



¿Categorizarías a una persona con quien te juegas dinero? Un protocolo experimental para investigar la categorización social e individualización en la toma de decisiones

Maika Telga y Juan Lupiáñez

Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento, Universidad de Granada, España

Tipo de artículo: Actualidad.

Disciplinas: Psicología.

Etiquetas: atención, aprendizaje, psicología social, toma de decisiones.

Ser socialmente inteligente requiere usar la estrategia adecuada para hacer inferencias correctas sobre personas desconocidas. Aunque categorizar (es decir, basar nuestro juicio en el grupo social de pertenencia de las personas) es rápido y poco costoso, implica cierto riesgo de error. En cambio, individualizar (tomar decisiones en base a las características individuales de las personas) es siempre más preciso, pero también es más costoso y a veces imposible. En este artículo revisamos un protocolo experimental que permite investigar el uso diferenciado de estas estrategias y comprobamos si el uso de incentivos motiva a la individualización, cumpliéndose el refrán “a dinero en mano, el monte se hace llano”.



(cc0) Michael Jarmolouk.

En situaciones que requieren intuir cómo es una persona desconocida, sus gustos, sus creencias o incluso sus rasgos de personalidad, usamos una estrategia de categorización social. Esto es, emitimos un juicio sobre un individuo particular a partir de nuestro conocimiento sobre los grupos sociales a los que pertenece (p.ej., hombre, joven, asiático; Fiske y Neuberg, 1990). Esta estrategia tiene la ventaja de ser poco costosa, pues basta con identificar los rasgos diagnósticos de una categoría social para sacar conclusiones y tomar decisiones de forma rápida. Así, basándonos únicamente en el género y

la edad, el regalo que podemos hacer a una mujer mayor puede ser muy distinto al que haríamos a un hombre joven.

Telga, M., y Lupiáñez, J. (2019). ¿Categorizarías a una persona con quien te juegas dinero? Un protocolo experimental para investigar la categorización social e individualización en la toma de decisiones. *Ciencia Cognitiva*, 13:2, 47-49.



