

CAPITULO 5° : COGNICIÓN SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

Nuestras interacciones con el medio social en el que estamos inmersos dependen de las percepciones que de él tengamos. Este medio incluye a otras personas y grupos, así como normas, costumbres y demás regulaciones sociales. De ahí la importancia que en Psicología Social se ha concedido al estudio de la percepción de la realidad social.

Uno de los principios más firmemente establecidos en nuestra disciplina es que las personas no nos acercamos a las situaciones como observadores neutrales o máquinas de grabación, sino que llevamos nuestro equipaje de deseos y expectativas, que influyen en él lo que vemos y recordamos.

La cognición social comenzó siendo un área específica de investigación, pero con el tiempo se ha ido convirtiendo en un enfoque, una manera de abordar y de considerar muchas de las cuestiones estudiadas en Psicología Social. Así, al analizar las relaciones sociales podemos considerar cómo esas relaciones dependen, al menos parcialmente, de la percepción y del conocimiento que tengamos tanto de las otras personas implicadas como de la situación en las que tienen lugar las relaciones.

La investigación en cognición social surge en gran medida del auge experimentado por la perspectiva cognitiva en Psicología. Esto ha producido con frecuencia una transposición, sin más, de los procedimientos y planteamientos allí existentes a los fenómenos propios de la Psicología social.

La única diferencia estaría en el objeto de estudio: la Psicología estudia la cognición en general, fundamentalmente objetos y realidad física, y la Psicología social se centraría en la cognición de los fenómenos sociales. Sin embargo, este planteamiento no es compartido por numerosos autores.

Según Leyens y Dardenne, la cognición social es social no sólo por los contenidos que estudia, sino porque tiene un origen social y porque el conocimiento es socialmente compartido.

Asimismo, el conocimiento tiene un origen sociocultural, pues es algo compartido por los grupos sociales.

Existen pues, dos perspectivas diferentes dentro de la cognición social. LA primera, representada por el enfoque dominante en la Psicología social estadounidense, hace hincapié en el individuo y en sus procesos psicológicos y defiende que la función principal del conocimiento social es manejar la enorme cantidad de información que recibimos continuamente. La segunda, predominante en la Psicología social europea, enfatiza la dimensión social del conocimiento.

En el conocimiento social intervienen dos elementos claves. DE una parte está la realidad: todo conocimiento es conocimiento de algo, y ese algo tiene unas características determinadas. De otra parte, se sitúan todo el conocimiento previo que ya posee el receptor cuando detecta un estímulo y que está almacenado de una determinada forma en su mente. Estos dos elementos claves en el proceso de conocimiento, los estímulos externos y el conocimiento previo o representaciones

mentales, constituyen lo que podemos denominar dimensión estructural o estática del conocimiento social. Sin embargo, el acto de percibir o conocer supone poner en relación los estímulos exteriores con el conocimiento previo, utilizando una serie de procedimientos y de reglas que son las que nos permiten obtener unos determinados resultados perceptivos.

2. REPRESENTACIONES MENTALES

Todo nuestro conocimiento está almacenado en la mente como representaciones mentales. Averiguar la forma concreta que adoptan estas representaciones es de capital importancia para conocer cómo influyen en nuestra percepción e interpretación de la realidad.

Sin embargo, dado que se trata de algo interno, es imposible saber de manera directa qué forma y estructura adoptan las representaciones, por lo que se han formulado diferentes teorías y modelos al respecto. Las más importantes son los modelos de redes asociativas, esquemas y ejemplares.

2.1 Redes asociativas

Según esta concepción, las representaciones consistirían en nodulos conectados por vinculos de diferentes tipos, de manera que la memoria sería una gran estructura asociativa interconectada. Los vinculos se forman, o se fortalecen si ya existen, cuando los objetivos que unen se experimentan asociados. Los vinculos varían en fuerza, algo que es relativamente estable en el tiempo, mientras que los nodulos tienen una propiedad denominada **activación**, que cambia rápidamente. Cuando un nódulo se activa, porque perceptivamente está presente o porque se piensa activamente sobre él, otros nódulos a los que está unido también se activan en cierta medida, dado que la activación se expande a través de los vinculos. El recuerdo consiste básicamente en seguir ciertos vinculos a partir de la activación de determinado nódulo.

