rosenberg, Nelson y Vivekanathan (1968) confirmó que las dimensiones básicas que subyacen a la agrupación que las personas hacen de los rasgos son las de competencia y sociabilidad.

En un contexto discursivo crítico respecto a los estereotipos de rol sexual, Huici (1984) apunta que la competencia y la sociabilidad son dos dimensiones evaluativas que se emplean para acentuar las diferencias intergrupo debidas al estatus. Así, en sociedades que profesan valores liberales y existen contactos interpersonales frecuentes “los grupos de alto estatus se caracterizan en términos de competencia y éxito económico, y los grupos de bajo estatus en términos de sociabilidad, “buen corazón” y humanidad” (Huici, 1984, p. 582).

Investigaciones más recientes, como la realizada por Fiske, Cuddy, Glick y Xu, (2002), consideran tan importantes las dimensiones de sociabilidad y competencia en la percepción de los otros, que han descansado sobre ellas la teoría sobre el contenido de los estereotipos. Concretamente, estos autores afirman que la sociabilidad y la competencia estructuran el contenido de los estereotipos de todos los grupos, y que son tan importantes porque reflejan diferencias de estatus y nos ayudan a clasificar a los otros como colaboradores o competidores. Así, los grupos de alto estatus se perciben como altos en competencia y bajos en sociabilidad (por ejemplo: judíos, asiáticos, y otros), mientras que los de bajo estatus se perciben incompetentes pero sociables (por ejemplo: ancianos, discapacitados, entre otros).

Asimismo, Betancor, Rodríguez, Rodríguez, Leyens y Quiles (2005) comprobaron que el estatus covaría con la atribución de competencia y sociabilidad y determinaron que dicha atribución tiene lugar no sólo en el exogrupo sino también en el endogrupo. Concretamente, el grupo de bajo estatus (canarios) se consideró, tanto por los miembros del endogrupo como del exogrupo, alto en sociabilidad y bajo en competencia. De modo opuesto, los grupos de alto estatus (madrileños y catalanes) se consideraron altos en competencia y bajos en sociabilidad.

La relevancia de estas dos dimensiones en relación con las expresiones emocionales se observa en investigaciones que muestran que a las personas con expresio-

nes de ira se las ve dominantes, fuertes, competentes y brillantes pero también menos cálidas, amistosas y amables (Clark, Pataki y Carver, 1996; Labott, Martin, Eason y Berkey, 1991). Además se les atribuye posiciones sociales más poderosas que a los individuos con expresiones de tristeza (Conway, Di Fazio y Mayman, 1999; Tiedens, Ellsworth y Mesquita, 2000). Complementariamente, investigaciones sobre emociones positivas, como la alegría y la sorpresa, señalan que dichas expresiones emocionales no están asociadas con el estatus, es decir, que se asocian en la misma medida con personas de alto y de bajo estatus (Shaver, Schwartz, Kirson y O'Connor, 1987).

Nuestro interés en esta investigación es seguir indagando en esta relación entre expresión emocional y dimensiones de competencia y sociabilidad y, además, comprobar si el género de quien expresa la emoción afecta a dicha relación.

Hasta ahora, los resultados de los estudios interesados en las relaciones entre expresión facial y género son contradictorios. Así, por ejemplo, Plant, Hyde, Keltner y Devine (2000, Estudio 2) investigaron de qué modo expresiones emocionales ambiguas y no ambiguas de ira y tristeza exhibidas por hombres y mujeres daban lugar a inferencias distintas. Los participantes debían indicar en qué medida esas expresiones emocionales representaban tristeza, ira, disgusto o compasión. Los resultados indicaron que, pese a que las expresiones eran exactamente las mismas, se consideró a las mujeres más tristes y compasivas que a los hombres. En cambio, a estos se les consideró más enfadados y despreciativos que a las mujeres.

Sin embargo, cuando Hess, Blairy y Kleck (2000) emplearon como variable dependiente dos dimensiones evaluativas no relacionadas con las emociones: la dominancia y la afiliación, no obtuvieron los mismos resultados relativos al papel del género. Concretamente, presentaron a los participantes en la investigación fotos de ira, repugnancia, miedo, tristeza y alegría correspondientes a dos hombres y dos mujeres caucásicos así como a dos hombres y dos mujeres japoneses. Además, mediante un programa de "*morphing*" consiguieron crear varios niveles de intensidad de modo que para cada expresión emocional tenían tres fotos (neutra, moderada intensidad y alta intensidad). Cada participante juzgaba un bloque de 20 fotos (*e.g.* las caras de 4 personas caucásicas, 2 de hombre y 2 de mujer, correspondientes a un nivel de intensidad en las cinco emociones). Los resultados mostraron que la atribución de afiliación y dominación dependía del tipo de emoción específica expresada, independientemente del género y de la pertenencia étnica de la cara.

