

La influencia de la discusión grupal en los estados afectivos

RAMÓN RODRÍGUEZ Y ARMANDO RODRÍGUEZ
Universidad de La Laguna



Resumen

El presente trabajo estudia la influencia de la «discusión grupal» sobre los estados afectivos inducidos. Se esperaba que, después de inducir estados afectivos (positivo vs negativo vs neutro) mediante la visión de secuencias de películas, el contexto de discusión grupal (positivo vs negativo), acentuara o atenuara el efecto del método de inducción. Para ello, se utilizó un diseño experimental en el que participaron un total de 60 sujetos, y en el que se analizaron las respuestas de cada grupo experimental en una tarea de asociación libre de palabras. Nuestros resultados demuestran que el efecto del contexto grupal es más potente que el de la visión de películas cortas, originando un número significativamente mayor de palabras originales en el primer caso que en el segundo. Estos resultados son analizados a la luz de recientes teorías sobre cognición y afecto.

Palabras clave: Emoción, asociación libre, discusión grupal, inducción de estados afectivos.

Group discussion influence on affective states

Abstract

The aim of this paper was to study the influence of 'group discussion' on inductive affective states. It is expected that group discussion context intensifies or mitigates induction method effect, after inducing affective states (positive vs. neutral vs. negative) using film sequences. Sixty subjects were involved in this experiment. Responses in a free word-association task were analyzed for each experimental group. Our results show that the effect of group context is stronger than that for the watching of short films, being produced a significantly higher rate of original words with the first method than with the second. These findings are examined in the light of current theories on cognition and affect.

Keywords: Emotion, word-association, group discussion, induction affective states.

Agradecimientos: Esta investigación fue subvencionada por el proyecto PS90/0145 de la DGICYT y 46/080390 del Gobierno Autónomo de Canarias. Los autores agradecen los comentarios y sugerencias de Verónica Betancort, Manuel Capilla, Bernardo Hernández, Fátima Marichal, Ana Martín, Juan Martínez, Dolores Morera, M^a Nieves Quiles, Ernesto Suárez y Juan Yanes.

Correspondencia con los autores: Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional. Facultad de Psicología. Universidad de La Laguna. La Laguna.

La estrategia que se emplea para inducir emociones en el laboratorio es el problema técnico más discutido y el que más consecuencias puede tener en la investigación futura sobre las emociones (Philippot, 1993). Muchos son los problemas que conlleva la creación de estados emocionales dentro del laboratorio. Entre estos, el más importante es que carecemos de una definición precisa de la cual se deriven unos criterios que nos permitan validar los estados inducidos. La emoción ha sido entendida como un síndrome, en el que confluyen cambios fisiológicos, evaluaciones cognitivas de antecedentes situacionales, expresiones motoras, efectos motivacionales, disposición para la acción y experiencia subjetiva. Aunque la mayor parte de los autores podrían estar de acuerdo en conceptualizar la emoción como la reunión de algunos de estos factores, no está tan claro qué elementos han de estar presentes para validar un procedimiento de inducción emocional.

En consecuencia, los métodos de inducción han sido muchos y diversos: se han utilizado películas de video (Forgas, 1990; Phillipot, 1993), diapositivas (Winton, Putman y Krauss, 1984), pasajes musicales (Kenealy, 1988), o una serie de pensamientos autorreferentes, positivos o negativos (Velten, 1968). Sin embargo, dado que, para el científico, es muy difícil acercarse a las emociones tal y como se producen en la vida real, los métodos más utilizados para inducir estados afectivos son aquéllos en los que se intenta que el sujeto «reviva» algo que le ha sucedido con anterioridad (Bower, 1981; Nasby y Yando, 1982). Estos procedimientos en que el recuerdo actúa como prime o elicitador tienen la ventaja de que la emoción resultante ha sido experimentada por el sujeto con anterioridad en la vida real, pero, al mismo tiempo, adolecen de numerosos problemas metodológicos, incluidos los sesgos derivados de los mecanismos de memoria.

A pesar de los problemas reseñados, o quizás debido a ellos, la mayor parte de los métodos de inducción emocional han descuidado los aspectos sociales, aún cuando los psicólogos sociales podemos contribuir a una definición más social de la idea de emoción (Manstead, 1991). Las emociones, independientemente de sus correlatos neurofisiológicos, de su influencia y relación con la cognición, de las coincidencias transculturales, se desarrollan en un contexto social, y su definición, comprensión y nacimiento son producto de la interacción compleja entre miembros de una comunidad. Es el contexto social quien prescribe o etiqueta determinadas vivencias como emociones, y es el propio individuo quien aprende, mediante la interacción social, a sentir la emoción adecuada en determinada situación (Harré, Clark y De Carlo, 1985).

