



ESTADOS DE ÁNIMO Y JUICIOS DE AUTOCONCEPTO EN UNIVERSITARIOS: ANÁLISIS DESDE UN ABORDAJE BASADO EN REDES SEMÁNTICAS NATURALES

Pablo Ezequiel Flores Kanter

Facultad de Psicología. Universidad Nacional de Córdoba; Universidad Siglo 21, Argentina

Leonardo Adrián Medrano

Facultad de Psicología. Universidad Siglo 21, Argentina

Laura María Victoria Manoiloff

Facultad de Psicología. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

RESUMEN

Dentro del estudio de la percepción del sí mismo se han desarrollado investigaciones que intentan observar los efectos de los estados de ánimo sobre el autoconcepto. La presente investigación sigue esta dirección, y se plantea como objetivo indagar la relación entre el estado de ánimo y los juicios de autoconcepto mediante una técnica que no ha sido utilizada en las investigaciones previas, la Técnica de Redes Semánticas Naturales (RSN). Los resultados obtenidos son coherentes con la Teoría de la Red Asociativa y el Modelo de Infusión del Afecto. De este modo, pudo observarse una congruencia entre el estado de ánimo (positivo y negativo) y la definición de sí mismo (positividad y negatividad del autoconcepto).

Palabras claves:

Estado de ánimo; Autoconcepto; Redes Semánticas Naturales

ABSTRACT

Within the study of self-perception a particular line of research has been the study of the consequences of affective states, especially the effect of mood on self-concept. The current study was aimed to examine the relationship between mood and self-concept judgments using a methodology that has not been used in previous studies, the Natural Semantic Networks Technique. Results support the Associative Network Theory and the Affect Infusion Model. Indeed, a congruence between positive and negative mood and positive and negative self-concept, respectively, was found.

Keywords:

Mood; Self-concept; Natural Semantic Networks

Correspondence about this article should be addressed to Pablo Ezequiel Flores Kanter, email: ezequiefk@gmail.com.

Una de las áreas de mayor desarrollo en el campo de la *ciencia afectiva* (Davidson, Scherer & Goldsmith, 2009), ha sido el estudio de la relación entre el afecto y la cognición. Así se ha estudiado la influencia del afecto sobre procesos tales como la memoria (McGaugh & Gahill, 2009; Reisberg & Hertel, 2004; Bower & Forgas, 2001); la elaboración de juicios (Forgas, 2009; 2001) y la toma de decisiones (Loewenstein & Lerner, 2009; Damasio, 2005; Rolls, 2014). Estos trabajos han tenido como objetivos centrales, a) verificar los efectos que tienen los afectos en la cognición, y b) desarrollar postulados teóricos que permitan explicar dicha interrelación (Forgas, 2000; Eich, et. al. 2003; Watson, 2000; Martin & Clore, 2001; Thayer, 1989; 1996).

Dentro de los estudios mencionados es posible diferenciar trabajos dirigidos a evaluar el efecto de *emociones* sobre la cognición, de investigaciones que se han centrado en los *estados anímicos* y su integración en los procesos del pensamiento (Bower & Forgas, 2003). De especial interés para el presente trabajo revisten estos últimos, y más concretamente, aquellos que han indagado los efectos de los estados de ánimo sobre el juicio de autoconcepto o la concepción de sí mismo (i.e. self-concept). Siguiendo esta línea se han desarrollado investigaciones tendientes a evaluar los efectos de los estados anímicos sobre la estructura del autoconcepto (DeSteno & Salovey, 1997), la claridad del autoconcepto (Nezlek & Plesko, 2001), el componente evaluativo del autoconcepto o valencia del yo (Bonis et al., 1998), y el contenido del autoconcepto (Sedikides, 1992; 1994; 1995; Sedikides & Green, 2001).

En esta investigación se sigue esta última dirección, y se plantea como objetivo general indagar la relación entre el estado de ánimo y los juicios de autoconcepto. El autoconcepto (i.e. definición de sí mismo) puede describirse como las creencias, hipótesis, y supuestos que un individuo tiene acerca de sí mismo; los cuales, a su vez, proveen de estructura, coherencia y significado a la existencia personal (Pajares & Schunk, 2005). Puede decirse, entonces,

que el autoconcepto refiere a una representación individual de todo aquello que se conoce sobre sí mismo e incluye aspectos diversos como nombres, gustos, disgustos, creencias, valores, y descripciones de la apariencia física (Pajares & Schunk, 2005; Heatherton & Wyland, 2002). Partiendo de esta definición, Pajares y Schunck (2005) así como Heatherton y Wyland (2002) indican que el autoconcepto surge de las creencias que uno sostiene que son ciertas sobre la propia experiencia. De este modo, la definición de sí mismo es, en esencia, *aquello que el individuo cree ser*; o, en otras palabras, refiere a la totalidad de creencias que el sujeto tiene sobre sí mismo.

Por su parte, para definir el estado de ánimo, se utilizan ciertos criterios que lo caracterizan y diferencian de las emociones (Beedie, Terry y Lane, 2005; DeLancey, 2006; Bower y Forgas, 2003). Con respecto a las *emociones*, las mismas dan cuenta de un sistema de respuesta o reacción psicofisiológica, organizada y altamente estructurada, a un evento u objeto que es relevante para las necesidades, objetivos o supervivencia del organismo (Watson, 2000). Como señala Izard (1991), las emociones son esenciales para nuestra supervivencia y existencia como seres humanos. Además, la misma posee cuatro componentes básicos y diferenciables, pero que actúan conjuntamente, al desencadenarse la emoción (Watson, 2000; Gutiérrez, 2000; Izard, 1991; Damasio, 2005): (1) un patrón de cambios a nivel neuronal y autonómico; (2) una forma prototípica de respuesta neuromuscular y expresiva; (3) un sentimiento distintivo, o rasgo experiencial; y (4) una forma característica en cuanto comportamiento adaptativo.

Como se mencionó previamente, si bien algunas de las características indicadas para las emociones son propias también de los *estados de ánimo*, especialmente aquellas que tienen que ver con el componente subjetivo o experiencial (i.e. valencia emocional positiva o negativa), esta última clase de afecto tiene algunas particularidades que permiten diferenciarla de la emoción (Watson, 2000; Bower & Forgas, 2003;

Thayer, 1989). Uno de estos rasgos diferenciales refiere a la *duración del episodio afectivo*. Los estados de ánimo, en contraste con las emociones, son por lo general muchos más largos en duración. Otra característica propia de los estados anímicos tiene que ver con la *causa de su activación*. En este sentido, los estados de ánimos están mayormente influenciados por procesos internos, y en menor medida por eventos externos y experiencias. Asimismo, en función de esta influencia principalmente endógena, los estados anímicos se caracterizan por un patrón cíclico diario de variación, lo cual no se observan en las emociones propiamente dichas. Como se advirtió al conceptualizar la emoción, a diferencia del estado anímico, ésta se caracteriza por un sistema de respuesta típico que se ejecuta por un estímulo emocionalmente competente, y que reviste de importancia para la supervivencia del individuo. Más allá de las diferencias mencionadas entre ambos afectos, puede afirmarse que *tanto las emociones como los estados de ánimo son experimentados como sentimientos que motivan, organizan, y guían la percepción, el pensamiento y la acción* (Izard, 1991).