En consecuencia, en lugar de confirmar la acción del estereotipo de género sobre los rasgos de dominancia y afiliación, los resultados mostraron que las variaciones en las respuestas de los perceptores eran independientes de que la cara presentada correspondiera a un hombre o a una mujer. Deja abierta, por tanto, la posibilidad de restringir el efecto de los estereotipos a aquellos casos en los que la tarea se limite a reconocer emociones y no a tareas que requieran derivar rasgos de personalidad o intenciones conductuales. En realidad confirma, en este dominio, tanto el modelo de procesamiento dual (Calder y Young, 2005), como la perspectiva ecológica (Zebrowitz y Montepare, 2005). La primera se sustenta en que tanto la percepción de la identidad de las caras (*e.g.* el género) como la percepción de la expresión facial son procesos independientes que tienen lugar en áreas cerebrales distintas (Tranel, Damasio y Damasio, 1988). La segunda, considera que lo relevante no es la percepción de caras, ni la percepción de elementos de identidad, ni la percepción de rasgos psicológicos o emociones, sino la percepción del potencial de acción con el que se asocia (Gibson, 1969). En

ambos casos, el procesamiento individualizado de la información facial tiene una mayor influencia que el procesamiento de información estereotípica.

En este estudio nos proponemos averiguar el potencial inferencial que tienen las expresiones emocionales de mujeres y hombres en dos dimensiones estereotípicas: competencia y sociabilidad. Hasta el momento no existen investigaciones que asocien competencia y sociabilidad con las expresiones emocionales básicas. Sí contamos, en cambio, con resultados consistentes que consideran que la expresión emocional es un marcador del estatus y una forma de reflejar la posición en una jerarquía social. Por ejemplo, Clark (1990) apunta que los individuos con alto estatus exhiben con más frecuencia expresiones de cólera como un medio de mantener o incrementar la distancia social.

En consecuencia, hipotetizamos que las emociones negativas de ira y repugnancia, indicadoras de alto estatus, se relacionarán más con competencia que con sociabilidad. Y, al contrario, las emociones de miedo y tristeza, indicadoras de bajo estatus, se asociarán más con sociabilidad que con competencia. Por su parte, la sorpresa y la emoción positiva de alegría al no estar dirigidas por el estatus, no darán lugar a diferencias entre sociabilidad y competencia. Además, esta relación es tan potente que ocurre independientemente del género, de modo que ser hombre o mujer no tendrá ningún efecto sobre el patrón de atribución de rasgos de competencia y sociabilidad a las diferentes expresiones emocionales.

Método

Participantes

Participaron en esta investigación 443 mujeres, estudiantes de la Facultad de Psicología, Facultad de Educación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y Escuela Universitaria de Estudios Empresariales. Se eliminaron de los análisis a 7 participantes que no reconocieron la emoción prototípica expresada en las fotos del cuestionario, por lo que la muestra final fue de 436 mujeres. Las participantes recibían créditos de curso por cumplimentar el cuestionario.

Materiales

Para realizar la investigación se empleó un cuestionario que incluía fotografías de rostros de mujeres y hombres expresando emociones básicas, y un listado de rasgos.

Fotografías de expresiones emocionales

Se emplearon fotografías de caras con expresiones emocionales de alegría, tristeza, sorpresa, miedo, ira, repugnancia y neutra. Con el objetivo de disponer de imágenes estandarizadas, estas se seleccionaron de la base de datos de Tottenham, Borscheid, Ellertsen, Marcus y Nelson (2002), que tiene distintos baremos asociados a la expresión emocional de cada rostro. Concretamente, se escogieron rostros de dos hombres y dos mujeres que expresaban las siete emociones básicas, y que eran homogéneos en varios criterios: el tiempo de reacción requerido por una muestra de sujetos para decidir la emoción expresada, el grado de intensidad emocional atribuido al rostro, y el porcentaje de acuerdo sobre la emoción expresada. Esto es, se seleccionaron caras prototípicas de cada emoción. En conjunto se emplearon 28 fotografías correspondientes a cuatro personas (dos hombres y dos mujeres) con siete expresiones emocionales distintas (véase el Apéndice para los códigos de las fotografías seleccionadas de la base de datos).

Cada participante veía una única fotografía de una cara prototípica de una determinada expresión emocional.

Cuestionario de sociabilidad y competencia

En el cuestionario de sociabilidad y competencia se presentaba a cada participante sólo una de las fotografías de las expresiones emocionales seleccionadas, seguida de un listado de 22 rasgos de los que 6 se referían a sociabilidad, 6 a competencia y otros 10 de relleno. Los rasgos de competencia y sociabilidad fueron los mismos que utilizaron Fiske *et al.* (2002), en su segundo estudio. Concretamente, los rasgos de sociabilidad utilizados fueron: Bienintencionada, Cálida, Digna de confianza, Amistosa, Bondadosa y Sincera. Los rasgos de competencia fueron: Inteligente, Capaz, Competente, Eficiente, Hábil y Segura.