Una aplicación de la concepción de redes asociativas al campo psicosocial puede verse en algunas aproximaciones existentes en el estudio de los estereotipos. Estos, con frecuencia han sido definidos como vinculos asociativos entre un nódulo que representa a un grupo social y varios rasgos y/o evaluaciones. Los vinculos permiten la extensión de la activación, de manera que siempre que nos encontráramos o pensáramos sobre un miembro de cierto grupo podrían activarse los rasgos y evaluaciones estereotípicas. Según Devine, mientras que los estereotipos se activan de manera automática, las creencias lo hacen de forma controlada. Parece de los estudios, que la activación de los estereotipos se realizaría, al menos inicialmente, de manera automática, dado que en la mente de las personas estarían redes asociativas que vinculan los rasgos estereotípicos con el grupo en cuestión.

2.2 Esquemas

Este enfoque ha sido a menudo planteado en oposición a los mecanismos asociacionistas que acabamos de ver. Los mecanismos asociacionistas suponen la existencia de nódulos básicos sin estructura interna, de manera que los significados más amplios se construyen combinando nódulos, en un proceso de abajo hacia arriba. Los esquemas, que tienen su origen en la Psicología de la gestalt y en la concepción sobre formación de impresiones de Asch, son, en cambio, representaciones a gran escala con una estructura interna significativa. Un concepto u observación simple adquirirían significados diferentes si están en distintos esquemas, pues es el esquema el que otorga significado a las partes constituyentes en un proceso de arriba hacia abajo.

Esta concepción ha sido predominante en Psicología social durante las pasadas dos décadas. La mayoría de los autores defensores de este enfoque coinciden en señalar que:

- Los esquemas son unidades estructuradas de conocimiento general sobre un objeto o concepto. Su número, es prácticamente ilimitado. Sin embargo, algunos tipos de esquemas han sido estudiados de manera especial: a) esquemas de personas (las teorías implícitas de la personalidad); b) esquemas del Yo; c) esquemas de roles o estereotipos; d) esquemas de sucesos o guiones.
- Los esquemas representan un conocimiento abstracto más que episodios vinculados a determinados tiempos y contextos.
- Su activación es un proceso de todo o nada.
- Los esquemas son unidades independientes: el hecho de que se active un esquema no afecta necesariamente a los esquemas relacionados.

Sin embargo, hay que señalar que la mayoría de las formulaciones de los esquemas apenas han versado sobre su estructura o contenido y se han centrado sobre todo en sus funciones y efectos. Los esquemas sirven sobre todo para:

- a) favorecer la atención hacia la información relacionada con el esquema,
- b) interpretar esa información,
- c) ayudar, funcionando como señales o guías, en la recuperación de información de la memoria.

Estos efectos ocurren generalmente en un nivel preconscious, de manera que el perceptor generalmente cree que lo que percibe o recuerda es lo que realmente ocurrió, ignorando la contribución de sus estructuras cognitivas.

Un concepto relacionado con el de esquema es el de *prototipo*. Si bien existen diferencias entre ambos conceptos, Fiske y Taylor consideran que han sido usados como términos intercambiables por los psicólogos sociales, dado que los dos se refieren a estructuras generales, abstractas. Un prototipo se define como un conjunto abstracto de características comúnmente asociadas con los miembros de una categoría, teniendo cada característica un peso asignado de acuerdo con el grado de asociación que tenga con la categoría.

Una de las principales aportaciones del enfoque de los prototipos es el énfasis que se pone en la organización jerárquica de estas estructuras cognitivas, de manera que las categorías se situarían en diferentes niveles de generalidad, incluyéndose unas en otras. El nivel superior es el más general y amplio e incluye a todos los inferiores, las características que pueden decirse de los integrantes de una categoría, también se aplican a los miembros de las categorías integradas en ella.

