

I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2009.

El sesgo de sobreconfianza en la tarea de identificación de estímulos gustativos.

Razumiejczyk, Eugenia, Pereyra Girardi, Carolina, Macbeth, Guillermo y Lopez Alonso, Alfredo Oscar.

Cita:

Razumiejczyk, Eugenia, Pereyra Girardi, Carolina, Macbeth, Guillermo y Lopez Alonso, Alfredo Oscar (2009). *El sesgo de sobreconfianza en la tarea de identificación de estímulos gustativos. I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-020/150>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eYG7/vU7>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

EL SESGO DE SOBRECONFIANZA EN LA TAREA DE IDENTIFICACIÓN DE ESTÍMULOS GUSTATIVOS

Razumiejczyk, Eugenia; Pereyra Girardi, Carolina; Macbeth, Guillermo; López Alonso, Alfredo Oscar
CONICET. Argentina

RESUMEN

El fenómeno de la calibración es definido como la relación entre el éxito subjetivo y el éxito objetivo que presenta una persona en la realización de una serie de tareas. El éxito objetivo es el puntaje real obtenido en la tarea, mientras que el éxito subjetivo es la seguridad de acierto. Se definen tres fenómenos básicos de la calibración: sesgo de sobreconfianza, sesgo de subconfianza y ausencia de sesgos. El presente estudio se propone explorar la calibración en la identificación de estímulos gustativos. Participaron del estudio 45 estudiantes universitarios cuya edad promedio resultó de 23,98 años ($de = 5,852$). Los resultados mostraron que los participantes incurrieron en el sesgo de sobreconfianza, es decir, que declararon una estimación de éxito subjetivo significativamente mayor con respecto al éxito real obtenido en la prueba de identificación de estímulos gustativos. Estos datos aportan información complementaria a estudios previos que hallaron sobreconfianza en la identificación de estímulos olfativos. Los resultados de este estudio recomiendan identificar las variables críticas, así como estudiar la disolución de este sesgo en la modalidad gustativa.

Palabras clave

Calibración Sobreconfianza Gusto

ABSTRACT

THE OVERCONFIDENCE BIAS IN GUSTATIVE IDENTIFICATION TASK

Calibration is defined as the empirical relation between the subjective and the objective success obtained by a person in a series of tasks. The objective success is understood as the actual performance achieved on these tasks, while the subjective success is defined as the personal estimation about the actual performance. Three basic calibration phenomena are defined: overconfidence bias, underconfidence bias and the absence of bias. The aim of this study is to explore calibration in the identification of taste stimuli. Participants of this study were 45 college students whose average age was of 23.98 years ($SD = 5.852$). The results showed that participants incurred in the overconfidence bias, that is, they mainly reported a subjective estimation of success significantly higher than the objective success in the identification of taste stimuli. The obtained data provide complementary evidence to previous studies that found the overconfidence bias in the identification of olfactory stimuli. The results of this study recommend further research to identify the critical variables that explain calibration and the possibility of debiasing the overconfidence bias in the gustatory modality.

Key words

Calibration Overconfidence bias Taste

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la calibración puede definirse como la relación empírica entre el éxito subjetivo y el éxito objetivo que presenta una persona en la realización de una serie de tareas (Brenner, Koehler, Liberman & Tversky, 1996; Camerer & Lovallo, 1999; Gigerenzer, Hoffrage & Kleinbölting, 1991; Hausmann & Läge, 2008). El éxito subjetivo es la seguridad de acierto que un sujeto cree haber obtenido en una tarea y el éxito objetivo se define como el puntaje real obtenido (Koriat & Goldsmith, 1996). Oskamp

(1965) propuso definir la calibración a partir de calcular las discrepancias entre el éxito subjetivo y el éxito objetivo (Bersabé Morán, Martínez Arias & Tejero Salguero, 2003; Macbeth, Razumiejczyk, Ledesma, Cortada de Kohan & López Alonso, 2008). Así, es posible definir tres fenómenos básicos de la calibración: sesgo de sobreconfianza, sesgo de subconfianza y ausencia de sesgos. La sobreconfianza se define cuando el éxito subjetivo resulta menor que el éxito objetivo (Brenner *et al.*, 1996; Camerer & Lovallo, 1999).