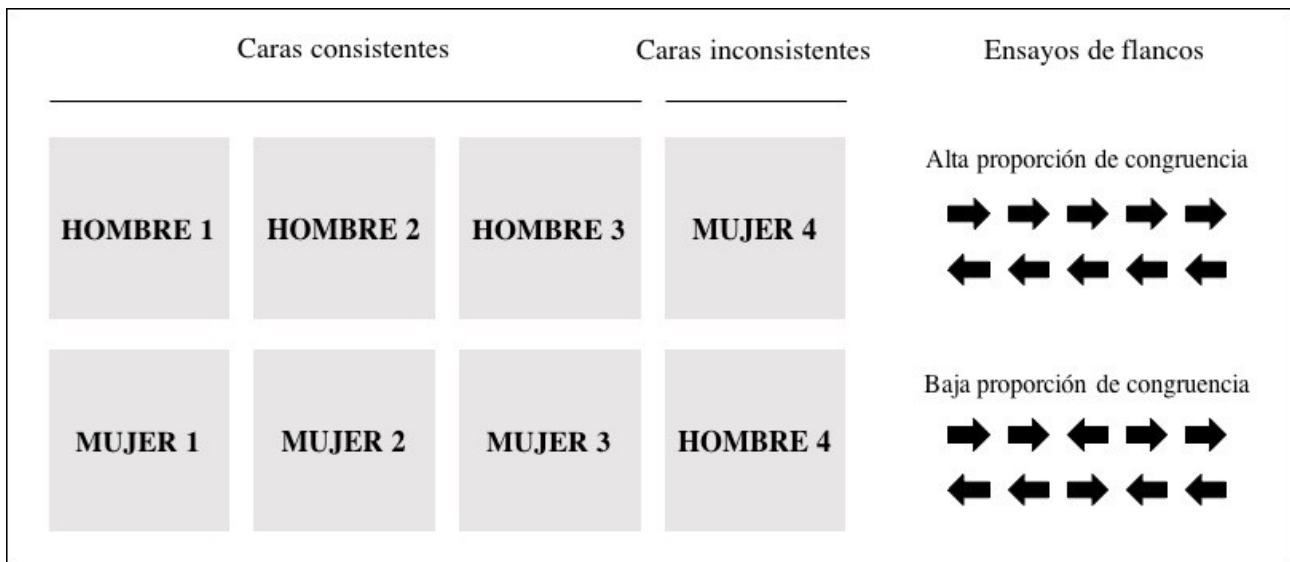


Figura 1.- Esquema del procedimiento de Cañadas y col. (2013).

Sin embargo, tomar decisiones de acuerdo al grupo social conlleva siempre un riesgo de error, puesto que no implica un análisis profundo de los rasgos individuales de la persona, que pueden ser contradictorios con la información del grupo. Conseguir información más precisa requiere fijarnos en estos atributos individuales para hacer inferencias sobre las personas, es decir, usar una estrategia de individualización.

Comprender los factores que favorecen la elección de la estrategia de categorización social o de la de individualización es clave para entender y mejorar las relaciones sociales. Con este objetivo, Cañadas, Rodríguez-Bailón, Milliken y Lupiáñez (2013) desarrollaron un protocolo experimental adaptable a distintos paradigmas, permitiendo analizar el uso de cada estrategia según el contexto.

Antes de describir el primer estudio en el que se empleó este protocolo es necesario explicar en qué consiste el “efecto de interferencia” en una tarea de flancos (Eriksen y Eriksen, 1974). Normalmente es más difícil identificar un estímulo objetivo (p.ej., una flecha) cuando está rodeado de distractores (p.ej., otras flechas situadas a los lados del estímulo objetivo) en una situación incongruente (es decir, cuando estímulo objetivo y distractores apuntan en direcciones opuestas), en comparación con una situación congruente (es decir, cuando estímulo objetivo y distractores apuntan hacia la misma dirección). Esto sugiere que resolver un ensayo incongruente requiere más recursos atencionales que resolver un ensayo congruente.

Partiendo de esta premisa, Cañadas y col. (2013) adaptaron la tarea de flancos usando dos categorías sociales (hombres vs. mujeres) y asociando cada una a un tipo de ensayos, presentando cada ensayo de flancos junto con la fotografía de un hombre o de una mujer. Por ejemplo, asociaron tres hombres a ensayos congruentes y tres mujeres a ensayos incongruentes, un cuarto hombre a ensayos incongruentes y una cuarta mujer a ensayos congruentes (Figura 1). De este modo, las categorías sociales creaban un contexto para realizar la tarea de flancos: cuando aparecía el grupo “hombres”, eran necesarios pocos recursos atencionales para realizar el ensayo de flancos; cuando aparecía el grupo “mujeres”, eran necesarios más recursos.

Siendo el cuarto hombre y la cuarta mujer individuos inconsistentes con la categoría, el desempeño en la tarea de flancos en el contexto de estos individuos es clave para determinar la estrategia empleada. Distribuir los recursos atencionales igualmente con todas las personas de un mismo grupo, incluyendo a la inconsistente, supone usar la categoría social y no el individuo como contexto para realizar la tarea de flancos. En cambio, desempeñar la tarea de forma distinta según que el individuo sea consistente o inconsistente es elegir el individuo y no la categoría (hombre o mujer) para distribuir los recursos atencionales.

Telga, M., y Lupiáñez, J. (2019). ¿Categorizarías a una persona con quien te juegas dinero? Un protocolo experimental para investigar la categorización social e individualización en la toma de decisiones. *Ciencia Cognitiva*, 13:2, 47-49.