Todos los rasgos utilizados tenían valencia positiva debido a dos razones. En primer lugar porque, en la actualidad, estereotipos y prejuicios se manifiestan más por la negación de rasgos positivos que por la atribución de rasgos negativos, lo que trae consigo una mayor variación en los atributos positivos que en los negativos (Dovidio, Kawakami y Gaertner, 2000; Mummendey, 1995). En segundo lugar, porque la investigación en percepción social muestra que las personas en tareas evaluativas tienden a usar más los rangos de respuesta del polo positivo de la escala que los negativos porque estos últimos tienen un peso desproporcionado sobre el conjunto (Fiske, 1980; Skowronski y Carlston, 1989).

El listado de rasgos iba seguido de una escala unipolar positiva. Concretamente, las participantes tenían que señalar, en una escala de 1 (nada) a 7 (totalmente), en qué medida a la persona de la fotografía se le podían adjudicar cada uno de los rasgos presentados. Así, una baja puntuación representa la ausencia de dicho rasgo en la expresión emocional observada, mientras que una alta puntuación significa presencia del rasgo en la expresión emocional.

Diseño

Se realizó un diseño de 7 (Emoción: ira, repugnancia, miedo, tristeza, alegría, sorpresa, neutra) x 2 (Target: foto hombre o mujer) x 2 (Tipo de rasgo: sociabilidad *vs.* competencia).

Las dos primeras variables eran intergrupo y la última intragrupo.

La variable dependiente fue la puntuación media en competencia y sociabilidad para cada una de las emociones presentadas.

Además, en el análisis inicial se incluyeron dos variables de control. Por un lado, para evitar que las inferencias se derivaran de alguna interacción indeseada entre la cara de hombre y de mujer y la expresión emocional, se incluyeron dos modelos de cada género. Por otro, para evitar el efecto del orden de presentación de los rasgos los contrabalanceamos en dos órdenes diferentes.

Procedimiento

En el contexto del aula, se pidió a las participantes su colaboración en una investigación sobre los procesos que intervienen en el modo en que nos formamos impresiones de las personas. A continuación se les entregó un cuadernillo en el que se les informaba de las tres tareas que debían llevar a cabo. La primera tarea consistía en mirar la fotografía de una cara (hombre o mujer) expresando una determinada emoción (alegría, ira, miedo, repugnancia, sorpresa, tristeza o neutra) y formarse una impresión de la persona de la fotografía. Cada participante veía una única fotografía.

Terminada la primera tarea se pedía a las participantes que pasasen la hoja. Se les presentaba entonces la misma fotografía, seguida de un listado de rasgos. Concretamente, 6 rasgos de sociabilidad, 6 rasgos de competencia y 10 de relleno. En esta tarea los participantes debían señalar, en una escala de 1 (nada) a 7

(totalmente), en qué medida a la cara fotografiada se le podían adjudicar cada uno de los rasgos.

Por último, en la tercera tarea se les volvía a presentar la fotografía y se les pedía que de un listado donde aparecían las siete emociones básicas, escogieran aquella que estaba experimentando la persona de la fotografía. Esta tarea tenía como objetivo desestimar a los participantes que no acertaran en el reconocimiento de la emoción que se presentaba.

Además, se les pedía que resumieran en unas líneas la impresión que se habían formado de la persona en la primera tarea.

Cada participante respondía a una única cara y a una única expresión emocional.

Resultados

Antes de realizar el análisis de las variables experimentales determinamos la consistencia interna de los rasgos correspondientes a las dimensiones de competencia y sociabilidad. En ambos casos el alpha de Cronbach resultó ampliamente satisfactorio ($\alpha = .85$ y $.86$, respectivamente).

A continuación, con las respuestas de los participantes se llevó a cabo un Anova inicial de 7 (Emoción: ira, repugnancia, miedo, tristeza, alegría, sorpresa, neutra) x 2 (Target: foto hombre *vs.* foto mujer) x 4 (Modelo: modelo 1 *vs.* modelo 2 *vs.* modelo 3 *vs.* modelo 4) x 2 (Orden: orden 1 *vs.* orden 2) x 2 (Tipo de rasgo: competencia *vs.* sociabilidad).

La variable orden y la variable modelo, tal y como se esperaba, no resultaron significativas por lo que se eliminaron de los análisis posteriores.

Los resultados muestran un efecto principal de la variable target ($F_{(1, 422)} = 9,592$; $p = .002$, MCE = 12.92). Concretamente, cuando el target es una mujer obtiene una puntuación media significativamente más alta ($M = 4.1$) que cuando es un hombre ($M = 3.8$). Es decir, da lugar a atribuciones más potentes en el conjunto de los rasgos de competencia y sociabilidad en las mujeres que en los hombres.