Recientemente se ha desarrollado un modelo que permite explicar la relación entre el estado anímico y los juicios de autoconcepto, la *Teoría de la Red Asociativa* de Bower (1981, en Bower & Forgas, 2003), la cual propone la existencia de un *procesamiento de la información congruente con el estado anímico*. Según los autores, cuando se presenta un afecto, los conceptos, palabras, temas que se asocian con ese estado de ánimo tendrán mayor activación y estarán, de esta forma, muy disponibles para su utilización. En otras palabras, el estado de ánimo pondrá en primera línea ciertas categorías perceptuales, temas y modos de interpretación que sean congruentes con el afecto.

Si se toma en cuenta esta teoría, puede plantearse entonces que el estado de ánimo activará memorias congruentes con el afecto, lo que facilitará además, el recuerdo de representaciones positivas o negativas de

uno mismo, que determinaran, en última instancia, la descripción que uno realice de sí (autoconcepto).

En relación con esto último, Showers (2000) indica que el sí mismo (i.e. self) o *el autoconcepto que se evidencia en un determinado momento es contexto dependiente*. De esta manera la forma en que uno se ve a sí mismo (i.e. creencia o juicio de autoconcepto) puede variar en función de situaciones específicas. Concretamente, las actuales perspectivas del procesamiento de la información (Showers, 2000) dan cuenta de una unidad básica dentro del autoconcepto, denominado *autoconcepto de trabajo*; esto es, una elaboración producida a partir del repertorio de conocimiento que es relevante para la situación actual. De este modo, la definición resultante del sí mismo dependerá de las creencias o categorías que compongan el repertorio de información relevante acerca de uno mismo, en el momento en que se elabora la definición del self; en otras palabras, dependerá de la activación que reciban las categorías definidoras del self en el momento de la elaboración del autoconcepto. Según este modelo, la activación que reciben las distintas categorías que componen el autoconcepto variará en función del contexto. En concordancia, la Teoría de la Red Asociativa indica que los estados anímicos pueden presentarse muchas veces como contexto para la elaboración de los juicios cognitivos; lo cual implicaría que un cambio en el estado de ánimo puede verse acompañado de un cambio en la activación de las categorías definidoras del autoconcepto. Esto ha sido denominado por la Teoría de la Red Asociativa como proceso de *sumación de activación*, el cual será desarrollado con mayor detalle en el apartado de discusiones.

La infusión del afecto sobre el contenido del autoconcepto ha sido analizada y verificada recientemente por Sedikides (1992; 1994; 1995) y Sedikides y Green (2001). Los autores encontraron un efecto sobre el autoconcepto congruente con el estado de ánimo prevaleciente en los participantes. Esto es, en los participantes que fueron inducidos a un estado de ánimo triste, aumentó la negatividad del contenido del

autoconcepto; mientras que en los participantes inducidos a un estado de ánimo feliz, aumentó la positividad del contenido del autoconcepto. Es de importancia destacar que los estudios referenciados tuvieron como objetivo medir los efectos del estado de ánimo sobre *concepciones del sí mismos previamente formuladas por los participantes* (Sedikides, 1995); es decir, no posibilita arribar a conclusiones acerca de los posibles efectos de los estados anímicos sobre una *elaboración o conceptualización en el momento (i.e on-line) del sí mismo*. Dicho efecto no ha sido todavía verificado, ya que la influencia de los estados de ánimo sobre el contenido del autoconcepto se ha comprobado hasta aquí haciendo uso de descripciones arbitrariamente elegidas por los investigadores (Wright y Mischel, 1982), o que han sido previamente formuladas por los participantes (Sedikides, 1995). Por este motivo, es de interés para la presente investigación indagar la infusión del afecto en la elaboración on-line del autoconcepto.

Una innovación importante del presente estudio es que se investigará la relación entre los estados de ánimo y el autoconcepto mediante una técnica novedosa no aplicada a este campo de investigación, la *Técnica de Redes Semánticas Naturales* (RSN; Ramírez; Martínez; Montemayor & Nieto, 2009; Valdez, 2002).

La técnica de RSN es parte del Modelo de Redes Semánticas Naturales propuesto Figueroa, Gonzales y Solís (1976, en Ramírez, et al., 2009), y es una de las aproximaciones mediante la cual se ha intentado explicar el fenómeno del significado a través del uso de modelos en forma de red semántica (Valdez, 2002; Vivas, 2009). El estudio “natural” de las redes semánticas retoma algunos de los postulados básicos desarrollados por Quillian (1968, en Vivas, 2009; Valdez, 2002). Primero, que debe haber alguna organización interna de la información contenida en la memoria a largo plazo, en forma de red, en donde las palabras forman relaciones, las cuales en conjunto dan el significado de un concepto. El otro postulado primordial se refiere a la *distancia semántica*, la cual da cuenta de que no todos

los conceptos obtenidos como definidores de un concepto serán igual de importantes para definir al concepto central.

En el presente estudio, la técnica de RSN será aplicada para indagar la composición del autoconcepto o el significado del self, y verificar, además, si la definición del sí mismo varía en función del estado anímico predominante. Sintetizando, las hipótesis a corroborar en esta investigación son las siguientes: a) en el grupo con estado anímico predominantemente positivo, las definidoras de valencia positiva presentaran mayores niveles de centralidad; mientras que, b) en el grupo con estado anímico predominantemente negativo, las definidoras de valencia negativa presentaran mayores niveles de centralidad.

Metodología

Participantes

La muestra inicial estuvo constituida por un total de 405 estudiantes universitarios de diferentes carreras y de ambos géneros seleccionados a través de un muestreo no probabilístico accidental (Bologna, 2012). De los participantes, el 67,2% eran mujeres y el 32,8% varones; con una edad media de 22,52 (desviación estándar = 5,02). Por otra parte, el 51,9% cursaba Psicología, el 44,9% Medicina, y el 3,2% Abogacía.