2.3 Ejemplares

Este enfoque, bastante más reciente, mantiene que las representaciones mentales contienen, en vez de generalizaciones o resúmenes abstractos, información sobre estímulos o experiencias específicas, sobre todo, casos típicos o "buenos ejemplos". Es decir, más que almacenar en nuestra mente algún prototipo promedio que hemos extraído de la experiencia, lo que hacemos es almacenar, y recordar, los ejemplares más claros con los que nos hemos encontrado.

Fiske y Taylor consideran que el enfoque de los *ejemplares* tiene algunas ventajas respecto al de los prototipos, además de reconocer un aspecto muy frecuente en nuestras percepciones cotidianas, donde es habitual que echemos mano de casos ilustrativos. En primer lugar, tiene en cuenta las asociaciones o correlaciones entre los atributos que forman parte de una misma estructura cognitiva, algo que no se consideraba en la perspectiva prototípica. Así, todos sabemos que ciertas características es probable que aparezcan asociadas a unas características determinadas y no a otras. Estas interrelaciones entre elementos son de bastante importancia a la hora de hacer inferencias de unos elementos a partir de otros. Una segunda ventaja de este enfoque, es que representa la información sobre la variabilidad dentro de una estructura cognitiva. Así, hay estructuras que tienen mucha variabilidad y otras que son bastante uniformes. En tercer lugar, según este enfoque, el proceso de modificación de las estructuras cognitivas consistiría en que cuando se percibe algo que no encaja en los ejemplos existentes, se crea una nueva instancia. Por último, en contraste con el proceso de activación de todo o nada de los esquemas diferentes subconjuntos de representaciones ejemplares pueden ser activados por diferentes indicios o contextos, de manera que los efectos de un

determinado conjunto de ejemplares pueden ser muy específicos y limitados a ciertos contextos.

3. LA ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO

La cuestión de la activación del conocimiento es de considerable importancia, pues el hecho de que se active una u otra representación mental influye en la percepción de la realidad y en la propia conducta del perceptor.

La activación de una representación depende básicamente de su accesibilidad y aplicabilidad, así como de la sapiencia.

3.1 Accesibilidad

Se entiende por accesibilidad "el potencial de activación del conocimiento disponible". Esto es, hay cierto conocimiento que tiene una probabilidad de activación mayor que otro. ¿De qué depende este potencial de activación?. Fundamentalmente de lo recientemente que haya sido utilizado ese conocimiento, de su frecuencia de uso y de ciertas características propias de la información.

Numerosos estudios han puesto de manifiesto que la activación previa de un determinado conocimiento incrementa la probabilidad de que se use ese conocimiento al responder a un estímulo posterior, en comparación con otro que tiene la misma aplicabilidad pero que no ha sido activado con anterioridad.

¿Durante cuánto tiempo influye una representación que ha sido activada en la percepción posterior?. Si bien, en general, los efectos decaen con el paso del tiempo, se ha encontrado un patrón bastante variable, desde una semana hasta varios segundos; este último resultado aparece, sobre todo, cuando hay otros constructos competidores igualmente accesibles. También se ha encontrado que la frecuencia de activación previa de un determinado constructo incrementa la probabilidad de su uso posterior. Los individuos, pero también los grupos, difieren en la accesibilidad de determinados constructos. También la accesibilidad de ciertos constructos es diferente según los grupos o subgrupos a los que pertenecen las personas, o la ideología que comparten.

Un grupo de constructos fácilmente accesibles son los que tienen que ver con nosotros mismos, dado que se trata de información que es activada con frecuencia y, por tanto, es posible que además haya sido activada en un pasado reciente.

Según Markus y Zajonc, cada persona tiene en relación consigo misma concepciones relativamente claras en algunas áreas y menos claras en otras. Es posible que seamos esquemáticos del Yo en una dimensión si ésta es importante para nosotros y si ocupamos una posición extrema en ella. Markus encontró que las personas esquemáticas del Yo en la dimensión "independencia", procesaban información relacionada con ese

constructo de manera más rápida y de manera más consistente que quienes eran no-esquemáticos.