Asimismo, también hay un efecto principal de la variable emoción ($F_{(6, 422)} = 31,984$; $p = .000$, MCE = 43.09). La mayor puntuación es para la emoción de alegría ($M = 5.0$), obteniendo puntuaciones cercanas la emoción de sorpresa ($M = 4.5$) y la neutra (4.2), y correspondiendo la menor puntuación a la emoción de ira ($M = 3.3$).

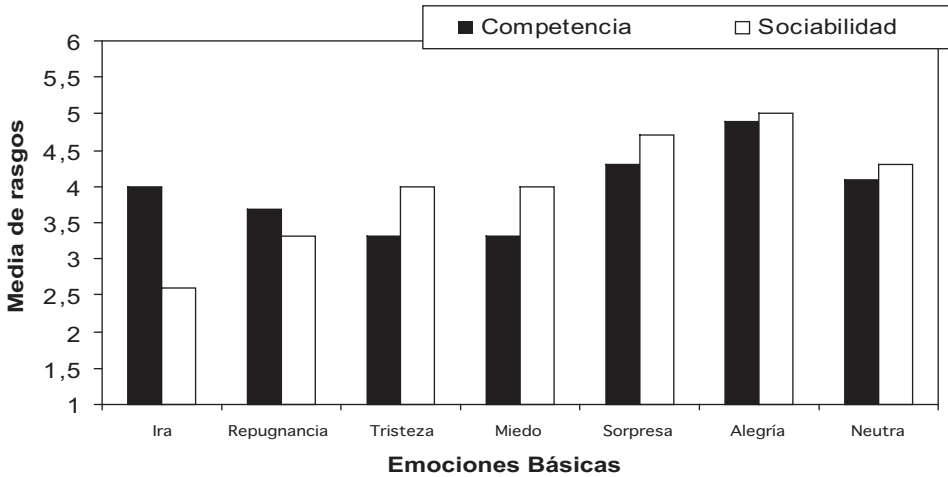
No obstante, estos efectos principales son cualificados por la interacción doble obtenida. Concretamente, hay una interacción significativa entre el tipo de rasgo y la emoción ($F_{(6, 422)} = 31,413$; $p = .000$, MCE = 14.82).

Como se puede observar en la figura 1, cuando la expresión emocional es de ira es mayor la media obtenida en rasgos de competencia ($M = 4.0$) que de sociabilidad ($M = 2.6$), ($t_{(422)} = 10.18$, $p < .001$). De igual forma, cuando la expresión es de repugnancia también se encuentra una media más alta para rasgos de competencia ($M = 3.7$) que de sociabilidad ($M = 3.3$), ($t_{(422)} = 3.54$, $p < .001$). Esto es, las emociones de ira y de repugnancia se relacionan más con competencia que con sociabilidad.

Sin embargo, cuando la expresión es de tristeza se obtiene una media más alta para rasgos de sociabilidad ($M = 4.0$) que de competencia ($M = 3.3$), ($t_{(422)} = 5.80$, $p < .001$). Lo mismo ocurre con la emoción de miedo, a la que también se asigna una media más alta en atributos de sociabilidad ($M = 4.0$) que de competencia ($M = 3.3$), ($t_{(422)} = 5.78$, $p < .001$), y con la expresión emocional de sorpresa, para la que nuevamente se obtiene una media más elevada en los rasgos de sociabilidad ($M = 4.7$) que de competencia ($M = 4.3$), ($t_{(422)} = 2.93$, $p = .03$). En este caso,

FIGURA 1

Medias de rasgos de competencia y sociabilidad atribuidos en función de la expresión emocional presentada



las emociones de tristeza, miedo y sorpresa se relacionan más con sociabilidad que con competencia.

Hay dos emociones, la alegría y la neutra, donde no hay diferencias significativas entre las puntuaciones medias obtenidas para los rasgos de competencia y sociabilidad. Concretamente, no hay diferencias significativas en la expresión de alegría entre las puntuaciones medias de los rasgos de competencia ($M = 4.9$) y los de sociabilidad ($M = 5.0$), ($t_{(422)} = .068$, $p = .49$). Tampoco para la expresión neutra hay una diferencia significativa entre la puntuación media obtenida por la dimensión de competencia ($M = 4.1$) y la de sociabilidad ($M = 4.3$), ($t_{(422)} = 1.76$, $p = .079$).

Es interesante destacar que no se obtiene ninguna interacción significativa de la variable género del target con el resto de variables planteadas. Es decir, que la atribución de rasgos de competencia y sociabilidad a las diferentes expresiones emocionales es independiente del género de la persona que expresa dichas emociones.