Siguiendo a Eich y Schooler (2003), un factor importante a considerar al analizar los efectos del estado de ánimo sobre la cognición es la fuerza o intensidad de ese estado anímico. Por este motivo, posteriormente se aplicó un muestreo intencional sobre la muestra inicial (Bologna, 2012) seleccionando aquellos sujetos que con mayor intensidad manifestaban un estado de ánimo positivo y negativo. Se seleccionó así el 20% del total de la muestra que presentó un estado de ánimo más negativo; y el 20% del total de la muestra que presentó un estado de ánimo más positivo. En función de esto quedaron configurados dos grupos, uno con aquellos sujetos que manifestaron un estado de ánimo negativo más intenso (Grupo EAN; N=78); y otro con aquellos que manifestaron un estado de ánimo positivo más intenso

(Grupo EAP; N=76). De este modo, finalmente la muestra quedo conformada por un total de 154 estudiantes, en donde el 64,9% eran mujeres y el 35,1% varones; con una edad media de 22,73 (*Desviación Estándar* = 4,62). Asimismo, el 51,3% cursaba Psicología, el 44,2% Medicina, y el 4,5% Abogacía.

Instrumentos

El estado de ánimo de los participantes fue evaluado por medio de la escala adaptada de Afecto Positivo y Negativo (PANAS, Medrano et al., 2014). Este instrumento parte de un modelo ortogonal que sugiere la existencia de dos factores independientes entre sí: emociones positivas (EP) y negativas (EN) (Watson y Clark, 1988). En la adaptación local de la escala se observó la existencia de dos factores que explican en conjunto un 36% de la variabilidad del instrumento. Además, se verificó la estructura ortogonal de la escala ($r = .08$, $p > 0,05$) y se obtuvieron índices de consistencia interna aceptables ($\alpha = .84$ para EN; $\alpha = .75$ para EP).

Por otra parte, la evaluación del autoconcepto se realizó a través de la Técnica de Redes Semánticas Naturales. Esta técnica permite conocer el significado que los sujetos tienen sobre un concepto dado (Valdez, 2002). La misma se utilizó para observar cuál es la representación (i.e. significado) que los estudiantes tienen sobre sí mismos (i.e. autoconcepto). Siguiendo las recomendaciones de Valdez (2002), y Ramírez et al. (2009), la misma consistió en pedirle a los sujetos que definan el estímulo o reactivo (i.e. *Cómo me defino a mí mismo*) con un mínimo de cinco palabras sueltas. Las mismas podían ser sustantivos, adjetivos, verbos, adverbios o pronombres; pero no partículas gramaticales (artículos o preposiciones). El estímulo o reactivo que se les presentó a los participantes fue el siguiente: “Cómo me defino a mí mismo”, con el objetivo de obtener aquellas palabras utilizadas para autodescribirse.

Procedimiento

Para llevar a cabo la investigación se utilizó un diseño ex post facto prospectivo (León y Montero, 2007). En primer lugar, todos los participantes fueron informados sobre los objetivos de la investigación, y sobre su participación voluntaria y anónima en la misma. Luego de obtener el consentimiento de los participantes, el estudio se desarrolló de la siguiente manera. Primero se administró a los estudiantes la Escala adaptada de Afecto Positivo y Negativo (PANAS) para evaluar su estado de ánimo y, posteriormente, se aplicó la Técnica de Redes Semánticas Naturales.

Para el *análisis de los datos*, en primera instancia, se analizaron los resultados obtenidos en el PANAS. Con el objeto de verificar si los grupos EAN y EAP presentaban diferencias significativas en cuanto al estado anímico predominante en los mismos, y cuantificar además la magnitud de esas diferencias, se aplicó la prueba t para muestras independientes (Bologna, 2012) y la d de Cohen (Thalheimer & Cook, 2002). Para esto los datos fueron analizados con el software SPSS 20.0.

Luego se procedió a analizar las redes semánticas resultantes en cada uno de los grupos comparados. El análisis de redes semánticas consistió principalmente en (1) el cálculo de indicadores de centralidad (i.e. centralidad de grado con pesos); y en (2) la disposición (i.e. layout) de la red en un diagrama para poder ser visualizada. Con respecto a (1) los indicadores de centralidad, de manera general, dan cuenta de la importancia que tiene un nodo en una red determinada (Borgatti; Everett & Johnson, 2013). La *centralidad de grado con pesos* se calcula a partir del (a) número de lazos o conexiones que tiene un nodo determinado con otros nodos (i.e. *grado*) más (b) el peso de la relación entre dos nodos conexos (i.e. *peso*). Mientras el (a) grado varía en función de la cantidad de lazos que una palabra tiene con otras; el (b) peso de la relación varía en función de cuantas veces se repite una asociación entre dos nodos particulares. En el caso de la presente investigación, este indicador de centralidad fue calculado con el

objetivo de observar *qué conceptos eran los más centrales o importantes en la definición del sí mismo* en cada uno de los grupos comparados (i.e. EAN y EAP). Sumado a lo anterior, en base a estudios previos (Valdez, 2002) se decidió considerar a las 15 palabras definidoras que obtuvieran los mayores valores de centralidad como las más representativas del concepto de sí mismo en cada uno de los grupos. En relación a (2) el trazado o disposición de la red semántica en un gráfico, se aplicó el algoritmo *ForceAtlas 2* (Jacomy et. al., 2011). Para ambos procedimientos se utilizó el software Gephi 0.8.

También se aplicaron pruebas de hipótesis para muestras independientes basadas en la distribución normal (puntajes z) con el objeto de comparar los valores de centralidad de grado con pesos obtenidos por cada grupo (Borgatti; Everett & Johnson, 2013), en relación a las palabras con connotación positiva y negativa. Para este fin se hizo uso del software Epidat 3.1. Tanto el análisis visual de la red como los valores de centralidad alcanzados por las distintas

palabras definidoras fueron tenidos en cuenta para poder detectar si efectivamente se observaba una diferencia en los juicios de autoconcepto en función del estado anímico predominante en los grupos.

Por último, se aplicó nuevamente la prueba t para muestras independientes para observar diferencias en la proporción de menciones recibidas por las definidoras, tanto positivas como negativas pertenecientes a las 15 palabras con mayores niveles de centralidad, en los respectivos grupos comparados. Aquí también se hizo uso del software SPSS 20.

Resultados

En primer lugar, se analizaron las diferencias en el estado de ánimo presente en los grupos de comparación. Como puede apreciarse en la tabla 1, los grupos difirieron significativamente en relación a los estados de ánimo experimentados. El tamaño del efecto para estas diferencias fue muy grande ($d = 2,49$ con respecto al afecto positivo; y $d = 3,51$ con respecto al afecto negativo).

Tabla 1

Afectos positivos y negativos en función de los grupos comparados: Grupo Estado de Ánimo Positivo (i.e. EAP) y Grupo Estado de Ánimo Negativo (i.e. EAN).

Nivel de Afecto	Grupo				gl	t	d
	EAP (n=76)		EAN (n=78)				
	M	DS	M	DS			
<i>Afecto Positivo</i>	31,77	3,31	22,57	4,06	152	15,35**	2,49
<i>Afecto Negativo</i>	14,47	2,76	27,93	4,70	152	-21,60**	3,51

Nota. ** $p < .001$ (significación bilateral).