Aparte de la frecuencia de preactivación del conocimiento, de lo reciente que haya ocurrido y de su cronicidad, existen ciertas características de la propia información que la hacen más o menos accesible. Una de estas características es su carácter llamativo. En general, se ha constatado que la información basada en ejemplos, especialmente cuando son extremos o llamativos, suele ser más accesible que la información estadística.

No obstante, aunque la preactivación de un concepto facilita su uso posterior, no implica que siempre la nueva información sea considerada como perteneciente a la misma categoría preactivada. También puede ocurrir un *efecto de contraste*, este efecto ocurre sobre todo cuando una persona es consciente de la preactivación o recuerda los elementos preactivados cuando está haciendo sus juicios.

3.2 Aplicabilidad

Se refiere a la relación entre las características del conocimiento almacenado y las características observadas en el estímulo. Cuando mayor es la superposición entre ambos tipos de características, mayor es la aplicabilidad del conocimiento al estímulo y mayor es la probabilidad de que el conocimiento sea activado en su presencia. La aplicabilidad no debe confundirse con la consistencia. Un constructo cuyas características sean inconsistentes con las del estímulo puede tener mayor aplicabilidad al estímulo que un constructo cuyas características son irrelevantes. Así, si se preactiva un constructo inconsistente puede producir un efecto de contraste, pues puede utilizarse como criterio de comparación, cosa que no ocurriría con un constructo irrelevante.

Establecer el grado de superposición entre lo percibido y lo almacenado es básicamente un proceso de categorización. Categorizar significa incluir un estímulo dentro de una categoría o conjunto de estímulos, basándose para ello en el parecido que tiene con esos estímulos y en las diferencias con otros.

Tradicionalmente se pensaba que para etiquetar a un estímulo como integrante de una determinada categoría o grupo, ese estímulo debía presentar una serie de características necesarias y suficientes que compartían todos los integrantes de la categoría. Sin embargo, esta consideración dista mucho de reflejar lo que realmente hacemos cuando categorizamos. Como alternativa al enfoque clásico de la categorización surgió la perspectiva de los prototipos. Según esta aproximación, la pertenencia a una categoría es algo probabilística, más que de todo o nada. Los miembros de una categoría comparten cierto "aire de familia", así que no todos los integrantes han de tener en común los mismos

atributos. La probabilidad de categorizar un estímulo como perteneciente a una u otra categoría depende del parecido que tenga con el prototipo de la categoría. Dado que cualquier estímulo comparte muchas similitudes con numerosos prototipos, los límites entre categorías son difusos. Así, el enfoque de los ejemplares sería semejante a esta aproximación, sólo que la comparación se haría no con el prototipo, sino con los "buenos ejemplos" que se tienen en la categoría.

La decisión de si un estímulo pertenece o no a una categoría es algo más complejo que el simple juicio de similitud. Lalljee y colaboradores, consideran que la categorización no depende sólo de la realización de un juicio de semejanza entre el estímulo y la categoría.

Higgins diferencia entre *aplicabilidad*, o "bondad de ajuste" utilizando la terminología de Bruner, y la *susceptibilidad estimada de utilización*, que es el grado en que el perceptor considera apropiado o relevante aplicar el conocimiento al estímulo. La susceptibilidad estimada de utilización es importante porque influye en si el conocimiento activado se utilizará realmente o no. Así, aunque la información almacenada esté activada, debido a su accesibilidad y aplicabilidad a un estímulo, puede que no se utilice conscientemente si se percibe como irrelevante o inapropiada.

Según Oakes y colaboradores, la cognición social tradicional ha enfatizado la importancia de la accesibilidad en la activación del conocimiento, en detrimento del ajuste o aplicabilidad. Según estos autores, el ajuste, que puede ser *comparativo* o *normativo*, desempeña un papel crucial. El *ajuste comparativo* es de carácter básicamente perceptivo. El *ajuste normativo*, en cambio, hace referencia al significado social de las semejanzas y diferencias observadas.