La investigación en psicología social no es extraña a procedimientos de laboratorio que, si bien no se enmarcan directamente en el estudio de las emociones, resultan relativamente fáciles de relacionar con los procesos afectivos (Lazarus, 1991). Por ejemplo, los estudios sobre influencia social, como los trabajos clásicos de Asch (1952), entre otros, son ejemplos de cómo la situación social afecta a lo que sentimos. En ellos, la presión social ejercida sobre el individuo generaba en los sujetos experimentales ansiedad, vergüenza, culpa o enfado. En otro estudio (Izard, Nagler, Randall y Fox, 1965) se induce, ya de forma explícita, estados afectivos mediante el trato, cortés o descortés, de una supuesta figura de autoridad hacia los sujetos.

Los estudios citados tienen en común que, en ellos, se crea la situación social de presión con la ayuda de colaboradores del experimentador.

En el presente trabajo, se ha querido indagar en esa metodología proveniente de la psicología social, pero haciendo especial énfasis en el estudio de las emociones.

Nuestro objetivo es evaluar la capacidad de una situación de discusión grupal para acentuar o atenuar el efecto de un método de inducción, la visión de secuencias de películas, cuya capacidad para provocar cambios afectivos ha sido suficientemente probada (Philippott, 1993).

Pero, ¿qué puede aportar un método de inducción emocional que hace hincapié en mecanismos sociales, frente a un estímulo inductor externo como las secuencias de películas? En primer lugar, creemos que las emociones inducidas serán, en todo caso, más «reales» que las experimentadas frente a una pantalla de televisor. No cabe duda que la mayor parte de las emociones sentidas por los individuos se producen en contextos donde la relación con los demás y la forma en que se desarrolla, determina una mayor intensidad o un cambio en nuestros afectos.

Pero, sobre todo, creemos que los procesos de discusión grupal, en determinados casos, pueden aportar mayor intensidad a la emoción resultante. La intensidad de la experiencia emocional no es una cuestión sin importancia. Aunque algunos autores consideran que una intensidad moderada en las emociones es capaz de producir los sesgos cognitivos habituales (Fiedler, 1991), para otros investigadores la emoción ha de ser lo suficientemente intensa (Mayer y Bower, 1985). En este sentido, las emociones requerirían de una intensidad adecuada para producir, por ejemplo, un efecto de memoria congruente con el estado de ánimo.

LA INFLUENCIA DEL AFECTO SOBRE LA COGNICION

Los sesgos cognitivos provocados por las emociones han sido investigados en gran profundidad. Sabemos que la inducción de estados de ánimo, sobre todo positivos, tiene ciertos efectos, relativamente predecibles y consistentes, sobre determinados contenidos y procesos cognitivos.

Por ejemplo, se ha comprobado que las emociones positivas afectan a diferentes aspectos de la cognición tales como el recuerdo de material positivo (Bower, 1991), e influyen no solo sobre lo que accede a la conciencia, sino también sobre otros procesos cognitivos como los juicios, evaluaciones, expectativas, toma de decisiones, y las conductas que siguen como consecuencia de estos procesos (Isen, 1984). Además, también influyen en la creatividad (Mednick, Mednick & Mednick, 1964), e inducen a utilizar estrategias en la resolución de problemas diferentes a las que utilizan los individuos que están bajo un estado emocional negativo, resolviendo los problemas de forma más simple (Isen & Means, 1983).

Los estados afectivos no solo influyen sobre lo que nos viene a la mente, sino también sobre cómo procesamos la información. En general, las emociones positivas predisponen a la gente a utilizar estrategias de procesamiento de la información más creativas, globales y sencillas (Isen, 1984), mientras que las emociones negativas predisponen a un tratamiento de la información más detallado y cuidadoso (Fiedler, 1991; Forgas, 1994).