Además, como complemento a estos resultados, llevamos a cabo un análisis independiente de las caras neutras de varones y mujeres con el objeto de comprobar la emergencia de información estereotípica en la atribución de competencia y sociabilidad. El análisis de varianza mostró un efecto principal significativo de la variable tipo de rasgo ($F_{(1,57)} = 4.39$; $p = .041$, $MCE = 1.47$). Concretamente, las participantes experimentales puntuaron más alto en los rasgos de sociabilidad ($M = 4.30$; $DT = 1.04$) que en los de competencia ($M = 4.08$; $DT = 1.03$). Sin embargo, ni el género del target ($F_{(1,57)} = 1.75$; $p = .19$, $MCE = 3.14$) ni la interacción entre el tipo de rasgo y el género ($F_{(1,57)} = .28$; $p = .59$, $MCE = 0.09$) resultaron significativas.

Discusión

Esta investigación tenía un doble propósito. En primer lugar, comprobar la relación entre la expresión facial de las emociones y las dimensiones perceptivas de competencia y sociabilidad. En segundo lugar, verificar el efecto que sobre dicha asociación tienen las expectativas estereotípicas del rol de género.

La primera conclusión importante de esta investigación es que, tal y como señalan los resultados, la expresión facial emocional tiene capacidad para generar inferencias en dimensiones de competencia y sociabilidad.

Concretamente, los resultados muestran cómo las emociones negativas de ira y repugnancia se relacionan con competencia, mientras que la tristeza y el miedo se relacionan con sociabilidad. Estos resultados se pueden explicar atendiendo a la diferenciación entre emociones de alta potencia y emociones de baja potencia que Osgood, Suci y Tannenbaum (1957) establecen en sus estudios sobre el diferencial semántico. Así, la alta potencia se refiere al sentimiento de control sobre las situaciones y sobre los otros, mientras que la baja potencia alude al sentimiento de ser controlado e influido por factores externos. En este sentido, diferentes investigaciones muestran que la ira y la repugnancia son emociones de alta potencia, porque expresan desagrado hacia el otro y son una afirmación de autoridad, mientras que tristeza y miedo son emociones de baja potencia porque se asocian con pasividad y reflejan una percepción de las circunstancias como inciertas e incontrolables (Averill, 1982; Shaver *et al.*, 1987; Smith y Ellsworth, 1985).

En cambio, los resultados sobre la emoción positiva de alegría no dieron lugar a diferencias de atribución de competencia y sociabilidad. Ya que, como esperábamos, ésta no se asocia con el estatus (Conway *et al.*, 1999; Shaver *et al.*, 1987).

Finalmente, los resultados relativos a la expresión de sorpresa, muestran que se relaciona más con sociabilidad que con competencia. Esto es, se comporta igual que las emociones negativas de baja potencia como el miedo y la tristeza. Los sujetos que participaron en la investigación fueron capaces de detectar que la cara expresaba sorpresa pero, dada la valencia incierta de esa emoción (dependiendo de que se trate de una reacción a un acontecimiento agradable o desagradable), es posible que el escenario subjetivo imaginado por los participantes determinara el signo y la potencia de la expresión emocional.

Una cuestión para el debate es la diferencia de análisis que requiere decidir entre la sociabilidad y la competencia de una persona, y el elegir la emoción que está sintiendo. Así, mientras que la sociabilidad y la competencia son dimensiones estables de la persona, las emociones son roles transitorios. Sin embargo, en nuestra investigación no estamos pidiendo a las participantes que elaboren una impresión extensa de la persona, ni que hagan un análisis exhaustivo teniendo en cuenta diferentes fuentes de información. Nuestro interés es observar cómo funcionan esas dos dimensiones en la formación de la primera impresión. Y lo cierto es que la mínima información tiene el máximo peso. Esto es, una conducta, un gesto o una emoción, tienen en la primera impresión un efecto de primacía indudable, porque el individuo, de acuerdo con las investigaciones de Willis y Todorov (2006), normalmente elaboran una impresión global y consistente en un intervalo inferior a 100 ms.

La segunda conclusión importante de este estudio es que las expresiones emocionales se relacionan con sociabilidad y competencia independientemente del género de la persona que expresa la emoción. Es decir, cuando se ve a una persona expresando ira o repugnancia se infiere que esa persona es competente tanto si es un hombre como si es una mujer. Y, cuando una persona expresa tristeza, miedo o sorpresa, se infiere que es sociable tanto si es hombre como mujer.

Este resultado es relevante porque establece que el procesamiento de la expresión emocional tiene prioridad para hacer inferencias acerca de estas dos dimensiones sobre el procesamiento en términos de identidad de género. En consecuencia, cuando los participantes vieron la cara de una persona expresando una emoción tomaron sus decisiones sustentándose en la información de dicha expresión y no en el género de quien la expresaba.

Si en estas condiciones, el género hubiese tenido más peso que la expresión emocional, los resultados habrían mostrado un patrón de relación entre emoción y rasgos de competencia y sociabilidad distinto para hombres y para mujeres, más cercano a las expectativas estereotípicas derivadas del género. Esto es, en las mujeres habría desviado los resultados hacia la sociabilidad y en el caso de los hombres los habría sesgado hacia los rasgos de competencia. Sin embargo, las diferencias encontradas en la atribución de rasgos de competencia y sociabilidad se deben al tipo de expresión emocional desplegada y no al género de la persona que representaba la emoción.