3.3 Saliencia

Este concepto refleja la idea de que no todas las características de un estímulo reciben, en un momento concreto, la misma atención. Sin embargo, según Higgins conviene remarcar que la saliencia es algo que ocurre en el momento mismo de la exposición al estímulo, que guía la atención de manera selectiva hacia algún aspecto específico de él, sin que haya una predisposición previa por parte del perceptor hacia cierto tipo de estímulos. La saliencia tiene que ver con propiedades de la situación estimular, no con propiedades del perceptor. Un objeto de la percepción o del pensamiento puede ser saliente debido a sus propiedades absolutas o a sus propiedades en comparación con las propiedades de otros objetos que se encuentren en la situación. Asimismo, las características visibles de los estímulos suelen ser más prominentes que características menos visibles.

Respecto a la distintividad comparativa, las propiedades de un estímulo que, por la razón que sea, lo diferencian de los demás estímulos presentes en la situación, también lo hacen saliente.

Con frecuencia es difícil diferenciar entre distintividad comparativa y prominencia natural. Así, en nuestro contexto cultural, las personas de raza negra son salientes. Tampoco hay que olvidar que lo que hace a mucha información especialmente saliente no es tanto su carácter físico, sino el significado social que en nuestro medio se le ha dado a esa apariencia física.

3.4 El heurístico de disponibilidad

Tversky y Kahneman consideran que un individuo utiliza "el heurístico de disponibilidad" siempre que estima la frecuencia o probabilidad en función de la facilidad con que ejemplos o asociaciones vienen a su mente.

La diferencia básica entre este heurístico y lo que hemos venido denominando "accesibilidad", estriba en que el heurístico de disponibilidad es una experiencia subjetiva, esto es, un juicio consciente de que determinadas instancias de una categoría son más fáciles de activar lo que hace que se estime una mayor frecuencia de esas instancias.

4. CONSECUENCIAS DE LA ACTIVACIÓN DEL CONOCIMIENTO

Las representaciones mentales pueden influir en el pensamiento, los sentimientos y la conducta, de dos formas básicas. En primer lugar las personas a menudo tenemos experiencias de recuerdo explícitas, en las que conscientemente accedemos a alguna representación de eventos o experiencias pasadas. Pero también las representaciones pueden influir en todas nuestras percepciones y juicios de una forma menos obvia, pero más omnipresente.

4.1 Atención

Diversos estudios han mostrado la influencia que la activación de determinado conocimiento tiene sobre la atención. Varias investigaciones realizadas por Fiske y sus colaboradores han mostrado los efectos de la activación de determinadas representaciones mentales sobre la atención.

Los atributos consistentes proporcionan poca información, pues simplemente se limitan a confirmar la expectativa que ha se tiene.

4.2 Codificación, interpretación y organización de la información

El conocimiento activado influye en la interpretación de los estímulos que se perciben, especialmente cuando se trata de estímulos ambiguos o respecto a los que se carece de información.

También cuando la información es mucho más ambigua, los conocimientos activados influyen en su interpretación.

El resultado encontrado por Vallote y colaboradores muestra cómo la codificación e interpretación de lo que percibimos no consiste sólo en resumir la información recibida o formarse una impresión coherente, sino que posee también una dimensión social, relacionada con el sistema de valores del individuo. Así, una interacción eficaz con el medio no podría darse si la gente ignorara el valor diferente que poseen los innumerables estímulos que percibimos, un valor que, en gran medida es determinado socialmente.

La corriente denominada New Look, en los estudios sobre percepción social ya enfatizó, en los años 50, la importancia que la personalidad, valores y otras características de los perceptores tenían sobre la percepción, incluso de estímulos físicos.

Esta importancia de los valores también queda de manifiesto en el denominado *error de sobreinclusión categorial*, que consiste en identificar como miembro de una categoría a un elemento que no lo es. Tajfel revisó varios estudios realizados sobre el tema y encontró que el error de sobreinclusión se daba más a menudo en el caso de categorías que poseían una valoración negativa para el perceptor.

