

Estudio piloto comportamental con un paradigma oddball visual emocional

Laboratorio/Universidad: Centro de Psicología, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidad do Porto (Portugal).

Autor: Daniel Antonio Porras Esculpi (Universidade do Porto)

Co-autores: Francisco Mercado, Susana Cardoso, Paloma Barjola, Virginia Guerra, Irene Peláez, Francisco Gómez-Esquer, Sandra Torres.

Con el objetivo de estandarizar un paradigma oddball visual para estudiar el procesamiento emocional, se adaptó con imágenes emocionales de diferentes valencias (positivas, negativas y neutras). Para ello, se analizó las respuestas comportamentales (tiempo de reacción -TR-) hacia los estímulos emocionales para probar el sesgo atencional a través de la tarea cognitiva. Se administró a 11 participantes saludables (8 mujeres) ($M = 31.81$; $DE = 9.60$). Los resultados preliminares indican que existen diferencias significativas en el TR, siendo mayor en las condiciones emocionales de valencia negativa y positiva que en la condición neutra. De acuerdo con estos resultados, los estímulos emocionales de valencia positiva y negativa parecen demandar mayores recursos atencionales para realizar la tarea por lo que aumenta el TR en la identificación de los estímulos raros, por exigir mayores recursos de evaluación cognitiva. No obstante, estos resultados son contradictorios con otros estudios realizados en sesgo atencional, donde demuestran el sesgo por negatividad o por desviación de positividad, siendo los tiempos de reacción menores comparados con la condición neutra. Así, este estudio piloto permitió evaluar las respuestas emitidas ante los estímulos emocionales seleccionados para ser administrados posteriormente a muestras clínicas con la finalidad de obtener indicadores complementarios, como los electrofisiológicos. Sin embargo, será necesario realizar una nueva validación de estímulos visuales de las tres valencias estudiadas que permitan corroborar los resultados encontrados para descartar que otros procesos puedan estar modulando la respuesta de los participantes, como por ejemplo la habituación. Palabras-clave: paradigma oddball, sesgo atencional, emoción.