

TEORÍA DE LA DISONANCIA COGNITIVA

La formación de creencias y los errores en la atribución de la causalidad

Leon Festinger (1919-1989), estudió psicología en el City College de Nueva York y se licenció en la Universidad de Iowa, en la que conoció a Kurt Lewin (1890-1947), de la que era profesor desde 1935. En 1944 Lewin se trasladó al Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) para fundar y liderar el **Centro de Investigación para la Dinámica de Grupos** (*Research Center for Group Dynamics*), en el que enunció una teoría común sobre los grupos, y Festinger lo acompañó como profesor asociado. Festinger fue un experimentador riguroso¹ y publicó en 1957 su obra más conocida: **“Teoría de la disonancia cognitiva”**².

I. LA HISTORIA DE LA QUE SURGIÓ

Todo comenzó en 1954 en Lake City (Minneapolis, Minnesota), donde vivía Marion Keech.

Marion era una ama de casa común y corriente que había recibido una carta de un ser llamando Sananda, no a través de un sobre, sino “a través de una vibración de alta intensidad”, que obligó a su mano a garabatear unas palabras en una hoja de cuaderno, que decían: *“El ascenso del fondo del Atlántico sumergirá la tierra de la costa atlántica; Francia se hundirá, Rusia se convertirá en un gran mar y una ola inmensa inundará las Montañas Rocosas, con el propósito de purificarlas de criaturas terrestres y crear un nuevo orden”*.

A partir de entonces los mensajes empezaron a llegar con furia a alta velocidad. Avisaban de la inminente venida de un diluvio, que tendría lugar el 21 de diciembre de 1954, día del solsticio de invierno, *“pero quien creyera en un dios llamado Sananda se salvaría”*.

Además de Marion Keech, creyeron varias personas más, entre las que se encontraba el Dr. Armstrong, prestigioso médico de una universidad cercana que había conocido a Marion en un club de platillos volantes, y fundaron una secta para hacer sus preparativos.

Festinger tenía 35 años y trabajaba en la cercana Universidad de Minnesota y, después de oír la existencia de esta secta, decidió infiltrarse en ella, porque se preguntaba qué pasaría cuando pasara la medianoche del 21 de diciembre y no aterrizase ningún platillo volante ni sobreviniera el diluvio. Quería saber cómo reaccionan los seres humanos cuando no se cumplen sus profecías. Y así, organizó a unos pocos amigos y compañeros que entraron en la secta fingiendo ser creyentes.

Hasta el día anunciado el grupo había evitado la publicidad, pero a medida que avanzaba esa jornada los adeptos se abrieron a los equipos de televisión. En los minutos previos a la medianoche la expectación era suma, con fuertes emociones contradictorias. El tiempo se acababa, pero un minuto antes de las doce Marion Keech recibió un mensaje urgente de un ser de las altas instancias para que se pusiera en contacto con todas las emisoras que pudiera e informase de que el diluvio no se

¹ Es autor también del libro *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*.

² Festinger L. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press; 1957.

produciría porque *“el pequeño grupo que había pasado toda la noche esperando había desprendido tanta luz que había salvado al mundo de la destrucción”*.

Los más adeptos llamaron a Life, Time y Newsweek, y en los días siguientes concedieron numerosas entrevistas a los periodistas, para convencer al público de que sus actos y creencias no eran en vano.

Festinger analizó las reacciones después de que la inundación no ocurriera, y observó que cuanto más dedicados al culto estaban los miembros, más probable era que ellos reinterpretaran las pruebas en el sentido de afirmar sus creencias. Si bien los miembros marginales tendieron a reconocer su error y abandonar el culto, el comité de miembros insistió en que sus creencias habían sido correctas, aferrándose a que *“su fidelidad fue la que evitó la inundación”*.