Cañadas y col. observaron que los participantes usaron la categoría en vez del individuo como contexto para la tarea de flancos de forma automática y probablemente no consciente. Este resultado es muy robusto y está respaldado por numerosos estudios en el campo de la psicología social que muestran que, al ser menos costosa, la estrategia de categorización social se suele priorizar para obtener información sobre varias personas en un periodo breve de tiempo (Kawakami y col., 2017; Macrae y Bodenhausen, 2000).

Una ventaja de este protocolo experimental es que se puede adaptar con facilidad a distintos paradigmas de investigación. Por ejemplo, Telga, de Lemus, Cañadas, Rodríguez-Bailón y Lupiáñez (2018) lo emplearon en una tarea muy distinta: un juego económico conocido como el Juego de Confianza. En este estudio, motivaron al grupo de participantes con una recompensa económica. De esta manera se pudo averiguar si mediante incentivos se podía conseguir que ante la misma cantidad de información se eligiera individualizar en lugar de categorizar. Para maximizar las ganancias en este experimento, era necesario averiguar las tendencias de cooperación de parejas de juego desconocidas para decidir si cooperar o no con ellas.

La lógica fue la misma que la de Cañadas y col. (2013). El juego se realizaba con dos grupos sociales (hombres vs. mujeres) asociando cada uno a un tipo de conducta. Por ejemplo, en una de las condiciones experimentales, tres hombres eran altamente cooperativos, ayudando a sumar dinero, mientras tres mujeres eran poco cooperativas, haciendo perder dinero. Dentro de cada categoría, el cuarto individuo, inconsistente, se asociaba a la tendencia de cooperación opuesta a la de su grupo.

De nuevo, en esta tarea, aprender sobre dos categorías era objetivamente más fácil que aprender sobre cada individuo. Sin embargo, el grupo de participantes demostró un perfecto patrón de individualización, identificando con precisión los individuos inconsistentes y tomando su decisión de cooperar o no con sus parejas de juego de acuerdo con su tendencia de cooperación individual, y no la de su grupo. Así pues, con la motivación adecuada, era posible individualizar a las ocho personas.

Aunque la categorización social cumple una función de ahorro cognitivo, permitiendo sacar información de forma rápida y con el menor coste, también se emplea en contextos en los cuales la individualización es objetivamente posible y más adecuada. Entender las condiciones que favorecen una estrategia sobre otra es clave para desarrollar herramientas cognitivas que nos permitan ser socialmente inteligentes.

Referencias

- Cañadas, E., Rodríguez-Bailón, R., Milliken, B., y Lupiáñez, J. (2013). Social categories as a context for the allocation of attentional control. *Journal of Experimental Psychology: General*, 142, 934-943.
- Eriksen, B. A., y Eriksen, C. W. (1974). Effects of noise letters upon the identification of a target letter in a non-search task. *Perception & Psychophysics*, 16, 143-149.
- Fiske, S. T., y Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. En P. Z. Mark (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 23, pp. 1-74): Academic Press.
- Kawakami, K., Amodio, D. M., y Hugenberg, K. (2017). Intergroup perception and cognition: An integrative framework for understanding the causes and consequences of social categorization. En M. O. James (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. Volume 55, pp. 1-80): Academic Press.
- Macrae, C. N., y Bodenhausen, G. V. (2000). Social cognition: Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, 51, 93-120.
- Telga, M., de Lemus, S., Cañadas, E., Rodríguez-Bailón, R., y Lupiáñez, J. (2018). Category-Based Learning About Deviant Outgroup Members Hinders Performance in Trust Decision Making. *Frontiers in Psychology*, 9(1008). doi:10.3389/fpsyg.2018.01008

Manuscrito recibido el 13 de octubre de 2018.
Aceptado el 1 de julio de 2019.

Telga, M., y Lupiáñez, J. (2019). ¿Categorizarías a una persona con quien te juegas dinero? Un protocolo experimental para investigar la categorización social e individualización en la toma de decisiones. *Ciencia Cognitiva*, 13:2, 47-49.