Este fenómeno ha sido estudiado en la modalidad olfativa. Jönsson & Olsson (2003) y Jönsson, Olsson & Olsson (2005) hallaron una fuerte sobreconfianza en la habilidad para la identificación de estímulos olfativos. En este sentido, resulta relevante el estudio del sesgo de sobreconfianza en la modalidad gustativa dado que aporta información complementaria a los estudios en la modalidad olfativa, siendo ambos estímulos químicos.

MÉTODO

Participantes

Participaron del estudio 45 estudiantes argentinos reclutados de cursos universitarios de grado. La edad promedio de los participantes resultó de 23,98 años ($de = 5,852$). La muestra contó con 37 mujeres (82,2%) y con 8 varones (17,8%). Los criterios de inclusión de la muestra fueron: 1) los participantes debían ser no fumadores, y 2) los participantes no debían haber ingerido ningún alimento ni bebida que no fuera agua durante las tres horas previas al experimento. Estos criterios se derivan de estudios previos (Razumiejczyk & López Alonso, 2007; Razumiejczyk, Macbeth & Adrover, 2008).

Materiales

Este estudio utiliza estímulos gustativos naturales en concordancia con su funcionalidad ecológica (Dhimi, Hertwig & Hoffrage, 2004; Gigerenzer *et al.*, 1991). Los estímulos administrados en este estudio son brócoli, zanahoria, zapallito, zapallo, manzana, durazno, ananá y banana. Los estímulos se presentan a los participantes en forma de papilla a temperatura ambiente. Se obstruye la visión de modo que el color de los estímulos no influya en su identificación (Hoegg & Alba, 2007). Se proporcionó a cada participante un vaso, una servilleta de papel y ocho cucharitas, una para cada estímulo gustativo. Estos materiales fueron desechados en el cesto de residuos luego de su utilización.

Procedimiento

Se entrenó a un grupo de cuatro voluntarios quienes no conocieron el propósito del estudio hasta finalizada la toma de datos, de modo que funcionaron como experimentadores ciegos. Se pedía el ingreso del participante y se constataba que haya cumplido con los dos requisitos para el estudio. Luego, se le entregaba una servilleta de papel y un vaso descartable con agua recordándole que debía beber unos sorbos antes de cada ensayo. Se bloqueaba la visión del participante con un antifaz y experimentador le administraba los estímulos gustativos. La consigna consistía en nombrar el objeto del gusto. Al finalizar la administración, se consignó que declararan el porcentaje de seguridad de que las respuestas dadas eran correctas, es decir, se les solicitó que informaran su éxito subjetivo en porcentaje para la totalidad de los estímulos administrados. Finalmente, el experimentador agradecía al participante la colaboración y lo acompañaba a la puerta de salida. El orden de la administración de los estímulos para cada participante fue aleatorio y se obtuvo mediante un programa estadístico.

RESULTADOS

La media del éxito subjetivo resultó de 78,20 % ($de = 16,885$ %), mientras que la media del éxito objetivo fue de 49,16% ($de = 17,956$). La distribución de ambas variables resultó compatible con la presunción de normalidad y homocedasticidad por las pruebas de Kolmogorov-Smirnov y Levene, respectivamente. Se comparó la diferencia de medias con la prueba *t* para muestras apareadas que mostró que la diferencia entre estas variables fue significativa ($t = 9,38$; $p < 0,01$; $g = 1,652$).