El siguiente objetivo de análisis fue comparar los grupos con respecto a la elaboración del juicio de autoconcepto. Para esto, primero se analizaron los valores de centralidad, así como la valencia

correspondiente, de las palabras utilizadas para la definición del sí mismo en los respectivos grupos (i.e. EAP y EAN). Los resultados se presentan en las tablas 2 y 3, y

las figuras 1 y 2 las cuales muestran las redes semánticas obtenidas.

Tabla 2

Conjunto de las 15 palabras definidoras con mayores valores de centralidad. Grupo Estado de Ánimo Positivo (N = 76).

Palabras Definidoras	Valor de Centralidad	Valencia
Alegre	162	Positiva
Responsable	132	Positiva
Entusiasta	119	Positiva
Amigable	117	Positiva
Orgulloso	110	Positiva
Tranquilo	103	Positiva
Honesto	95	Positiva
Solidario	92	Positiva
Divertido	90	Positiva
Simpático	83	Positiva
Decidido	82	Positiva
Perseverante	73	Positiva
Fuerte	71	Positiva
Inteligente	70	Positiva
Susceptible	67	Negativa

Tabla 3.

Conjunto de las 15 palabras definidoras con mayores valores de centralidad. Grupo Estado de Ánimo Negativo (N = 78).

Palabras Definidoras	Valor de Centralidad	Valencia
Inseguro	143	Negativa
Nervioso	139	Negativa
Susceptible	121	Negativa
Alegre	118	Positiva
Honesto	111	Positiva
Amigable	94	Positiva
Responsable	91	Positiva
Bueno	89	Positiva
Simpático	81	Positiva
Inteligente	75	Positiva
Divertido	74	Positiva
Tímido	72	Negativa
Irritable	70	Negativa
Distraído	69	Negativa
Solidario	68	Positiva

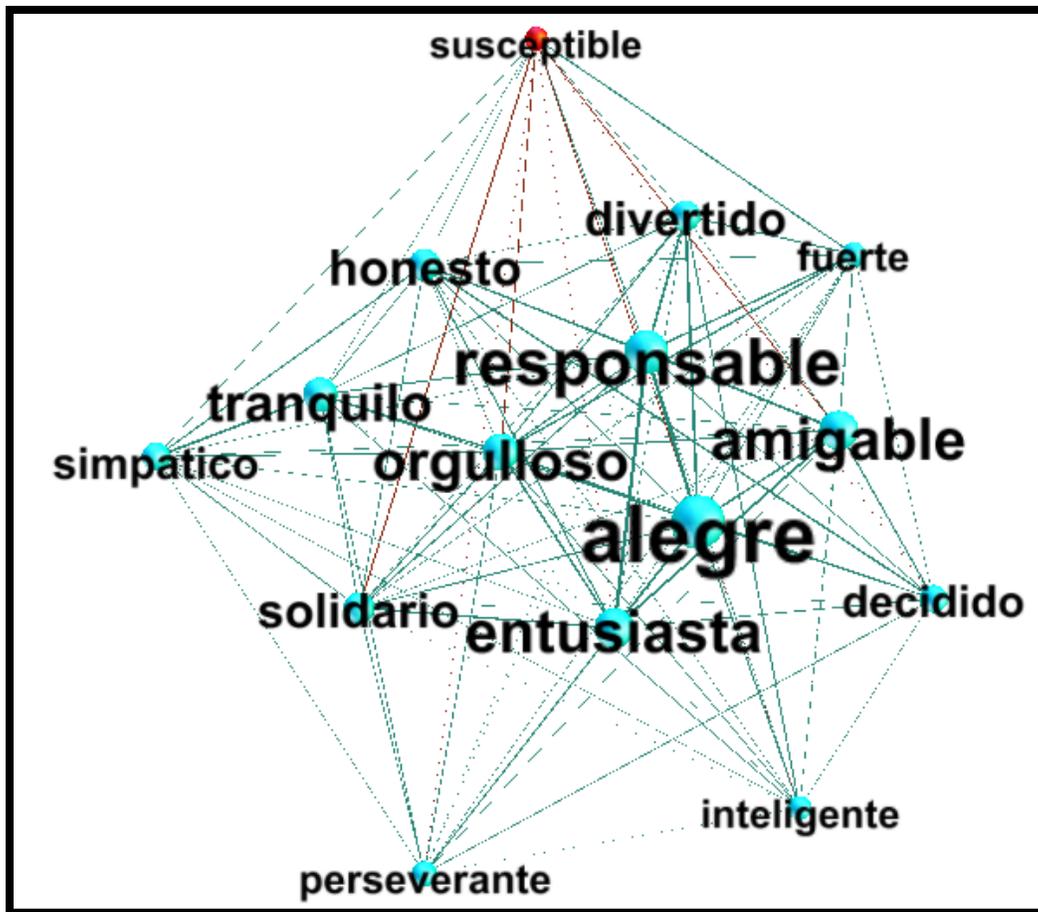


Figura 1. Red semántica de las quince palabras con mayores valores de centralidad correspondiente al Grupo Estado de Ánimo Positivo (N = 76). El tamaño de los nodos, así como el tamaño de las etiquetas, es proporcional al valor de centralidad obtenido. El grosor de las aristas es proporcional al peso de la relación entre los nodos. Los nodos con valencia positiva se encuentran representados con color celeste; mientras que los nodos con valencia negativa se encuentran representados con color rojo.