Varias son las teorías que intentan explicar esta relación de los afectos y la cognición. Algunos autores (Bower, 1991; Forgas, Bower y Moylan, 1990; Isen, 1984), desde una perspectiva asociacionista, consideran la emoción como un priming capaz de influir en lo que viene a la mente, facilitando el recuerdo selectivo, focalizando la atención en aquellos elementos congruentes con el estado de ánimo o promoviendo determinadas asociaciones. Otros modelos teóricos asumen que la emoción es en sí misma informativa (Clore y Parrot, 1991), teniendo una influencia directa más que indirecta sobre lo que pensamos. Por último, For-

gas (1994), ha desarrollado un modelo multiproceso donde la influencia del afecto sobre la cognición estaría mediatizada por la clase de estrategia de procesamiento utilizada.

Los estudios y teorías citados hacen referencia a la influencia del afecto, pero sin tomar en cuenta que las variables sociales pueden modificar las consecuencias cognitivas que habitualmente producen las emociones (Forgas, 1990). La discusión grupal puede amplificar las consecuencias del estado afectivo sobre el tipo de procesamiento de la información utilizado, promoviendo estrategias de pensamiento más simples en el caso del afecto positivo, y tratamientos de la información más detallados y complejos en el caso del afecto negativo (Forgas, 1990).

Nuestro objetivo es estudiar la influencia que un proceso de discusión grupal tiene sobre un estado afectivo inducido mediante secuencias de películas. En concreto, nos interesa indagar sobre las posibles modificaciones producidas sobre las consecuencias cognitivas derivadas del afecto inducido. Para ello, hemos partido de una investigación anterior de Isen, Johnson, Mertz y Robinson (1985), en la que estos investigadores comprueban que el estado emocional positivo, inducido mediante la visión de secuencias de películas, da lugar a más palabras originales en una tarea de asociación libre.

Para comprobar el efecto que los procesos de discusión grupal tienen en esta misma tarea, hemos utilizado la metodología de Isen y otros (1985), añadiendo a la inducción emocional mediante la visión de secuencias de películas, un proceso de discusión grupal.

En definitiva, nuestra intención es comprobar si el contexto social es capaz de acentuar el efecto previsto sobre nuestra variable dependiente, es decir, si afecta al número de palabras originales generadas en una tarea de asociación libre.

Sujetos

Se seleccionaron 60 sujetos entre los alumnos de primer ciclo de psicología y pedagogía de modo que la mitad de los mismos fueran de Gran Canaria y la otra mitad de Tenerife.

Material y procedimiento

La inducción del estado afectivo a través del contexto grupal

Una vez convocados en el laboratorio, se explicaba a los sujetos que se trataba de intervenir en un «debate» incluido como parte de un proyecto de investigación sobre el conflicto interinsular. A continuación, se les hacía pasar en grupos no superiores a diez, a una habitación apropiada, y se les acomodaba a ambos lados de una mesa rectangular. Los sujetos de Tenerife se sentaban en el mismo lado y enfrente los de Las Palmas, mientras el experimentador presidía y coordinaba el debate.

En las tres condiciones experimentales en las que el Contexto Grupal era Negativo (CGN), también participaban dos colaboradores del experimentador entrenados para exacerbar la tradicional rivalidad existente entre ambas islas. Dichos colaboradores intervenían de acuerdo con un guión en el que figuraban las frases que debían dirigir a cada uno de los miembros del exogrupo. Se trató de que sus alusiones no fueran mutuas, sino que respondieran, con posturas más

o menos extremas, a las aportaciones de los sujetos experimentales. En las condiciones experimentales de Contexto Grupal Positivo (CGP), la reunión transcurrió de forma espontánea, sin la participación de los colaboradores del experimentador y en un tono agradable. Investigaciones anteriores demuestran que este tipo de reuniones donde se intenta buscar un acuerdo acentúan el afecto positivo y disminuyen el negativo (Forgas, 1990).

Para controlar el efecto producido por la presencia de los colaboradores del experimentador, se aplicó a los sujetos al final de la sesión de grupo seis escalas unidimensionales de diez puntos, en las que los sujetos debían contestar a cuestiones referidas al grado de implicación, identificación, excitación y valoración de las posturas del endo y exogrupo.

La inducción de estados afectivos mediante la visión de películas

Para inducir los estados afectivos mediante la visión de películas fue precisa la intervención de un tercer colaborador del experimentador el cual «interrumpía» la reunión sobre el conflicto y comentaba algo en voz baja al experimentador que presidía dicho debate. Inmediatamente después que el colaborador había abandonado la sala, el experimentador hacía una pausa y comunicaba a los sujetos que otro investigador le había pedido que instara a los miembros del grupo a participar en otro experimento no relacionado con el presente, cuya duración estimada era aproximadamente de quince minutos.