Los resultados obtenidos coinciden con los encontrados en otras investigaciones que muestran la preferencia de la información emocional por encima de informaciones derivadas de la pertenencia social (Hess *et al.*, 2000).

Además, tampoco el análisis de las respuestas a caras neutras muestra un mayor impacto de la información estereotípica. Las participantes en el experimento no dieron puntuaciones más altas a los rasgos de competencia que de sociabilidad al evaluar las caras de hombres, ni puntuaron más alto los rasgos de sociabilidad que los de competencia al evaluar las caras de mujeres. Este resultado contrasta con el hallado por Philippot y Yabar (2005) que encontraron que ante caras neutras los individuos tendían a atribuir más tendencias de acción estereotípicas, aunque este efecto se refería al exogrupo y no al endogrupo. Además, estos autores aceptan que sus resultados requieren de más comprobaciones para determinar los factores responsables de la atribución de rasgos a la percepción de caras por varias razones.

En primer lugar, porque al pedir a sus sujetos respuestas de si/no a la atribución de determinada tendencia de acción estereotípica estaban “forzando la potencia del impacto del estereotipo en la decodificación de las expresiones neutras” (p. 534). Según ellos mismos advierten, en la mayoría de las situaciones intergrupo, la interpretación de las expresiones faciales no conlleva una respuesta de si o no sino que se trata de una cuestión de grado en donde se entremezcla la intensidad, la cualidad de la expresión y su naturaleza transitoria.

En segundo lugar, porque presentar caras del endogrupo y del exogrupo a los mismos individuos estaba generando un contexto intergrupar y activando la información estereotípica. Es muy probable que en la atribución de significado a una cara fuera de un contexto de contraste de pertenencias, los perceptores no hagan uso de la información estereotípica (¿qué estereotipo activar, el de hombre, el de joven o el de estatus socioeconómico?).

Finalmente, porque es posible que el uso de información estereotípica dependa de la naturaleza o la valencia de dicha información. Aunque Philippot y Yabar (2005) controlaron la valencia de la información estereotípica y no estereotípica, esta información era predominantemente negativa. Y ello pudo ser la causa de que solo se empleara para dar significado a las caras neutras del exogrupo y no del endogrupo.

Los resultados de este experimento son congruentes con el modelo dual de la investigación neuropsicológica sobre percepción de caras. Tanto los estudios con técnicas de imagen cerebral y potenciales evocados como los realizados con pacientes neurológicos han mostrado que los mecanismos cerebrales y la actividad neuronal y metabólica que tiene lugar en la percepción de la identidad de una cara es independiente de la que tiene lugar en la percepción de la expresión emocional (Balconi y Pozzoli, 2005; Boehm y Sommer, 2005; Guillaume y Tiberghien, 2005). Así lo corroboran estudios sobre lesiones cerebrales en los que se ha encontrado que la incapacidad, por ejemplo, de los prosopagnósicos congénitos para reconocer una cara no les impide identificar la expresión emocional (Humphreys, Avidan y Behrmann, 2007), mientras que lo opuesto se

observa entre los autistas, que tienen dificultades para ver las emociones en las caras de los demás pero no carecen de las habilidades para reconocerlos e identificarlos (Celani, Battacchi y Arcidiacono, 1999).

También son congruentes los resultados de esta investigación con lo establecido en el modelo dual de la percepción social de Fiske y Neuberg (1990). Así, el procesamiento de la información personal adopta dos vías independientes pero complementarias: una que se inicia con la activación de información categorial y se articula en una fase posterior con la información sensorial (procesamiento arriba-abajo) y otra que se inicia en la información individualizada y se asocia inmediatamente a la información categorial (procesamiento de abajo-arriba). No obstante, los autores precisan que dependiendo de factores motivacionales y de las demandas de las tareas los perceptores pueden destinar sus recursos cognitivos a una de las dos vías. Así, un contexto situacional altamente controlado como el de esta investigación ha podido propiciar que las participantes bloquearan el procesamiento de la información categorial referida al género de la persona que aparece en la fotografía, y que basaran sus juicios exclusivamente en las asociaciones entre las emociones y los rasgos de competencia y sociabilidad.

Esta investigación plantea nuevos interrogantes que abordar en el futuro. En primer lugar, la muestra en esta investigación estaba compuesta únicamente por participantes de género femenino. Por tanto, los resultados encontrados se circunscriben a cómo las mujeres atribuyen las dimensiones de competencia y sociabilidad a diferentes expresiones emocionales básicas. Sería interesante abordar una nueva investigación para comprobar si los hombres siguen la misma pauta atribucional que las mujeres.