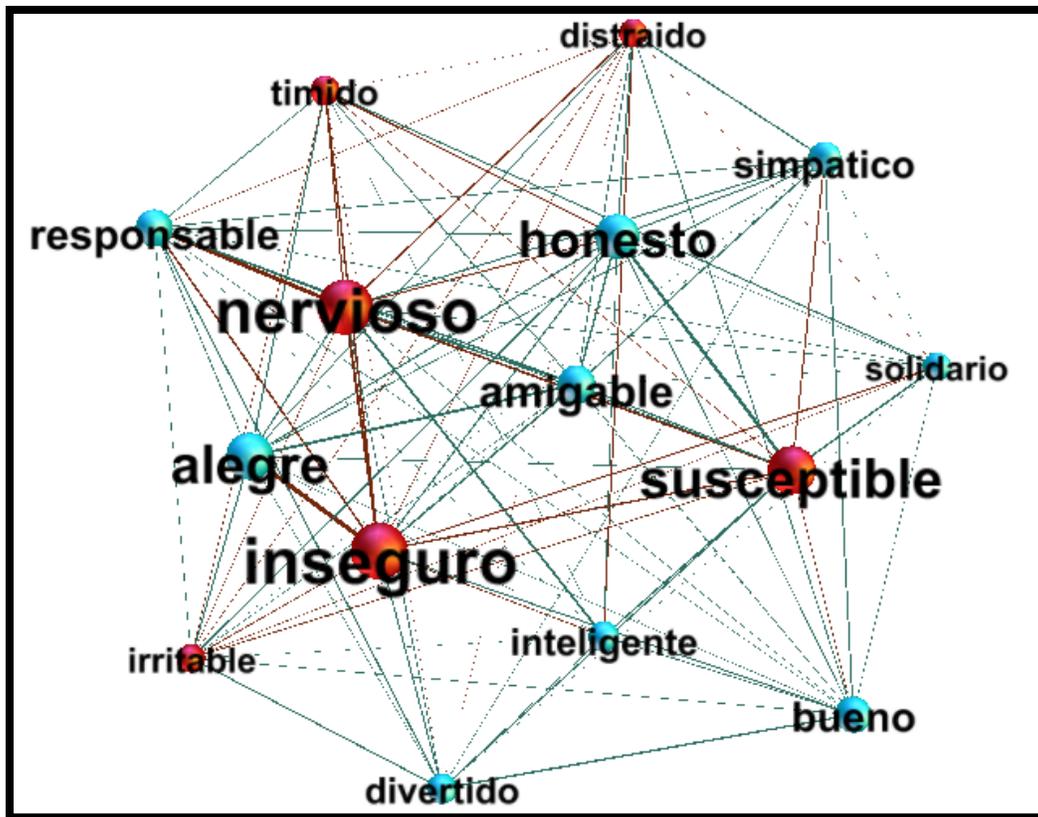


Figura 2. Red semántica de las quince palabras con mayores valores de centralidad correspondiente al Grupo Estado de Ánimo Negativo (N = 78). El tamaño de los nodos, así como el tamaño de las etiquetas, es proporcional al valor de centralidad obtenido. El grosor de las aristas es proporcional al peso de la relación entre los nodos. Los nodos con valencia positiva se encuentran representados con color celeste; mientras que los nodos con valencia negativa se encuentran representados con color rojo.

Con el fin de complementar los anteriores análisis, se aplicó la prueba de hipótesis para proporciones, y muestras independientes, basadas en la distribución normal (Bologna, 2012). La misma se implementó con el objeto de verificar diferencias en las proporciones de valor de centralidad obtenidos, tanto por las definidoras con connotación positiva como negativa que integraban las 15 palabras más centrales, en cada uno de los grupos. Se decidió proceder de este modo dado que los valores brutos de centralidad resultantes no están estandarizados, y por lo tanto no permiten la comparación inter-grupo. Así pudo observarse una diferencia estadísticamente significativa ($z = 24,47$; $p < .001$) en las proporciones comparadas

(figura 3). De esta manera, mientras en el grupo de estado anímico positivo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación positiva corresponde al 95% del valor total de centralidad; en el grupo de estado anímico negativo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación positiva corresponde al 57% del valor total de centralidad. Es decir, en el grupo de estado anímico negativo el valor de centralidad alcanzado por las definidoras con valencia positiva disminuye un 39%. En comparación a los datos descritos, mientras en el grupo de estado anímico positivo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación negativa corresponde al 5% del valor total de centralidad; en el grupo de estado anímico

negativo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación negativa corresponde al 43% del valor total de centralidad. Es decir, en el grupo de estado

ánimico negativo el valor de centralidad alcanzado por las definidoras con valencia negativa aumenta un 39%.

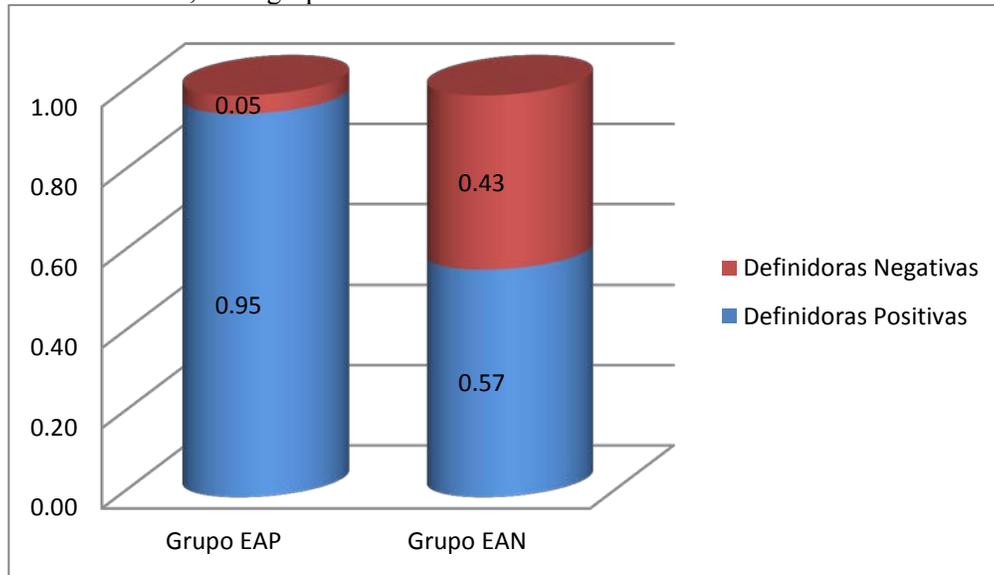


Figura 3. Proporción de centralidad alcanzado por las definidoras con valencia positiva y negativa, integrantes de las 15 palabras más centrales, en función de los grupos comparados (i.e. Grupo Estado de Ánimo Positivo y Grupo Estado de Ánimo Negativo).

Seguidamente se aplicó, nuevamente, la prueba de hipótesis para proporciones basadas en la distribución normal, para verificar en este caso diferencias en las proporciones de palabras positivas y negativas mencionadas en función de los grupos, teniendo en cuenta todas las definidoras dadas, no solo las que obtuvieron mayores niveles de centralidad. No se observaron diferencias estadísticamente significativas en este sentido ($z = 1,89$; $p > .05$). Sin embargo, si se compara la proporción de centralidad obtenida por dichas palabras definidoras, es decir, considerando el total de definidoras positivas y negativas dadas en los respectivos grupos; sí se observan diferencias estadísticamente significativas ($z = 19,63$; $p < .001$). Similar a lo observado en el grupo de las 15 palabras más centrales, mientras en el grupo de estado anímico positivo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación

positiva corresponde al 83% del valor total de centralidad; en el grupo de estado anímico negativo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación positiva corresponde al 61% del valor total de centralidad. Esto es, en el grupo de estado anímico negativo el valor de centralidad alcanzado por las definidoras con valencia positiva disminuye un 22%. En comparación a los datos mencionados, mientras en el grupo de estado anímico positivo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación negativa corresponde al 17% del valor total de centralidad; en el grupo de estado anímico negativo el valor total de centralidad alcanzado por las palabras con connotación negativa corresponde al 39% del valor total de centralidad. Es decir, en el grupo de estado anímico negativo el valor de centralidad alcanzado por las definidoras con valencia negativa aumenta un 22% (figura 4).