Terminado el debate y contestado el cuestionario al que aludimos anteriormente, se distribuía a los sujetos en tres grupos y se les pasaba a tres salas distintas. A un tercio de los sujetos se le presentaron escenas que correspondían a situaciones cómicas de la película *Una noche en la ópera* (FILM POSITIVO, FP). Otro tercio vio escenas correspondientes a episodios violentos exageradamente desagradables de la película *Corazón Salvaje* (FILM NEGATIVO, FN). Por último, el tercer grupo pasó directamente a la fase de observación con la que terminaba el experimento para todos los sujetos (NO FILM, NF). Para comprobar el efecto de las películas en los dos grupos (FP y FN) se pidió a los sujetos que escribieran tres frases que expresaran lo que habían sentido al ver las películas.

En la fase de observación, todos los sujetos pasaron una prueba de asociación libre de palabras. En ésta, el experimentador leía en voz alta una lista de 22 palabras pidiendo a los sujetos que anotaran la primera palabra que les viniera a la mente. Dichas palabras aludían a objetos de uso cotidiano (lápiz, ropa, mueble, planta, flor), así como a ideas y conceptos (alegría, amor, conflicto, odio, mamífero, alegría, union, canarión, isla, teatro, cosa, chicharrero, abril, tierra, pueblo, región, letra).

Para medir la «originalidad» de las asociaciones se utilizó uno de los tres criterios empleados por Isen y otros (1985)¹. Concretamente, para estimar si una respuesta era o no original, seguimos el siguiente procedimiento: primero, se listaron todas las respuestas de los sujetos a una palabra-estímulo. A continuación, se realizó un recuento de frecuencias, y se calculó el 5% del número total de veces de la respuesta más citada. El resultado se consideró el umbral de originalidad para esa palabra-estímulo, por lo que cualquier respuesta cuya frecuencia de aparición estuviera por debajo de dicho valor se estimó como original. Por ejemplo, si la palabra más frecuentemente asociada a «abril» fue «lluvia», unas 40 veces, cualquier palabra que fuera asociada a ésta menos de 2 veces (5% del total), se consideró original. Este cálculo fue hecho para cada palabra y para el

total de las respuestas en todos los grupos, sin atender a las distintas condiciones experimentales.

Diseño

Para lograr los objetivos propuestos se empleó un diseño factorial de dos variables intergrupo. La primera variable, Inducción de estado emocional a través del Contexto Grupal, poseía dos niveles (Positivo vs. Negativo) mientras que la segunda, Inducción del estado emocional a través del Tipo de Película poseía 3 niveles (Positivo vs. Negativo vs. No inducción). Los 60 sujetos se distribuyeron en las 6 condiciones experimentales respetando en cada una la misma representación en función del lugar de nacimiento. Como variable dependiente se empleó la originalidad de las respuestas en una prueba de «asociación libre de palabras».

Comprobación de la manipulación experimental mediante la discusión de grupo

El análisis de las respuestas de la escala Likert mostró que, gracias a la manipulación experimental, se obtuvieron diferencias significativas en la valoración media que hacían los sujetos de la postura del exogrupo ($M=5.3$ en los grupos CGN y $M=7.9$ en los grupos CGP, $t(58) = 3.73$; $p < .001$) así como en la distancia percibida hacia el exogrupo ($M=5.9$ en el grupo de CGN y $M=3.1$ en el grupo de CGP, $t(58) = -4.76$; $p < .001$). En general, la presencia de los colaboradores del experimentador provocó una valoración significativamente más baja del exogrupo, así como una mayor distancia percibida de la postura del exogrupo. En cambio, no resultaron significativas las diferencias entre ambos grupos en cuanto al grado de implicación personal ni en el grado de excitación experimentado durante el debate.

Comprobación de la manipulación experimental mediante la visión de películas

Las frases generadas por los sujetos una vez vistas las secuencias de películas, fueron sometidas a la valoración de tres jueces en una escala de positividad-negatividad. Ninguno de los jueces había visto las películas referidas, ni sabía qué había generado las distintas frases. Cada uno de los jueces puntuó cada frase en la escala y, a partir de este dato se calculó la fiabilidad interjueces. Dado que el grado de acuerdo fue superior al 85% se pasó a calcular la media total para cada sujeto en los grupos de estado afectivo positivo y negativo. La efectividad de la manipulación experimental queda patente en la significación estadística alcanzada al estimar la diferencia entre ambos grupos ($M=5.83$ en las condiciones de FP y $M=2.73$ en las condiciones de FN, $t(38) = 9.56$; $p < 0.001$)

Medida de la originalidad en la prueba de asociación libre de palabras

Una vez contabilizadas las palabras originales producidas por los sujetos en cada condición, realizamos un análisis de varianza para comprobar si las variaciones en la medida de la variable dependiente, se debían a una de las dos variables independientes o a su interacción.