En segundo lugar, es posible que los participantes no hayan interpretado las escalas utilizadas como rasgos unipolares sino, tal y como plantean Russell y Carroll (1999) como escalas bipolares. En este último caso, una puntuación baja en sociabilidad significaría sociabilidad negativa y una puntuación baja en competencia significaría incompetencia. Por tanto, aunque la mayoría de los estudios actuales sobre percepción de caras llevados a cabo con técnicas de neuroimagen trabajan con rasgos unipolares para determinar la relevancia de un rasgo en el proceso inferencial (Oosterhof y Todorov, 2008; Willis y Todorov, 2006), es preciso controlar el sesgo que puede resultar de emplear solo atributos positivos para determinar su relevancia ante expresiones emocionales positivas y negativas.

Por último, sería interesante abordar el papel del contexto y si la interacción de éste con la expresión emocional es más fuerte o más débil que la interacción con el género. Los estudios sobre emoción muestran que la expresión facial no es la única fuente de información que emplea un perceptor para determinar el estado emocional de los otros. Contrariamente a los estudios de laboratorio, en la vida real, los individuos no se encuentran sólo ante una cara sino que disponen de múltiples y variadas fuentes de información. De hecho, algunas investigaciones han mostrado que, en ocasiones, la situación es una fuente de información sobre el estado emocional más importante que la propia cara (Fernández Dols, 1999; Fernández Dols y Ruiz Belda, 1995). En segundo lugar, faltaría por saber si el género afecta o matiza la información facial emocional en otra dirección. Por ejemplo, recortando el tiempo de procesamiento (es posible que los perceptores infieran rasgos de competencia a partir de una expresión de ira de un hombre en menos tiempo que ante una expresión de ira de una mujer) o modificando el grado con que se aplica el rasgo (es posible que se considere más sociable una cara triste de mujer que una cara triste de hombre).

Dar respuesta a estas cuestiones permitirá avanzar en el conocimiento de la función social de las expresiones emocionales.