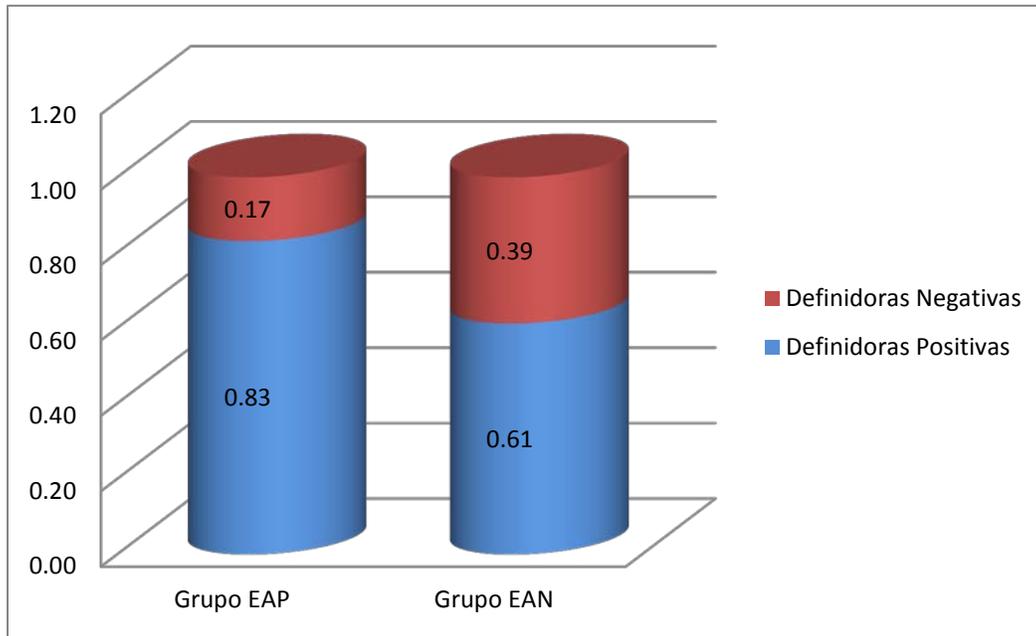


Figura 4. Proporción de centralidad alcanzado por el total (N=249) de definidoras con valencia positiva y negativa en función de los grupos comparados (i.e. Grupo Estado de Ánimo Positivo y Grupo Estado de Ánimo Negativo).

Por último, se aplicó la prueba t para muestras independientes con el objeto de verificar si las palabras que obtuvieron mayores niveles de centralidad diferían en los grupos comparados (i.e. Grupo EAP y Grupo EAN), en términos de mención o no de estas palabras (tabla 4). En comparación con el grupo negativo, la proporción de menciones realizadas de las siguientes palabras fue significativamente mayor en el grupo positivo: “Tranquilo” ($t = 1.98$; $gl = 139.18$; $p = .049$); “Decidido” ($t = 2.98$; $gl = 114.77$; $p = .003$); “Entusiasta” ($t = 2.98$; $gl = 114.77$;

$p = .003$); “Orgullosa” ($t = 2.30$; $gl = 132.40$; $p = .023$). Por otro lado, en comparación con el grupo positivo, la proporción de menciones realizadas de las siguientes palabras fue significativamente mayor en el grupo negativo: “Nervioso” ($t = -4.27$; $gl = 122.49$; $p = .001$); “Inseguro” ($t = -4.86$; $gl = 103.58$; $p = .001$); “Susceptible” ($t = -2.03$; $gl = 142.96$; $p = .044$); “Tímido” ($t = -2.22$; $gl = 121.55$; $p = .028$); “Distraído” ($t = -2.08$; $gl = 128.98$; $p = .039$); “Irritable” ($t = -2.07$; $gl = 136.44$; $p = .040$).

Tabla 4

Proporción de palabras mencionadas en función del estado de ánimo

Palabras Definidoras	Grupo				gl	t
	EAP (n=76)		EAN (n=78)			
	M	DS	M	DS		
Tranquilo	.24	.42	.12	.32	139.18	1.98*
Decidido	.21	.41	.05	.22	114.77	2.98**
Entusiasta	.21	.41	.05	.22	114.77	2.98**
Orgullosa	.22	.41	.09	.28	132.40	2.30*
Nervioso	.08	.27	.35	.47	122.49	-4.27**
Inseguro	.04	.19	.32	.47	103.58	-4.86**
Susceptible	.12	.32	.24	.43	142.97	-2.03*
Tímido	.04	.19	.14	.35	121.55	-2.22*
Distraído	.05	.22	.15	.36	128.98	-2.08*
Irritable	.08	.27	.19	.39	136.44	-2.07*

Nota. * $p < .05$ (significación bilateral). ** $p < .01$ (significación bilateral).

Discusión

Los resultados obtenidos permiten pensar que la probabilidad de definirse de manera más positiva o negativa varía en función del estado anímico predominante al momento de elaborar el juicio de autoconcepto. De este modo, pudo observarse que en el grupo de estado anímico positivo las definidoras con valencia positiva alcanzan mayores valores de centralidad en comparación al grupo de estado anímico negativo. Por el contrario, en el grupo de estado anímico negativo las definidoras negativas alcanzan valores de centralidad mayores a lo observado en el grupo de estado anímico positivo. Lo anterior pudo apreciarse tanto en los análisis estadísticos efectuados (figura 3 y 4; tabla 4) como en las redes semánticas resultantes (figura 1 y 2). Al observar dichas redes puede obtenerse una visión clara de los distintos pesos que adquieren las definidoras con connotación negativa o positiva en función del estado de ánimo predominante en los grupos. Así, en la red semántica correspondiente al grupo de estado anímico positivo (figura 1) los nodos

de valencia positiva ocupan claramente un lugar central (lo cual queda determinado, no por el espacio que ocupan en el gráfico, sino por el tamaño de sus nodos y etiquetas), mientras que el único nodo de valencia negativa es comparativamente menos central. Un gran cambio puede apreciarse al ver la red semántica resultante en el grupo de estado anímico negativo (figura 2), en donde las definidoras con connotación negativa ocupan un lugar mucho más central en la definición del self.

Por lo tanto, los resultados de este estudio permiten conjeturar que para la elaboración del autoconcepto el sujeto se basaría en el repertorio de conceptos presente en la memoria autobiográfica. Dicha memoria estaría compuesta tanto por definidoras del self positivas y negativas, resultantes de la propia experiencia. Ahora bien, la disposición o predominancia en la memoria autobiográfica de una u otra categoría para la definición del self variaría en función del estado anímico predominante.