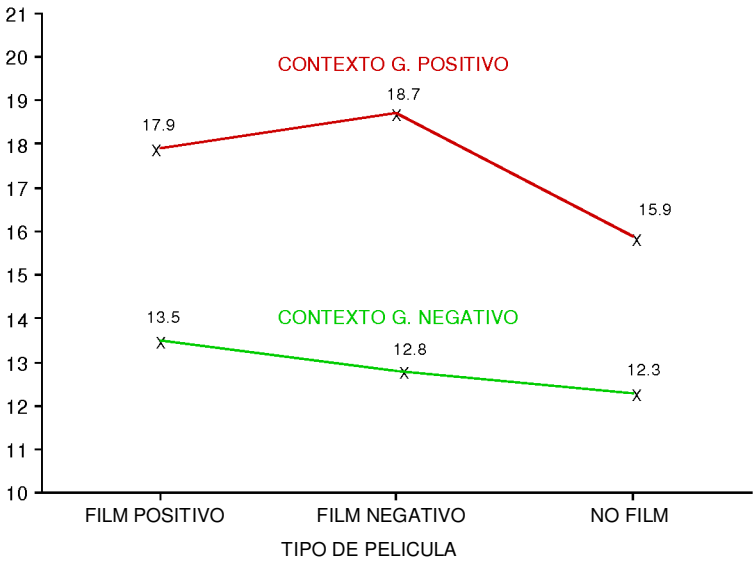
La media de los tres grupos donde el contexto social era positivo ($M(\text{CGP}/\text{FP})=17.9$; $M(\text{CGP}/\text{FN})=18.7$ y $M(\text{CGP}/\text{NF})=15.9$) fue considerablemente superior a la media de los otros tres grupos en los que el contexto grupal era negativo ($M(\text{CGN}/\text{FP})=13.5$; $M(\text{CGN}/\text{FN})=12.8$ y $M(\text{CGN}/\text{NF})=12.3$).

La siguiente figura nos permite observar el efecto de las dos formas de inducción del estado emocional sobre la media de palabras originales.

FIGURA 1

Distribución de respuestas originales en función del modo de inducción del afecto y del Contexto Grupal

MEDIA DE RESPUESTAS ORIGINALES



En efecto, el análisis de varianza demostró que el único efecto significativo sobre la variable dependiente fue producido por la variable «contexto grupal» (donde $F(1,58)=38.68$, para $p<.001$). Ni la visión de secuencias de películas, ni la interacción de ambas, provocó una originalidad mayor en las respuestas de los sujetos.

Al comparar, mediante la «t» de Student, los grupos de afecto positivo (FP) y de afecto negativo (FN) resultantes de la manipulación del estado emocional a través del Tipo de Película, no encontramos diferencias significativas, tanto si dicha comparación se realiza independientemente del Contexto Grupal, como teniendo en cuenta.

Un análisis «a posteriori» (Sheffe) nos permitió comparar cada una de las condiciones experimentales. En la Tabla I se presentan los resultados en los que se verifica la existencia de diferencias significativas entre los grupos de Contexto Grupal Positivo y todos los demás (a excepción del grupo en que se indujo un estado emocional mediante un Film Positivo en la condición de Contexto Grupal Negativo).

Podemos observar que los grupos de Contexto Grupal Positivo (grupos FP/CGP y FN/CGP), generaron significativamente más respuestas originales que los grupos de Contexto Grupal Negativo (grupos FP/CGN y FN/CGN), independientemente del Tipo de Película.