A Festinger le sorprendió cómo la gente abrazaba la mentira, la pasaba por alto, se colaba por ella y la justificaba. Por ello se propuso averiguar experimentalmente si, tras exponer a los individuos a condiciones en las que pudiera registrarse su comportamiento, había un patrón de respuestas en la interpretación que esos individuos se daban a sí mismos sobre su propio comportamiento.

II. DOS DE LOS EXPERIMENTOS DE FESTINGER Y COLABORADORES

Desde que enunció la teoría hasta hoy ha habido más de 3.000 experimentos confirmándola. Dos de los primeros realizados por Festinger y sus colaboradores fueron éstos:

A) EL EXPERIMENTO “MENTIR COPIANDO EN UN EXAMEN”

Judson Mills³, colaborador de Festinger, llevó a cabo en 1958 un experimento, en el que pidió a un grupo de estudiantes que hicieran una estimación de lo que pensaban sobre la mentira. Unos consideraban que **“mentir es malo”** y otros que **“mentir no es tan malo”**. A continuación, les puso un examen que tenían que hacer bien. Los experimentadores habían organizado el examen de manera que era fácil mentir sin ser cogido, y los estudiantes no sabían que su comportamiento estaba siendo minuciosamente controlado por psicólogos.

No fue una sorpresa descubrir que algunos de los estudiantes que pensaban que **“mentir es malo”** mintieran, y otras que pensaban que **“mentir no es tan malo”** también lo hicieran.

Después del examen, se pidió de nuevo a los estudiantes que hicieran una estimación de sus ideas sobre la mentira. Los resultados fueron claros:

De los que inicialmente pensaban que “mentir es malo”: a) quienes habían mentido en el examen cambiaron su creencia para considerar ahora que mentir no es tan malo, como una forma de justificar su comportamiento; y b) quienes no habían mentido consideraban que mentir está realmente mal.

De los que inicialmente pensaban que “mentir no es tan malo”: a) aquellos que mintieron siguieron pensando que mentir no es tan malo; y b) aquellos que no mintieron cambiaron su creencia para considerar ahora que mentir es malo.

³ Judson Mills. Changes in moral attitudes following temptation. Journal of Personality. 1958;32:245-54.

B) EL EXPERIMENTO “REALIZAR UNA TAREA MUY ABURRIDA”

A finales de los años 50, Festinger y colaboradores hicieron un experimento que consistía en pedir a una serie de voluntarios que realizaran *una tarea muy aburrida*. Al concluir la tarea dividió a los sujetos en tres grupos, les preguntó qué les había parecido la tarea y todos opinaron que les resultó muy aburrida. A los voluntarios del **primer grupo**, el grupo control, les dijo que el experimento había concluido y que se podían ir. A los voluntarios del **segundo grupo**, les dijo que fuera había una persona que tenía que realizar la tarea pero que no estaba muy convencida, así que les daría 1 dólar si le decían que la tarea había sido muy divertida. Con los del **tercer grupo** hizo lo mismo, pero en vez de un dólar les dio 20 dólares.

Al cabo de una semana Festinger llamó a todos los sujetos para preguntarles de nuevo qué les había parecido la tarea. Los del **primer grupo** (que no habían recibido nada de dinero) y los del **tercer grupo** (los que habían recibido 20 dólares) *reafirmaron su anterior respuesta*, que la tarea había sido muy aburrida. Sorprendentemente descubrió que los del **segundo grupo** (los que habían recibido 1 dólar) habían modificado su creencia, porque ahora creían que la tarea había sido divertida.

La explicación de por qué en el tercer grupo no se produjo el efecto de disonancia cognitiva, es que para que este efecto se produzca los sujetos deben tener la percepción de libertad de elección al realizar la conducta, y los 20 dólares que les había pagado por mentir, de alguna forma les obligaba a mentir otra vez y decir lo que primero pensaron en la primera pregunta, cosa que no estaba justificada en el segundo grupo que sólo recibió un dólar y solo mintió la primera vez. Al haber recibido solo 1 dólar tenían que hacerse creer a sí mismos y a los demás que la actividad fue realmente divertida, ya que había una inconformidad por haber sido mal pagados en comparación con los que recibieron 20 dólares, y eso producía que se autojustificaran por haber aceptado un mal pago para realizar algo que inicialmente creían aburrido.

