



## Navegar el mundo social: el modelo tridimensional de la mente

Emilia Vilatta y José Giromini  
Instituto de Humanidades - CONICET, Córdoba, Argentina

Tipo de artículo: Actualidad.

Disciplinas: Psicología, Neurociencias.

Etiquetas: cognición social, estados mentales, interacciones sociales, teoría de la mente.

*¿Cómo “leemos” las mentes de las otras personas y cómo usamos esa información para predecir su comportamiento? El “Modelo 3D de la Mente” sugiere que para ello situamos los estados mentales de los demás en un espacio de tres dimensiones: racionalidad, impacto social y valencia emocional. Aunque el modelo tiene un buen potencial explicativo, presenta algunas limitaciones para dar cuenta de cómo navegamos realmente en el mundo social.*



(cc) Fundación Más Humano.

Ser capaces de identificar los estados mentales de otros tiene una importancia central en nuestras interacciones cotidianas. Para navegar el mundo social, debemos ser capaces de percibir, comprender y predecir la rica variedad de pensamientos y emociones que afectan a otros e influyen sus acciones: el enojo de una pareja, la frustración de un compañero de equipo o la astucia de un estafador. ¿Cómo representamos la complejidad de otras personas para capturar sus estados

mentales y predecir sus comportamientos?

Recientemente, Tamir y Thornton (2018; Thornton y Tamir, 2020) han propuesto el denominado “Modelo 3D de la Mente” para explicar cómo comprendemos y predecimos el comportamiento ajeno. Este modelo se integra con los actuales enfoques bayesianos de cognición social (Baker, Saxe y Tenenbaum, 2009; Ross y Nisbett, 2011) y aborda dos desafíos clave: 1) cómo organizamos de modo eficiente el conocimiento social y 2) qué tipo de información utilizan las personas para hacer predicciones sociales.

A partir de estudios centrados en la actividad de redes neuronales, los autores desarrollaron un modelo de la estructura de la cognición social y los rasgos que las personas codifican espontáneamente durante las

inferencias sociales (Thorton y Tamir, 2020). Según los autores, organizamos la información acerca de la psicología de los otros en tres capas: las primeras dos capas corresponden a instancias “ocultas”, sus estados mentales y sus rasgos de personalidad, y la tercera capa a una instancia observable, sus acciones. De este modo, la información contenida en las capas ocultas permite hacer predicciones acerca de la capa observable (Tamir y Thornton, 2018).

El Modelo 3D establece que representamos los estados mentales en una suerte de mapa tridimensional, cuyos tres ejes serían la racionalidad, el impacto social y la valencia. Los estados se localizan: (a) en el eje de la racionalidad según sean más cognitivos (como la deliberación) o más emocionales (como la indignación); (b) en el eje del impacto social, según su intensidad y direccionamiento hacia otros, teniendo en uno de sus extremos estados de mayor estimulación y más sociales, como la lujuria, y en el otro los más “apagados” y menos sociales, como la indolencia; y (c) en el eje de la valencia según presenten características más positivas, como la felicidad, o negativas, como la miseria.

La ubicación de los estados sobre estos tres ejes permite anticipar comportamientos: así, la racionalidad indica si la persona actuará de modo más concienzudo o más impulsivo, el impacto social indica cuánto podrán afectarnos sus acciones y la valencia qué tan dispuesta estará la persona a cooperar con nosotros. De este modo, el modelo no sólo permite caracterizar los estados en que otros se encuentran sino también, crucialmente, su dinámica.

La fortaleza del Modelo 3D se encuentra en su simplicidad, mostrando los conceptos más básicos que todos compartiríamos para representarnos los estados mentales de los otros. Su funcionamiento está centrado en un principio de “economía cognitiva”: en vez de afrontar la alta carga cognitiva de considerar cada detalle de la otra persona y sus experiencias, buscamos captar información esencial relacionada con las tres dimensiones mencionadas, por ejemplo, un gesto de enojo o una actitud indiferente.

A nuestro criterio, sin embargo, el principio de economía cognitiva trae el costo de asumir que tenemos representaciones demasiado simplificadas y estandarizadas de los otros. Cuando nos preguntamos cómo las personas llevan a cabo predicciones en las interacciones reales y cuál es la influencia que tienen en ellas los contextos, los grupos sociales y las relaciones diádicas, el asunto se revela mucho más complejo. La navegación eficiente en el mundo social no sólo requiere percibir los estados mentales de los otros, sino también toda una serie de aspectos sociológicos.

La teoría de la identidad social, por ejemplo, ha mostrado la diferencia crucial que implica para nuestro trato con los otros el hecho de que los categoricemos como perteneciendo o no perteneciendo a un grupo determinado (Hogg, 2016). Más aún, a menudo identificamos a otros individuos como desempeñando un determinado rol social que los sujeta a ciertos protocolos de comportamiento (Lawson, 2014). Es plausible suponer que estos protocolos pueden tener tanto o más peso que los estados mentales para predecir las acciones de otros: aunque sea patente que un empleado bancario está fastidioso, emocional y poco cooperativo, asumimos que nos facilitará el trámite que queremos realizar porque está obligado a hacerlo.

Por otra parte, el modelo tampoco explica cómo usamos la información social más fina que tenemos acerca de otros cuando éstos son altamente familiares. Por ejemplo, el modelo no puede explicar por qué soy capaz de inferir que, si mi amiga Violeta está enojada, no conviene dirigirse a ella inmediatamente, mientras que si mi amigo Jaime lo está, se enfurecerá aún más si no se le pregunta qué le ocurre. Cuando tratamos con amigos, amantes o familiares, parece que utilizamos en nuestras predicciones mucha más información que la que el Modelo 3D asume.

En suma, el Modelo 3D resulta sumamente útil y parsimonioso para dar cuenta de cómo organizamos los estados mentales de los otros en general, pero su implementación en la navegación social efectiva requiere que sea complementado con el procesamiento de información acerca de las posiciones y obligaciones sociales de los otros y sus características idiosincráticas cuando éstos nos son familiares.

## Referencias

- Baker, C. L., Saxe, R., y Tenenbaum, J. B. (2009). Action understanding as inverse planning. *Cognition*, 113, 329-349.
- Hogg, M. (2016). Social identity theory. En: Mckeown, S., Haji, R., y Ferguson, N. (eds.) *Understanding Peace and Conflict Through Social Identity*. Cham: Springer.
- Lawson, T. (2014). A conception of social ontology. En: Pratten, S. (Ed.). *Social Ontology and Modern Economics* (pp. 19-52). New York: Routledge.
- Ross, L., y Nisbett, R. E. (2011). *The Person and the Situation: Perspectives of Social Psychology*. Pinter & Martin Publishers.
- Tamir, D. I., y Thornton, M. A. (2018). Modeling the predictive social mind. *Trends in Cognitive Sciences*, 22, 201-212.
- Thornton, M. A., y Tamir, D. I. (2020). People represent mental states in terms of rationality, social impact, and valence: Validating the 3d Mind Model. *Cortex*. 125, 44-59.

Manuscrito recibido el 14 de febrero de 2020.

Aceptado el 1 de abril de 2020.