TABLA I
 Resultados de la comparación entre grupos según la prueba de Sheffe
 (* Diferencias significativas a un nivel de .05)

		CONTEXTO	GRUPAL (CGN)	NEGATIVO
	TIPO PELICULA	(FP/CGN)	(FN/CGN)	(NF/CGN)
CONTEXTO	(FP/CGP)	t(52)= -3.46 p=.001	t(52)= - 4.01 p<.001	t(52)= 4.09 p<.001
GRUPAL	(FN/CGP)	t(52)= -4.09 p<.001	t(52)= -4.64 p<.001	t(52)= 4.69 p<.001
POSITIVO	(NF/CGP)	t(52)= -1.88 P=.65	t(52)= -2.43 p=.018 *	t(52)= -2.61 p=.012 *
(CGP)				

En los grupos donde no se indujo ningún estado afectivo mediante la visión de películas (NF/CGN y NF/CGP), resulta imposible comparar ambos métodos ya que solo se trabajó con uno de ellos (Contexto Grupal). La inclusión de estas dos condiciones experimentales tienen interés en el sentido de que nos permiten comparar la «potencia» del «Contexto Grupal» independientemente de cualquier otro factor. En este sentido, los resultados apuntan diferencias significativas entre ambos grupos ($t(52) = -2.61$ $p = .012$) en función de que el contexto sea positivo o negativo.

Los resultados demuestran que el efecto de la discusión grupal sobre el número de palabras originales en una tarea de asociación libre fue superior al de la inducción afectiva mediante secuencias de películas.

En nuestro caso, la discusión de grupo sin colaboradores del experimentador tuvo las consecuencias afectivas positivas que esperábamos. Resultados similares fueron encontrados por Forgas (1990) en una investigación en la que la discusión grupal influyó sobre juicios de competencia de sujetos, independientemente del afecto que se les había inducido con anterioridad. En nuestro estudio, este impacto positivo sobre el afecto influyó, a su vez, en la medida de la variable dependiente. Por el contrario, la discusión grupal manipulada experimentalmente tuvo consecuencias afectivas negativas, lo que disminuyó drásticamente el número de palabras originales evocadas por los sujetos (Figura 1).

No es posible hablar de una interacción entre el afecto inducido mediante la visión de películas y la discusión grupal. Es el efecto de la discusión grupal lo que claramente determina los resultados. En otras palabras, la discusión de grupo, que en el diseño experimental se produce con anterioridad a la visión de películas, marca el tono emocional resultante y deja sin efecto el método posterior de inducción del afecto².

Estos resultados sugieren que la discusión grupal, más que determinar la dirección del afecto posteriormente inducido, lo que hace es evocar por sí misma un afecto más intenso y duradero que el elicitado por la visión de películas. Si partimos de esta idea, nuestros resultados son congruentes con investigaciones anteriores (Isen et al., 1985) en las que el afecto positivo provocaba en los sujetos un mayor número de respuestas inusuales en una tarea de asociación libre.

Desde este punto de vista, el afecto inducido a través de la discusión grupal tendría sobre la organización cognitiva las mismas consecuencias, aunque más intensas, que el afecto inducido a través de la visión de secuencias de películas.

En nuestro caso, la discusión grupal sin intervención del cómplice del experimentador, evocó un afecto positivo que, su vez, influyó sobre la organización del material cognitivo, propiciando respuestas más inusuales.

La explicación de este efecto puede afrontarse desde diferentes perspectivas. La primera, y quizás más primitiva, es considerar afecto como equivalente a arousal (Duffy, 1934). Desde este punto de vista, los resultados podrían parecer sorprendentes ya que el arousal facilita precisamente la respuesta típica o dominante (Matlin y Zajonc, 1968), no la inusual. Sin embargo, esta visión algo arcaica y simplista del término emoción ha sido cuestionada por varios teóricos (Averill, 1982; Isen, 1984). Recientemente, Mandler (1984) ha sugerido que el «arousal» no es un componente central en los estados de ánimo. En nuestro trabajo, no parece del todo convincente la explicación que reduce la emoción a activación.

Otra explicación alternativa, nos la proporciona la teoría del afecto como priming (Forgas, 1990), la cual considera que la activación del nodo emocional activaría la información a la que está conectada (Bower, 1981), permitiendo el acceso a material congruente con el estado de ánimo. Esto explicaría que las asociaciones resultantes tuvieran el mismo signo afectivo que el estado emocional inducido (lo que no ha sido así, como hemos comprobado en análisis posteriores), pero no un efecto sobre la originalidad de las palabras.

El modelo del «afecto como información» sugiere una influencia más directa del afecto sobre la cognición que los modelos de priming. Para algunos autores (Clore y Parrot, 1991) los sujetos primero consultan su estado de ánimo para luego inferir su reacción cognitiva de forma congruente. Tanto este modelo como el del afecto como priming, harían predicciones similares (Kaplan, 1991) en el sentido de sesgar las respuestas del sujeto en una dirección congruente con el estado de ánimo, pero deja sin explicación la influencia sobre la originalidad de las respuestas.