Asimismo, los resultados descritos son coherentes con el *modelo de procesamiento de la información* (Dalglish, 2009; Showers, 2000; Bower & Forgas, 2003) propuesto tanto para definir la relación entre el afecto y la cognición (i.e. Modelo de Red Asociativa) como para definir al autoconcepto como contexto-dependiente. Así un cambio en el estado de ánimo puede verse acompañado de cambios en la activación de las distintas categorías del autoconcepto. Bower y Forgas (2001) denominarán a este proceso *sumación de activación*, el cual explica que el procesamiento congruente con el estado de ánimo ocurre dado que el estado afectivo que experimenta la persona pone a disposición una serie de temas, categorías perceptuales, así como modos de interpretar la realidad,

que son congruentes con dicho estado afectivo experimentado.

Cabe destacar, además, que los grupos no difirieron significativamente en la cantidad de definidoras positivas o negativas. Lo cual indicaría que *el autoconcepto no se diferencia por la cantidad de palabras definidoras de distinta valencia que lo componen sino por el valor de centralidad que adquieren estos conceptos al momento de elaborar dicho juicio acerca del self*. Los cambios en el nivel de centralidad se podría atribuir a un *proceso de sumación de activación*; esto es, las definidoras congruentes con el estado anímico tendrían mayor activación que otras definidoras, afectando así el juicio de autoconcepto (figura 5).

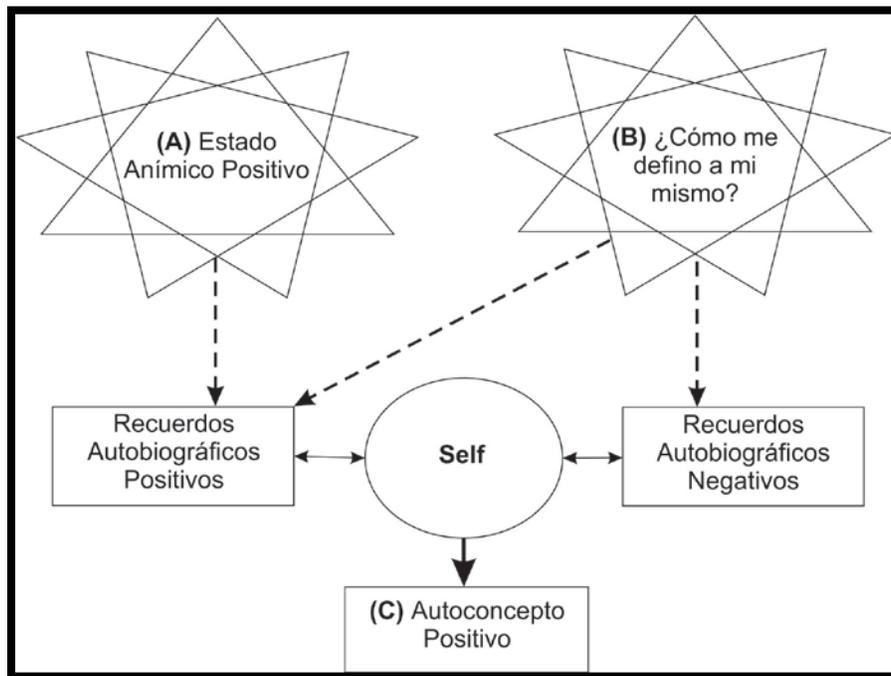


Figura 5. Sumación de activación para una estructura de memoria asociativa hipotética. En este caso, los recuerdos autobiográficos positivos se ven activados tanto por el estado de ánimo positivo (A) como por el estímulo “Cómo me defino a mí mismo” (B). Por lo tanto, la probabilidad de definirse a sí mismo positivamente aumenta (C). Puede apreciarse, además, que los recuerdos autobiográficos negativos solo reciben activación del estímulo (B) y no del estado de ánimo del momento (A). Por este motivo, la probabilidad de definirse a sí mismo negativamente disminuye.

Es importante aclarar que el proceso de sumación de activación ocurriría principalmente en situación de alta intensidad del afecto (Eich & Macaulay, 2000; Eich & Schooler, 2003). En el presente estudio se trabajó con diferencias afectivas de gran intensidad, lo cual explica las claras diferencias en los juicios de autoconcepto entre los grupos. No obstante, debe considerarse que dichas diferencias no serían tan evidentes en circunstancias de baja activación afectiva (Bower & Forgas, 2003).

Volviendo a los resultados obtenidos, los mismos son similares a los encontrados por Sedikides (1995), quien verificó un efecto sobre el autoconcepto congruente con el estado de ánimo prevaleciente en los participantes. Sin embargo, como se explico en la introducción, es importante destacar que el autor referenciado tuvo como objeto medir los efectos del estado de ánimo sobre concepciones del sí mismos previamente formuladas por los participantes (Sedikides, 1995). En la presente investigación, en cambio, se obtuvo evidencia acerca de la congruencia anímica en la elaboración del momento u on-line del autoconcepto, y no sobre definiciones del self previamente formuladas.

Si bien la presente investigación obtuvo evidencia a favor acerca de la elaboración del autoconcepto congruente con el estado anímico, hay que recordar que se empleó un diseño no experimental; por lo tanto, la causalidad de la relación propuesta es discutible. Así, es también esperable que el autoconcepto que una persona tenga de sí mismo afecte sus emociones o estados anímicos. En este sentido, sería adecuado proponer modelos recursivos que permitan comprender la relación existente entre el afecto y el autoconcepto, como propone Scherer (2009) de manera general con respecto al afecto y la cognición. Más allá de la anterior consideración, es importante

llevar a cabo estudios experimentales que permitan una apreciación más clara de la influencia de los estados anímicos sobre la elaboración del momento del autoconcepto.

Referencias

- Beedie, C.; Terry, P. & Lane, A. (2005). Distinctions between emotion and mood. *Cognition and Emotion, 19* (6), 847-878.
- Bologna, E. (2012). Estadística para psicología y educación. Córdoba: Editorial Brujas.
- Bonis, M.; De Boecka, P.; Lida-Pulika, H.; Hourtane, M. & Fe'linea, A. (1998). Self-concept and mood: A comparative study between depressed patients with and without borderline personality disorder. *Journal of Affective Disorders, 48*, 191-197.
- Borgatti, S. P.; Everett, M. G. & Johnson, J. C. (2013). *Analyzing social networks*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Bower, G. H. & Forgas, J. P. (2001). Mood and social memory. En Forgas, J. *Handbook of Affect and Social Cognition* (pp. 95-120). New York: Psychology Press.
- Bower, G. H. & Forgas, J. P. (2003). Afecto, memoria y cognición social. En Eich, E.; Kihlstrom, J.; Bower, G.; Forgas, J. y Niedenthal, P. *Cognición y Emoción* (pp. 83-169). España: Descleé De Brouwer.
- Damasio, A. R. (2005). *En busca de Spinoza. Neurobiología de la emoción y los sentimientos*. Barcelona: Crítica.
- Davidson, R. J.; Scherer, K. R. & Goldsmith, H. H. (2009). *Handbook of affective sciences*. New York: Oxford University Press.
- DeLancey, C. (2006). Basic Moods. *Philosophical Psychology, 19* (4), 527-538.
- DeSteno, D. A. & Salovey, P. (1997). The Effects of Mood on the Structure of the Self-concept. *Cognition and Emotion, 11* (4), 351-372.
- Detweiler-Bedell, B.; Detweiler-Bedell, J. B. & Salovey, P. (2006). Mood-congruent perceptions of success depend on self-other framing. *Cognition and Emotion, 20* (2), 196-216.