4.3 Memoria y recuperación de la información

El conocimiento activado influye en la información que es recordada. En primer lugar, el conocimiento activado influye en la atención y en cómo se procesa la información, lo que a su vez afecta a cómo se recuerda.

No obstante, también el conocimiento activado puede influir una vez que ha sido recibida la información, en la fase de recuperación.

Investigaciones demuestran como los recuerdos no son reproducciones fidedignas de experiencias almacenadas en la memoria, sino que consisten en construcciones realizadas en el momento de la recuperación de la información. Depende, pues, de la representación que esté en funcionamiento cuando realizamos esa recuperación, el que recordemos unas cosas u otras.

El conocimiento activado puede ser un constructo específico y momentáneo o también puede consistir en creencias más estables y duraderas mantenidas por los perceptores sociales. Ross y McFarland piensan que tenemos dos tipos de teorías básicas respecto a la relación entre el pasado y el presente. Según la primera, apenas hay cambios temporales. Según la segunda, las cosas cambian.

Si bien los efectos del conocimiento activado son semejantes ya operen antes de recibir la información o bien lo hagan después, las investigaciones han mostrado que su influencia es más poderosa si el conocimiento está activado desde el principio, de manera que filtra la información que se recibe.

4.3.1 Información consistente frente a inconsistente

Los estudios que hemos comentado hasta ahora muestran una tendencia a recordar mejor la información congruente o consistente con las expectativas previas que la información irrelevante o inconsistente. Pero estos resultados se vieron desafiados por los resultados de Hastie y Kumar. Los resultados mostraron que la gente recordaba mejor la información incongruente, seguida de la congruente, existiendo un peor recuerdo para la irrelevante. La revisión realizada por Stangor y McMillan de 54 experimentos en los que se comparó el recuerdo de información consistente e inconsistente, confirmó la superioridad en el recuerdo de la información inconsistente. No obstante, hay que señalar que la investigación también ha mostrado la existencia de importantes variables que moderan este efecto, como cuando la gente intenta ratificar una impresión que ya se han formado que cuando se están formando una primera impresión, cuando el perceptor tiene fuertes expectativas, cuando la información procesada es compleja o el tiempo de que dispone es limitado, cuando se intenta memorizar la información, o cuando la información se refiere a un grupo más que a un individuo. La ventaja en el recuerdo de la información inconsistente parece darse cuando la persona tiene la capacidad y la motivación para procesarla, deduciéndose, por tanto, que esta información necesita de mayores esfuerzos para su procesamiento. Fiske y Taylor, han señalado también la existencia de otro factor que influye en que se recuerde mejor la información congruente o incongruente, y es la fuerza de la representación. Cuando se trata de conocimientos que son débiles, tentativos o que se están desarrollando, entonces es probable que el individuo preste atención y recuerde información que es inconsistente. Cuando los conocimientos, están bien desarrollados, la gente tiende a validar sus creencias, fijándose en la información consistente. Pero si la estructura cognitiva está muy desarrollada, las investigaciones muestran de nuevo que la información que sale favorecida es la incongruente.

4.4 Realización de evaluaciones, juicios, predicciones, inferencias y conductas

Las consecuencias de la activación del conocimiento sobre la realización de evaluaciones, juicios, predicciones, inferencias y conductas, han quedado de manifiesto a lo largo de la mayoría de los estudios que hemos comentado.

Así, ahora solo vamos a hacer algunos comentarios de carácter general que subrayan los efectos conductuales del conocimiento activado y que muestran la complejidad de estos efectos en general.