Referencias

- ASCH, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 1231-1240.
- AVERILL, J. R. (1982). *Anger and aggression: An essay on emotion*. Nueva York: Springer-Verlag.
- BALCONI, M. & POZZOLI, U. (2005). Morphed facial expressions elicited a n400 erp effect: A domain-specific semantic module? *Scandinavian Journal of Psychology*, 46, 467-474.
- BETANCOR, V., RODRÍGUEZ, A., RODRÍGUEZ, R., LEYENS, J. P. & QUILES, M. N. (2005). El efecto del estatus en la atribución de las dimensiones estereotípicas de sociabilidad y competencia. *Psicobema*, 17, 297-302.
- BOEHM, S. & SOMMER, W. (2005). Neural correlates of intentional and incidental recognition of famous faces. *Cognitive Brain Research*, 23, 153-163.
- CALDER, A. J. & YOUNG, A. W. (2005). Understanding the recognition of facial identity and facial expression. *Nature Reviews Neuroscience*, 6, 641-651.
- CELANI G, BATTACCHI M. & ARCIDIACONO L. (1999). The understanding of the emotional meaning of facial expressions in people with autism. *Journal of Autism and Developmental Disorders* 29, 57-66.
- CLARK, C. (1990). Emotions and micropolitics in everyday life: some patterns and paradoxes of place. En T. D. Kemper (Ed.), *Research agendas in the Sociology of Emotions* (pp. 305-333). Albany: Suny Press.
- CLARK, M., PATAKI, S. & CARVER, V. (1996). Some thoughts and findings on self-presentation of emotions in relationships. En G. J. Fletcher & J. Fitness (Eds.), *Knowledge structures in close relationships: A social psychological approach* (pp. 247-274). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- CONWAY, M., DI FAZIO, R. & MAYMAN, S. (1999). Judging others' emotions as a function of others's status. *Social Psychology Quarterly*, 62, 291-305.
- DOVIDIO, J. F., KAWAKAMI, K. & GAERTNER, S. L. (2000). Reducing contemporary prejudice: Caombating explicit and implicit bias at the individual and intergroup level. En S. Oskamp (Ed.), *Reducing prejudice and discrimination* (pp. 137-163). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- FERNÁNDEZ-DOLS, J. M. (1999). Facial expression and emotion: A situationist view. En P. Philippot, R. S. Feldman & E. J. Coats (Eds.), *The social context of nonverbal behavior* (pp. 242-261). Cambridge: Cambridge University Press.
- FERNÁNDEZ DOLS, J. M. & RUIZ BELDA, M. A. (1995). Are smiles a sign of happiness? *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1113-1119.
- FISKE, S. (1980). Attention and weight in person perception: The impact of negative and extreme behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 889-906.
- FISKE, S., CUDDY, A., GLICK, P. & XU, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- FISKE, S. & NEUBERG, S. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 23, pp. 1-74). Nueva York: Academic Press.
- GIBSON, E. J. (1969). *Principles of perceptual learning and development*. Nueva York: Appleton-Century-Crofts.
- GUILLAUME, F. & TIBERGHIEN, G. (2005). Electrophysiological study of contextual variations in a short-term face recognition task. *Cognitive Brain Research*, 22, 471-487.
- HESS, U., BLAIRY, S. & KLECK, R. (2000). The Influence of Facial Emotion Displays, Gender, and Ethnicity on Judgments of Dominance and Affiliation. *Journal of Nonverbal Behavior*, 24, 265-283.
- HUIGI, C. (1984). The individual and social functions of sex-role stereotypes. En H. Tajfel (Ed.), *The social dimension* (Vol. 2, pp. 579-602). Cambridge, USA: Cambridge University Press.
- HUMPHREYS, K., AVIDAN, G. & BEHRMANN M. (2007). A detailed investigation of facial expression processing in congenital prosopagnosia as compared to acquired prosopagnosia. *Experimental Brain Research*, 176, 356-373.
- LABOTT, S., MARTIN, R., EASON, P. & BERKEY, E. (1991). Social reaction to the expression of emotion. *Cognitive and emotion*, 5, 397-417.
- MUMMENDEY, A. (1995). Positive distinctiveness and social discrimination: An old couple living in divorce. *European Journal of Social Psychology*, 25, 657-670.
- OOSTERHOF, N. & TODOROV, A. (2008). The functional basis of face evaluation. *Proceeding of the national academy of science of the United States of America*, 105, 11.087-11.092.
- OSGOOD, CH. E., SUCI, G. J. & TANNENBAUM, P. H. (1957). *The measurement of meaning*. Illinois: University of Illinois Press.
- PHILIPPOT, P. & YABAR, Y. (2005). Stereotyping and action tendencies attribution as a function of available emotional information. *European Journal of Social Psychology*, 35, 517-536.
- PLANT, E., HYDE, J., KELTNER, D. & DEVINE, P. (2000). The Gender Stereotyping of Emotions. *Psychology of Women Quarterly*, 24, 81-92.
- ROSENBERG, S., NELSON, C. & VIVEKANATHAN, P. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 283-294.
- RUSSELL, J. A. & CARROLL, J. M. (1999). On the bipolarity of positive and negative affect. *Psychological Bulletin*, 125, 3-30.
- SHAVER, P., SCHWARTZ, J., KIRSON, D. & O'CONNOR, C. (1987). Emotion knowledge: further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1061-1086.
- SKOWRONSKI, J. J. & CARLSTON, D. E. (1989). Negativity and extremity biases in impression formation: A review of explanations. *Psychological Bulletin*, 105, 131-142.
- SMITH, C. & ELLSWORTH, P. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 813-838.
- TIEDENS, L., ELLSWORTH, P. & MESQUITA, B. (2000). Stereotypes about sentiments and status: emotional expectations for high- and low-status group members. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 560-574.
- TOTTENHAM, N., BORSCHIED, A., ELLERTSEN, K., MARCUS, D. & NELSON, C. (2002). *Categorization of facial expressions in children and adults: establishing a larger stimulus set*. Poster presentado en el Cognitive Neuroscience Society Annual Meeting, San Francisco, Estados Unidos.
- TRANEL, D., DAMASIO, A. & DAMASIO, H. (1988). Intact recognition of facial expression, gender, and age in patients with impaired recognition of face identity. *Neurology*, 38, 690-696.

WILLIS, J. & TODOROV, A. (2006). First impression. Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological Science*, 17, 592-598.

ZEBROWITZ, L. (2006). Finally faces find favor. *Social Cognition* 24, 657-701.

ZEBROWITZ, L. & MONTEPARE, J. M. (2005). Appearance does matter. *Science*, 308, 1565-1566.

Apéndice

Códigos de las fotografías seleccionadas de la base de datos de Tottenham *et al.* (2002), utilizadas en la investigación

<i>Emoción</i>	<i>Modelo 1 Hombre</i>	<i>Modelo 2 Hombre</i>	<i>Modelo 1 Mujer</i>	<i>Modelo 2 Mujer</i>
Ira	27M-AN-O. BMP	34M-AN-O. BMP	03F-AN-O. BMP	07F-AN-O. BMP
Repugnancia	27M-DI-C. BMP	34M-DI-C. BMP	03F-DI-O. BMP	07F-DI-O. BMP
Miedo	27M-FE-O. BMP	34M-FE-O. BMP	03F-FE-O. BMP	07F-FE-C. BMP
Tristeza	27M-SA-C. BMP	34M-SA-O. BMP	03F-SA-O. BMP	07F-SA-C. BMP
Alegría	27M-HA-O. BMP	34M-HA-O. BMP	07F-HA-O. BMP	07F-HA-O. BMP
Sorpresa	27M-SP-O. BMP	34M-SP-O. BMP	03F-SP-O. BMP	07F-SP-O. BMP
Neutra	27M-NE-O. BMP	34M-NE-O. BMP	03F-NE-C. BMP	07F-NE-C. BMP