- Eich, E. & Macaulay, D. (2000). Fundamental factors in mood-dependent memory. En Forgas, J. P. *Feeling and thinking. The role of affect in social cognition* (pp. 109-131). United Kingdom: Cambridge University Press.
- Eich, E. & Schooler, J. W. (2003). Interacciones entre cognición y emoción. En Eich, E.; Kihlstrom, J.; Bower, G.; Forgas, J. y Niedenthal, P. *Cognición y Emoción* (pp. 13-37). España: Desclée De Brouwer.
- Eich, E.; Kihlstrom, J.; Bower, G.; Forgas, J. & Niedenthal, P. (2003). *Cognición y Emoción*. España: Desclée De Brouwer.
- Forgas, J. P. (2000). *Feeling and thinking. The role of affect in social cognition*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Forgas, J. P. (2001). *Handbook of affect and social cognition*. New York: Psychology Press.
- Forgas, J. P. (2009). Affective influences on attitudes and judgments. En Davidson, R. J.; Scherer, K. R & Goldsmith, H. H. *Handbook of affective sciences* (pp. 596-619). New York: Oxford University Press.
- Goldstein R. C. & Willner, P. (2002). Self-report measures of defeat and entrapment during a brief depressive mood induction. *Cognition and Emotion, 16* (5), 629-642.
- Gutiérrez, I. G (2000). *Psicología de la emoción*. Madrid: Síntesis Psicología.
- Heatherton, T. F. & Wyland, C. L. (2002). Assessing self-esteem. En Lopez, S. J. y Snyder, C. R. (Eds.). *Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures* (pp. 219-233). Washington, DC: APA.
- Izard, C. E. (1991). *The psychology of emotions*. New York: Plenum Press.
- Jacomy, M.; Heymann, S.; Venturini, T. & Bastian, M. (2011). ForceAtlas2, a graph layout algorithm for handy network visualization. *Sciences Po, medialab*.
- León, O. & Montero, I. (2007). A guide for naming research studies in psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology, 7* (3), 847-862.
- Loewenstein, G. & Lerner, J. S. (2009). The role of affect in decision making. En Davidson, R. J.; Scherer, K. R & Goldsmith, H. H. *Handbook of affective sciences* (pp. 619-643). New York: Oxford University Press.
- MacGaugh, J. L. & Cahill, L. (2009). Emotion and memory: Central and peripheral contributions. En Davidson, R. J.; Scherer, K. R & Goldsmith, H. H. *Handbook of affective sciences* (pp. 93-117). New York: Oxford University Press.
- Martin, L. & Clore, G. (2001). *Theories of mood and cognition*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Medrano, L. A.; Flores Kanter, E.; Ríos, M.; Curarello, A. & González, J. (2014). Adaptación de la Escala de Afecto Positivo y Negativo (PANAS) a la población de estudiantes universitarios de Córdoba. *En prensa*.
- Nezlek, J. B. & Plesko, R. M. (2001). Day-to-day relationships among self-concept clarity, self-esteem, daily events, and mood. *Personality and Social Psychology Bulletin, 27*, 201-211.
- Pajares, F. & Schunk, D. H. (2005). Self-efficacy and self-concept beliefs: Jointly contributing to the quality of human life. En Marsh, H. W.; Craven, R. G. & McInerney, D. M. *International advances in self research. New frontiers for self research* (pp. 95-123). United States: Information Age Publishing.
- Ramírez, E. L.; Martínez, G. M.; Montemayor, V. P. & Nieto, C. R. (2009). El análisis del significado humano a través de la técnica de redes semánticas naturales. En Vivas, J. (Comp.) *Evaluación de Redes Semánticas. Instrumentos y Aplicaciones*. Mar del Plata: Eudem.
- Reisberg, D. & Hertel, P. (2004). *Memory and emotion*. New York: Oxford University Press.
- Rolls, E. T. (2014). Emotion and decision-making explained: Précis. *Cortex*.
- Scherer, K. R. (2009). Cognitive components of emotion. En Davidson, R. J.; Scherer, K. R & Goldsmith, H. H. *Handbook of affective sciences* (pp. 563-596). New York: Oxford University Press.
- Sedikides, C. (1992). Changes in the valence of self as function of mood. *Review of*

Personality and Social Psychology, 14
(1), 271-31.

Received: 08/31/2013
Accepted: 12/03/2014

- Sedikides, C. (1994). Incongruent effects of sad mood on self-conceptions valence: It's matter of time. *European Journal of Social Psychology*, 24, 161-172.
- Sedikides, C. (1995). Central and peripheral self-conceptions are differentially influence by mood: Test of the differential sensitivity hypotesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 759-777.
- Sedikides, C. & Green, J. D. (2001). Affective influences on the self-concept: Qualifying the mood-congruency principle. En Forgas, J (eds.). *Handbook of Affect and Social Cognition*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Showers, C. J. (2000). Self-organization in emotional contexts. En Forgas, J. P. *Feeling and thinking. The role of affect in social cognition* (pp. 283-308). United kingdom: Cambridge University Press.
- Thayer, R. E. (1989). *The biopsychology of mood and arousal*. New York: Oxford University Press.
- Thayer, R. E. (1996). *The origin of everyday moods*. New York: Oxford University Press.
- Thalheimer, W. & Cook, S. (2002). How to calculate effect sizes from published research: A simplified methodology. *A Work-Learning Research Publication*.
- Valdez, M. J. L. (2002). Las redes semánticas naturales, usos y aplicaciones en psicología social. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Vivas, J. (2009). Evaluación de Redes Semánticas. Instrumentos y Aplicaciones. Mar del Plata: Eudem.
- Watson, D. (2000). *Mood and temperament*. New York: The Guilford Press.
- Watson, D. & Clark, L. A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070
- Wright, J. & Mischel, W. (1982). Influence of affect on cognitive social learning person variables. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (5), 901-914.