Dentro de la cognición social no sólo se ha estudiado lo que podemos denominar "racionalidad fría", sino que también ha sido objeto de investigación la conducta irracional o los conflictos intergrupales. Así, numerosas investigaciones han puesto de manifiesto que cuando se activa el conocimiento referido al grupo de pertenencia de la persona percibida, se producen efectos cognitivos, evaluativos y conductuales. Sin embargo, lo curioso de este fenómeno es que se observaba una asimetría, tanto cognitiva como evaluativa, en este proceso. Una asimetría cognitiva porque, si bien como consecuencia de la categorización aumentaba la semejanza con que los integrantes de cada categoría eran percibidos, esta tendencia se daba con mayor fuerza en el caso de los miembros de los exogrupos. Este fenómeno se conoce con el nombre de *homogeneidad exogrupal*: los miembros del endogrupo, son percibidos de manera más diferenciada en personalidad, intereses, valores, ideología, preferencias artísticas, y otras características, que los miembros del exogrupo.

Pero también existe una asimetría evaluativa en la percepción del endogrupo y del exogrupo: el endogrupo tiende a ser visto de manera más positiva.

Estos resultados pueden explicarse apelando a mecanismos estrictamente cognitivos. Sin embargo, existen otras explicaciones que recurren a mecanismos de índole motivacional, como la formulada por la *Teoría de la identidad social*, según la cual, la identidad social de una persona deriva de los grupos a los que pertenece; dada la tendencia en la persona a buscar una identidad social positiva, esto le lleva a realizar comparaciones entre los grupos a los que pertenece y otros grupos y a intentar que en los resultados de tales comparaciones su endogrupo resulte favorecido.

5. EL PROCESO DE INFERENCIA

El conocimiento social no sólo consiste en detectar información, reconocerla, recuperarla o comprenderla. Con frecuencia implica ir más allá de la información disponible y requiere formarse impresiones, realizar juicios o formular inferencias.

La definición coloquial del término inferencia establece que se trata de un proceso en el que se va más allá de la información disponible, pretendiéndose llegar a unas conclusiones acerca de unos datos que no están completamente contenidas en los datos mismos.

Para Fiske y Taylor la inferencia es el tema central de la cognición social. Es un proceso y un producto. Como proceso implica decidir qué información se reúne en torno a un tema o una cuestión, recoger dicha información y combinarla en alguna forma y de alguna manera. Como producto viene a ser el resultado de un proceso de razonamiento.

Algunos autores defienden que a la jora de realizar cualquier inferencia existiría un modelo o teoría normativa. De esta manera, siguiendo unas reglas determinadas, se llegaría a una inferencia correcta. Para ello hay que proceder de manera ordenadamente en tres fases sucesivas: recogida de información, muestreo de la información y uso e integración de la información.

En la primera fase es claro que cuanto mayor y más detallada sea la información más correcta será la inferencia. La segunda fase se centra en el grado de adecuación de la información al objetivo. Finalmente en la tercera fase, cuanto mejor sea la forma en que se combina la información, mejor será la inferencia. Lo que se consigue a lo largo de cada una de estas fases es una depuración de la información. Si las personas fueran procesadores lógicos de la información no tendría por qué haber errores en la inferencia. Sin embargo, sí los hay, y además se producen en cada fase del proceso.

5.1 Recogida de la información

Diariamente todas las personas hacemos numerosos y complejos juicios. Incluso la inferencia o el juicio más mínimo comienza con el proceso de decisión acerca de qué información es relevante.

Según el modelo normativo, el perceptor social debería escrutar y ponderar toda la información relevante antes de llegar a una conclusión. Sin embargo, la evidencia muestra que el proceso de toma de decisión acerca de cuál es la información relevante se ve fuertemente influido por las expectativas previas.

Hacer la selección de datos guiándonos por las expectativas previas, o por el conocimiento que ha sido activado, puede ser algo perfectamente apropiado en ciertas circunstancias. Sin embargo, el conocimiento se puede activar por diversas causas que no tienen por qué ser necesariamente apropiadas para la situación en que nos encontramos.

5.2 Muestreo de la información

Una vez que la persona ha decidido qué información es relevante, los datos han de ser sometidos a un muestreo. Según Fiske y Taylor, cuando a las personas se nos suministra una muestra adecuada solemos utilizarla de manera bastante correcta.

