

FALACIAS RELACIONADAS CON LA HEURÍSTICA DE LA REPRESENTATIVIDAD

Fallacies related to the representativeness heuristic

Martínez, F.^a, Ruz, F.^a, Molina-Portillo, E.^a, Peña, L.^a y Contreras, J. M.^a

^aUniversidad de Granada

Hoy en día, la población recibe una gran cantidad de información desde diversas fuentes que a menudo no es interpretada correctamente por los individuos, a pesar de que las personas que las reciben no son conscientes de ello. Éstos suelen incurrir en determinadas falacias relacionadas con la heurística de la representatividad. La heurística de la representatividad se describe como la evaluación de la probabilidad de un suceso en base a la representatividad del mismo respecto a la población de la que proviene (Kahneman y Tversky, 1972).

Autores como Arias (2000), indica que una falacia es “una mentira disfrazada de verdad”, mientras que Kahneman y Frederick (2002) indican que un juicio de razonamiento es denominado falacia cuando una gran parte de la gente que la comete, después de una explicación razonable, está dispuesta a aceptar los siguientes puntos: i) No es un error trivial, por lo que se repetiría en razonamientos similares. ii) El error es conceptual, no meramente verbal o técnico. iii) Las personas que lo han cometido deberían haber sabido la respuesta o un procedimiento para encontrarla.

Algunas falacias relacionadas con la heurística de la representatividad son las siguientes:

La *falacia de la base extensa* consiste en impresionar con la gravedad de la situación al hablar de un fenómeno raro que afecte a una base amplia de la población, utilizando sólo parte de la información. Se intenta impresionar al lector utilizando un número absoluto en un caso en que si se utilizase un porcentaje la noticia no tendría tanto impacto.

La *falacia de las tasas base* se produce cuando el receptor ignora la información general en un evento, guiándose únicamente por la información específica. Al igual que en la falacia de la base extensa se omite una parte de la información que es importante para llegar a comprender la noticia.

La *falacia de las comparaciones en valor absoluto* también trata de impresionar al lector, en este caso, utilizando valores absolutos en vez de tasas al comparar dos poblaciones mostrando sólo parte de la información. Esta falacia es bastante común en los medios de comunicación y en la vida cotidiana de los ciudadanos.

En este trabajo se evalúan diferentes falacias relacionadas con la heurística de la representatividad y se establecen relaciones entre ellas, presentando los aspectos necesarios a tratar en la formación del alumno de secundaria para alcanzar una cultura estadística suficiente para desenvolverse con garantías en la sociedad.

Referencias

- Arias, F. (2000). ¿Hay dos modelos (teórico-descriptivo y técnico-prescriptivo) del proceso administrativo? *Contaduría y Administración*, 196, 5-14.
- Kahneman, D. y Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. En T. Gilovich, D. Griffin y D. Kahneman (Eds.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment* (pp. 49-81). Nueva York, NY: Cambridge University Press.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive psychology*, 3(3), 430-454.