Para Isen et al. (1985), el efecto del estado de ánimo sobre la originalidad de las palabras, y por extensión sobre la creatividad en general (Mednick, Mednick & Mednick, 1964) se debe a que influye sobre la organización del contexto cognitivo, afectando no solo a la dirección afectiva sino a su complejidad.

En relación con esta teoría contextualista, una última explicación recientemente propuesta por Forgas (1994), hace depender la influencia del afecto sobre la cognición de la estrategia de procesamiento utilizada. El modelo de Forgas (Affect Infusion Model -AIM-), define distintos tipos de estrategias, más sencillas o elaboradas, en función del tipo de información a procesar, el tipo de requerimiento que se hace al sujeto, etc.. La información inusual o atípica requerirá un tipo de procesamiento más elaborado y específico, ya que se hace necesario relacionar el nuevo conocimiento con el pre-existente. La información típica o conocida requerirá un procesamiento heurístico, mucho más sencillo y simple. Desde este punto de vista, cada estado afectivo promoverá la utilización de una estrategia de procesamiento distinta. Así, el afecto positivo estará relacionado con estrategias de procesamiento simples y globales (Isen, 1984), mientras que el afecto negativo lo estará con estilos de procesamiento más cuidadosos y específicos (Forgas, 1990).

En nuestro estudio, el afecto positivo resultante de la discusión grupal habría promovido estrategias más sencillas de procesamiento de la información, lo que habría influido en la originalidad de las respuestas. Este planteamiento es especialmente sugerente, ya que considera que el afecto no influye tanto en el material almacenado como en el estilo de procesar la información.

Estos resultados presentan algunos aspectos sugerentes para la investigación sobre creatividad dentro de los grupos. En primer lugar, no parece que la fórmula de crear ambientes agradables (temperatura agradable, refrescos, hilo musical, etc.) como modo de promover determinadas condiciones afectivas y generar mayor calidad en las intervenciones, sea suficiente. De nuestros datos se desprende que un sujeto disruptivo o distorsionador en el grupo puede ser más determinante que el resto de los factores citados.

En segundo lugar, podemos decir que el afecto inducido más que sesgar la información a la que tenemos acceso (como predicen las teorías del afecto como priming y como información), influye sobre la estrategia de procesamiento utilizada. Esta hipótesis parece más cercana al sentido común, si tenemos en cuenta que las aportaciones novedosas o creativas suelen ser elaboradas por el sujeto en el mismo momento en que se producen.

Gran parte de la investigación actual que estudia la influencia del afecto sobre la cognición incide precisamente en aspectos procesuales (Fiedler, 1991; Forgas, 1994). Desde esta perspectiva, es necesario asumir que la emoción no solo influye sobre lo que nos viene a la mente sino, además, sobre la forma en que pensamos (Isen, 1984). La influencia de la discusión grupal y, en general, de todos los procesos sociales, sobre el afecto y la cognición es un campo de investigación futuro de nuevas e intrigantes posibilidades.

Notas

1 Isen y otros (1985) utilizan tres maneras de medir la originalidad de las respuestas que resultan equivalentes. La primera medida consiste en asignar a cada respuesta un valor obtenido para esa palabra en una muestra normativa, y calcular posteriormente la media de dichos valores.

En la segunda medida, las asociaciones son catalogadas como inusuales si las emplean un 2.5% o menos del total de las personas de la muestra. La tercera medida considera «inusual» aquella palabra que es asociada a otras menos de un 5% de las veces que la palabra más frecuentemente asociada. En nuestro estudio utilizamos este último criterio, dado que no existía una muestra normativa en español para todas las palabras utilizadas, y el escaso número de sujetos en nuestro diseño impedía utilizar de manera fiable el segundo criterio.

2 El método de visión de películas provocaba las reacciones afectivas deseadas, como queda de manifiesto en los resultados comentados con anterioridad (pag.8). Sin embargo, a partir del diseño empleado, no es posible observar el efecto de esta variable, de forma aislada, sobre nuestra variable dependiente (originalidad de las respuestas). En cada grupo experimental, la inducción mediante la visión de películas siempre va acompañada de discusión grupal. Este planteamiento responde a que nuestro objetivo era, ante todo, comparar el efecto del contexto grupal y de la visión de secuencias de películas sobre el estado afectivo. Dado que la eficacia del segundo método ya había sido comprobado previamente por Isen y otros (1985), nuestro interés se centraba en el contexto grupal, y en la mayor o menor potencia de sus efectos sobre nuestra variable dependiente.

