

Disonancia Cognitiva

La disonancia cognitiva es un estado desagradable que ocurre cuando notamos una discrepancia entre nuestras actitudes o entre ellas y nuestra conducta. Las investigaciones indican que la disonancia, de hecho, produce un sentimiento negativo.

La disonancia a menudo sucede en situaciones las cuales implican una condescendencia inducida (forzada), cuando somos inducidos por factores externos a decir o hacer cosas que son inconsistentes con nuestras actitudes reales.

En tales situaciones, el cambio de actitud es máximo cuando tenemos razones solo suficientes para implicarlos en una discrepancia entre la actitud y la conducta. Las razones más fuertes (o las recompensas mayores) producen un menor cambio actitudinal.

Mann (2005) cita que para Festinger existe un estado de disonancia cognoscitiva si la persona tiene conocimiento sobre sí misma o sobre el medio, los cuales son incoherentes unos con otros, es decir, si un conocimiento implica lo opuesto de lo que implica el otro.

Cuatro casos de disonancia son, de acuerdo con Mann (2005):

1. Incoherencia lógica.
2. Incoherencia y costumbres culturales.
3. Opiniones incoherentes con la acción.
4. Experiencia pasada.

Disonancia Cognitiva

Fuentes de disonancia.

Mann (2005) cita las principales fuentes de disonancia y las formas de reducirlas:

1. Consecuencias negativas imprevistas.
2. Expectativas no confirmadas con la realidad.
3. Consentimiento forzoso y justificación insuficiente.

Procesos de influencia social.

Otro modelo para el cambio de actitudes es el de Kelman (Mann, 2005; Whittaker, 2006), quien propone tres procesos de influencia social, los cuales son:

1. Consentimiento: el individuo, por presión de otra persona o del grupo, acepta una opinión o un juicio contrario a lo que cree.
2. Identificación: el individuo adopta actitudes de un grupo, porque sus relaciones le producen satisfacción y forman parte de su autoimagen.
3. Interiorización (internalización): mediante la persuasión, el individuo adopta y expresa opiniones que le causan satisfacción y obtiene aprobación.

Influencias de poder para el cambio de actitudes.

Las actitudes pueden cambiar, debido a diferentes tipos de influencia de poder. Franch y Raven (1959), y Raven (1968) citados por Whittaker (2006), mencionan las siguientes bases de poder social:

Disonancia Cognitiva

- a) Obediencia o coerción: por amenaza de castigo.
- b) Recompensa: por promesa de premios.
- c) Legitimidad: por reconocimiento de la autoridad de la persona.
- d) Referencia: si nos gusta la persona y deseamos ser como ella.
- e) Experiencia: si reconocemos que la persona es experta.
- f) Información: si comprendemos la razón del cambio, podemos seguir las sugerencias del comunicador.

Bibliografía:

- Mann, L. 2005. Elementos de psicología social. Editorial Limusa. México, D.F.*
Lindgren, Henry C. 1992. Introducción a la psicología social. Trillas. México, D.F.
Whittaker, J. 2006. La psicología social en el mundo de hoy. Trillas. México, D.F.
Klineberg, O. 1983. Psicología social. FCE. México, D.F.