

¿Reaccionamos igual ante una mirada que ante una flecha?

03/07/2025

Noticias de investigación

¿Nos guía igual una flecha que unos ojos que miran en una determinada dirección? Un equipo del Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento (CIMCYC) de la Universidad de Granada, en colaboración con la Universidad de Roma “La Sapienza”, han explorado esta pregunta comparando cómo procesamos estímulos sociales como ojos y rostros frente a señales no sociales, como flechas, especialmente cuando ambas entran en conflicto con el espacio en el que aparecen.



En este tipo de tareas, se pide a las personas que indiquen hacia dónde apunta el estímulo presentado en la pantalla de un ordenador, ignorando el lugar en el que aparece en pantalla. Así, en algunas pruebas la dirección del estímulo coincide con su ubicación (por ejemplo, una flecha que apunta a la izquierda y aparece en el lado izquierdo de la pantalla), mientras que en otras no (como unos ojos que miran a la izquierda, pero aparecen en el lado derecho). Lo habitual es que respondamos mejor cuando dirección y localización coinciden (es decir, nos equivocamos menos y somos más rápidos).

Sin embargo, con la mirada ocurre algo curioso: sucede justo lo contrario. Las personas responden peor cuando la dirección de la mirada coincide con su ubicación. Este fenómeno se conoce como **“efecto de congruencia revertida”**, y sugiere que **los estímulos sociales activan nuestros mecanismos de atención de una forma distinta**.

Para profundizar en este fenómeno, el equipo analizó **datos combinados de 11 estudios de diferentes laboratorios (España, Italia y Japón)**, con más de **700 personas participantes**. Se aplicó una técnica llamada

<http://cimcyc.ugr.es/>

Conditional Accuracy Function (CAF), que permite observar cómo cambia la precisión según el tiempo de reacción.

Los resultados muestran que, con flechas, los errores aparecieron sobre todo en las respuestas rápidas a las condiciones incongruentes: cuando dirección y localización no coinciden, la precisión de las respuestas baja si respondemos de forma rápida. Pero con rostros y ojos, estos errores fueron más frecuentes en ambas condiciones, y mucho más en condiciones congruentes (cuando dirección y localización coinciden, al contrario de lo que ocurre con las flechas).

Estos hallazgos indican que **frente a señales sociales como las miradas nuestros mecanismos atencionales parecen activarse de forma diferente y más compleja** que frente a señales neutras como las flechas. Además, el uso de rostros completos intensificó este patrón, lo que sugiere que el contexto social y visual influye en las primeras etapas del procesamiento.

Este trabajo ayuda a entender mejor cómo adaptamos nuestra atención en función del tipo de información que recibimos, especialmente cuando esa información tiene un valor social o comunicativo, como lo es la mirada de otra persona.

Referencia

Ponce, R., Lupiáñez, J., González-García, C., Casagrande, M., & Marotta, A. (2025). Exploring the spatial interference effects elicited by social and non-social targets: A conditional accuracy function approach. *British journal of psychology* (London, England : 1953), 116(1), 69–88. <https://doi.org/10.1111/bjop.12735>

Contactos

Renato Ponce (renatojavier.ponceguerrero@uniroma1.it)

Juan Lupiáñez (jlupiane@ugr.es)

Andrea Marotta (marotta@ugr.es)