Referencias

- ASCH, S. E. (1952). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgements. En G. E. Swanson, T. M. Newcomb y E. L. Hartley (Eds.), *Readings in Social Psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- AVERILL, J. (1982). *Anger and aggression*. Nueva York: Springer

- BOWER G. (1981). Mood and memory. *American Psychologist*, 36, 129-148.
- BOWER, G. (1991). Mood congruity of social judgments. En Forgas, J. P. (Ed.), *Emotion and Social Judgments*. Oxford, Inglaterra: Pergamon Press.
- CLORE, G. L., y PARROTT, G. (1991). Moods and their vicissitudes: Thoughts and Feelings as Information. En Forgas, J. P. (Ed.), *Emotion and Social Judgments*. Oxford, Inglaterra: Pergamon Press.
- DUFFY, E. (1934). Emotion: An example of the need for reorientation in psychology. *Psychological Review*, 41, 184-198.
- FIEDLER, K. (1991). On the task, the measures and the mood in research on affect and social cognition. En Forgas, J.P. (Ed.), *Emotion and Social Judgments*. Oxford, Inglaterra: Pergamon Press.
- FORGAS, J. P. (1990). Affective influences on individual and group judgments. *European Journal of Social Psychology*, 20, 441-453.
- FORGAS, J. P. (1994). The role of emotion in Social Judgments: An Introductory Review and an Affect Infusion Model. *European Journal of Social Psychology*, 24, 1-24.
- FORGAS, J. P.; BOWER, G. H., y MOYLAN, S. J. (1990). Praise or Blame? Affective influences on attributions for achievements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 809-818.
- HARRE, R.; CLARK, D., y DE CARLO, N. (1985). *Motives and Mechanisms: An Introduction to the Psychology of Action*. Londres: Methuen.
- ISEN, A. (1984). Toward understanding the role of affect. En Wyer, R. y Srull, T. (Eds), *Handbook of Social Cognition*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- ISEN, A. M., y MEANS, B. (1983). Positive affect as a variable in decision making. *Social Cognition*, 2, 18-31.
- ISEN, A. M.; JOHNSON, M. S.; MERTZ E., y ROBINSON G. F. (1985). The influence of positive affect on the unusualness of word association. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 1.413-1.426.
- IZARD, C. E.; NAGLER, S.; RANDALL, D., y FOX, J. (1965). The effects of affective picture stimuli on learning, perception and the affective values of previously neutral symbols. En S. S. Tomkins y C. E. Izard (Eds.), *Affect, Cognition and Personality* (pp. 42-70). Nueva York: Springer.
- KAPLAN, M. F. (1991). The joint Effects of Cognition and Affect on Social Judgment. En Forgas, J. P. (Ed.), *Emotion and Social Judgments*. Oxford, Inglaterra: Pergamon Press.
- KENEALY, P. (1988). Validation of a Music Induction Procedure: Some Preliminary Findings. *Cognition and Emotion*, 2 (1), 41-48.
- LAZARUS, R. S. (1991). *Emotion and Adaptation*. Nueva York: Oxford University Press.
- MANDLER, G. (1984). *Mind and body: The psychology of emotion and stress*. Nueva York: Norton.
- MANSTEAD, A. S. R. (1991). Emotion in social life. *Cognition and Emotion*, 6, 353-362.
- MATLIN M. W., y ZAJONC R. B. (1968). Social facilitation of word associations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, 455-460.
- MAYER, J. D., y BOWER, G. H. (1985). Naturally occurring mood and learning: Commentary on Hasler et al. *Journal of Experimental Psychology: General*, 114, 396-403.
- MEDNICK, M. T.; MEDNICK, S. A., y MEDNICK, E. V. (1964). Incubation of creative performance and specific associative priming. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69, 84-88.
- NASBY, W., y YANDO, R. (1982). Selective encoding and retrieval of affectively valent information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 1.244-1.255.
- PHILIPPOT, P. (1993). Inducing and assessing differentiated emotion-feeling states in the laboratory. *Cognition and emotion*, 7(2), 171-193.
- VELTEN. E. (1968). A laboratory task for induction of mood states. *Behavior Research and Therapy*, 6, 473-482.
- WINTON, W. M.; PUTMAN, L. E., y KRAUSS, R. M. (1984). Facial and autonomic manifestations of the dimensional structure of emotion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 20, 195-216.