Sin embargo, cuando somos nosotros mismos quienes hemos de seleccionar la muestra, es fácil que cometamos algunos errores, como dejarnos llevar por los ejemplos externos de la muestra, no prestarle atención suficiente a su tamaño, o utilizar muestras sesgadas. A veces, aunque se nos avise del carácter sesgado de la muestra seleccionada, seguimos utilizándola.

5.3 Uso e integración de la información

Una vez que la persona ha seleccionado y reunido la información relevante, tiene que combinar esa información y sacar una conclusión. Seguidamente expondremos algunas de las reglas que las personas solemos utilizar cuando combinamos la información de que disponemos para realizar dos tipos fundamentales de operaciones: establecer relaciones entre eventos y estimar probabilidades.

5.3.1 Estableciendo relaciones entre eventos

Muchos de los juicios o inferencias que realizamos consisten en establecer relaciones entre dos o más eventos y en estimar cuál es la fuerza de esta relación. Establecer una relación entre dos sucesos consiste en efectuar un diagnóstico de covariación. Según Fiske y Taylor, este diagnóstico, para que fuera normativamente correcto, debería tener en consideración los datos pertinentes. Sin embargo, las investigaciones muestran que rara vez se utiliza toda la información necesaria.

La influencia que en los juicios de covariación tiene las creencias previas de los perceptores sociales está solidamente establecida y es lo que se conoce como *correlación ilusoria*.

5.3.2 Estimando probabilidades

El cálculo de probabilidades es un segundo tipo de tarea inferencial muy común. Cuando nos preguntamos por el interés de una determinada asignatura, por lo felices que seremos casándonos... lo que estamos haciendo es calculando probabilidades. Las investigaciones en torno a cómo realizamos estos cálculos han mostrado la ocurrencia, con cierta frecuencia, de varios fenómenos: sesgo en el cálculo de probabilidades debido a la utilización del heurístico de representatividad, ignorancia de las probabilidades previas, fallos en el cálculo de probabilidades conjuntas y dificultades en el manejo de información diagnóstica y no diagnóstica.

El *heurístico de representatividad* se utiliza cuando una persona establece la probabilidad de un evento en virtud del grado en el que:

- aparece en sus propiedades esenciales a la población a la que pertenece, o
- refleja las características prominentes del proceso mediante el que ha sido generado.

En muchas situaciones la probabilidad y la representatividad de un suceso están correlacionadas. Sin embargo, las probabilidades de un evento se ven afectadas por muchos factores que no tienen un impacto en la representatividad. De ahí que, en ocasiones, deducir una alta probabilidad a partir de una alta representatividad puede resultar erróneo.

También suele ser frecuente que al estimar probabilidades las personas asignemos las probabilidades previas de los hechos (o tasa base).

En ocasiones, las personas necesitamos calcular probabilidades conjuntas, esto es, la probabilidad de que dos hechos ocurran al mismo tiempo. Para calcular estas probabilidades se multiplican las probabilidades de ocurrencia de cada hecho por separado. Esto explica, que la probabilidad conjunta sea siempre menor que la probabilidad del hecho menos probable. Sin embargo, bajo ciertas circunstancias, la gente predice mayor probabilidad de ocurrencia de hechos conjuntos que da cada hecho por separado, lo cual es conocido como la *falacia de la conjunción*.

Un último fenómeno se refiere a las dificultades en el manejo de la información diagnóstica y no diagnóstica. Se entiende por información diagnóstica aquella que guarda una relación con al tarea a realizar. No parece lógico que la información sin valor diagnóstico influya en la inferencia. Sin embargo, se ha encontrado un *efecto de desleído o diluido*, en virtud del cual si se añade a una cierta información diagnóstica elementos de información no diagnóstica, las inferencias se hacen menos extremas. La razón de este fenómeno podría estar en que cuando sólo aparece información diagnóstica, la persona es vista como altamente representativa del grupo, mientras que esa representatividad disminuye cuando hay información adicional no-diagnóstica.