II. RESUMEN DE LA TEORÍA DE LA DISONANCIA COGNITIVA

A partir de éstos y otros experimentos, Festinger propuso que la gente prefiere sus creencias de modo que sean coherentes entre sí. La disonancia es lo que sentimos cuando entran en conflicto dos o más cogniciones, a saber: **a) dos actitudes**, como por ejemplo evitar a toda costa el botellón delante de mi casa y al mismo tiempo hacerlo en otro barrio, doliéndome por la intolerancia de los vecinos; o **b) una creencia y una conducta**⁴, como por ejemplo yo creo que el tabaco puede matar y simultáneamente fumo por aumentar mi *conformidad con el grupo*.

La disonancia entre dos cogniciones es especialmente dolorosa y punzante cuando amenaza algún elemento importante del concepto que tenemos de nosotros mismos, como por ejemplo si nos consideramos personas competentes, morales, amables y buenas, y esa consideración (cognición previa) se ve amenazada por una información nueva (cognición entrante).

⁴ El programa Redes de Televisión Española nos muestra una conferencia de 4 minutos de Carol Travis explicando la disonancia y los dos caminos para alcanzar la consonancia. Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=BICDT46hAoQ>

Resumidamente, la teoría sugiere que:

1º. La insoportable molestia que causa la disonancia se convierte en un poderoso estímulo para esforzarnos en reducirla, es decir, alcanzar la consonancia. Cuanto mayor sea la disonancia, mayor es el esfuerzo.

Efectivamente, cuando me doy cuenta de que los hechos reales (los resultados) son disonantes con mi comportamiento, tengo dos opciones para alcanzar la consonancia: a) “esforzarme en rebajar los hechos reales” para no cambiar mi comportamiento; o b) “esforzarme en elevar mi comportamiento” para acercarme a los hechos reales.

2º. En un estado de disonancia, evitamos la información y las situaciones que pueden aumentar nuestra disonancia.

Efectivamente, la evolución del cerebro ha conformado una mente predispuesta a prestar atención a la información que confirma las creencias y evitar o minimizar la información que las refuta (sesgo de confirmación). Festinger afirma en su libro que “nos pasamos la vida prestando atención solamente a la información que está en consonancia con nuestras creencias”. El autoengaño o autojustificación puede facilitar la supervivencia y mejorar la calidad de vida cuando no se tiene o no se puede tener en cuenta todo el sistema, pero también puede hacer justo lo contrario cuando impide el procesamiento de nueva información veraz y relevante⁵ para nosotros mismos y/o para las personas que dependen total o parcialmente de nuestras decisiones.

A nivel de grupo, si un informador considera necesario insistir a su grupo en la relevancia de las nuevas pruebas científicas, el grupo puede alcanzar la consonancia con cualquiera de los procedimientos de “acallar al mensajero”, desde la descalificación, hasta la expulsión del grupo en forma de vacío, o incluso la condena al ostracismo, como sucedió cuando Klein expulsó en 1849 a Semmelweiss al insistir éste en las pruebas que mostraban la apabullante reducción de la mortalidad por fiebre puerperal con el lavado de manos.

3º. Cuanto más implicación tengo con la conducta o creencia inicial, más probabilidad de que “yo me arregle” los hechos reales cuando éstos la contradicen.

4º. Paradójicamente, cuanto menor es la recompensa que me da el manipulador, mayor es la probabilidad de mi cambio de creencia a favor del manipulador⁶ (el lavado de cerebro es muy barato).

⁵ No hablamos de opinión, sino de información veraz y relevante que justifica hacer algo nuevo o dejar de hacer o modificar lo que hacemos.

⁶ Hay disponible un video de 5 minutos en: <http://www.youtube.com/watch?v=2sCV2auTJMo>