DISCUSIÓN

Los resultados de este estudio muestran que los participantes declararon tener un mayor porcentaje de seguridad de acierto en

comparación con el acierto objetivo obtenido en la prueba, así, se concluye que incurrieron en el sesgo de sobreconfianza. Estos resultados se encuentran en concordancia con los estudios de Jönsson & Olsson (2003) y de Jönsson *et al.* (2005) quienes hallaron sobreconfianza en la identificación de estímulos olfativos. Se ha mostrado que la identificación de los estímulos químicos, es decir, olfativos y gustativos, es un fenómeno robusto (Razumiejczyk, Macbeth & López Alonso, 2008). Así, estos datos sugieren que la fuerte sobreconfianza en la habilidad para la identificación de estos estímulos es coherente con la seguridad subjetiva de acierto.

Estos hallazgos recomiendan identificar las variables críticas, así como estudiar la disolución de este sesgo en la modalidad gustativa.

BIBLIOGRAFÍA

- BERSABÉ MORÁN, R.; MARTÍNEZ ARIAS, R. & TEJEIRO SALGUERO, R. (2003). Risk-takers: Do they know how much of a risk they are taking? *Psychology in Spain*, 7(1), 3-9.
- BRENNER, L.; KOEHLER, D.J.; LIBERMAN, V. & TVERSKY, A. (1996). Overconfidence and probability and frequency judgments: A critical examination. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 65(3), 212-219.
- CAMERER, C.F. & LOVALLO, D. (1999). Overconfidence and excess entry: An experimental approach. *American Economic Review*, 89(1), 306-318.
- DHAMI, M.K.; HERTWIG, R. & HOFFRAGE, U. (2004). The Role of Representative Design in an Ecological Approach to Cognition. *Psychological Bulletin*, 130(6), 959-988.
- GIGERENZER, G.; HOFFRAGE, U. & KLEINBOLTING, H. (1991). Probabilistic Mental Models: A Brunswikian Theory of Confidence. *Psychological Review*, 98(4), 506-528.
- HAUSMANN, D. & LAGE, D. (2008). Sequential evidence accumulation in decision making: The individual desired level of confidence can explain the extent of information acquisition. *Judgment and Decision Making*, 3(3), 229-243.
- HOEGG, J. & ALBA, J.W. (2007). Taste perception: more than meets the tongue. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 490-498.
- JONSSON, F.U. & OLSSON, M.J. (2003). Olfactory metacognition. *Chemical Senses*, 28, 651-658.
- JONSSON, F.U.; OLSSON, H. & OLSSON, M.J. (2005). Odor emotionality affects the confidence in odor naming. *Chemical Senses*, 30, 29-35.
- KORIAT, A. & GOLDSMITH, G. (1996). The role of metacognitive processes in the regulation of memory performance. En G. Mazzoni & T.O. Nelson (Eds). *Metacognition and cognitive neuropsychology* (pp. 97-118). Londres: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- MACBETH, G.; RAZUMIEJCZYK, E.; LEDESMA, R.; CORTADA DE KOHAN, N. & LÓPEZ ALONSO, A.O. (2008). La medición de los sesgos de la confianza mediante modelos discretos y continuos. *Investigaciones en Psicología*, 13, 117-134.
- OSKAMP, S. (1965). Overconfidence in case-study judgments. *The Journal of Consulting Psychology*, 29, 261-265.
- RAZUMIEJCZYK, E. & LÓPEZ ALONSO, A.O. (2007). La variable de los niveles de procesamiento no tiene incidencia en el efecto de priming gustativo. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 53, 219-225.
- RAZUMIEJCZYK, E.; MACBETH, G. & ADROVER, J.F. (2008). Priming intramodal e intermodal: un estudio gustativo-visual. *Revista de investigación en psicología*, 11(1), 69-79.
- RAZUMIEJCZYK, E.; MACBETH, G. & LÓPEZ ALONSO, A.O. (2008). La vinculación entre las modalidades gustativa y olfativa en el reconocimiento del sabor. *Psico Logos*, 17, 5-12.