



EXPLORABLE
Think Outside The Box

Publicado en *Explorable.com* (<https://explorable.com>)

[Inicio](#) > Ceguera a la elección

Ceguera a la elección

Explorable.com 10.9K visitas

Experimento de Peter Johansson

La ceguera a la elección hace referencia a las maneras en que las personas son ciegas respecto de sus propias decisiones y preferencias. En su estudio, Lars Hall y Peter Johansson explican este fenómeno con más detalle.

La ceguera a la elección es un tipo de un fenómeno más amplio, llamado ilusión de la introspección. Aquí, la gente erróneamente cree que tiene una comprensión directa de los orígenes de su estado mental y trata las introspecciones de los demás como poco confiables.

Analicemos la ceguera a la elección de la siguiente manera. Creemos que queremos A, pero cuando se nos da B inventamos todo tipo de razones que nos persuadan a creer que B es una alternativa mucho mejor y que fue la opción que quisimos desde el principio.

En su estudio, Lars Hall y Peter Johansson explican con más detalle la ceguera a la elección.

EXPLORABLE
Quiz Time!

Quiz: Psychology 101 Part 2

Quiz: Psychology 101 Part 2

Quiz: Flags in Europe

[See all quizzes ⇒](#)

Planteamiento del problema

Peter Johansson y sus colegas investigaron conjuntamente la comprensión de los sujetos de sus propias preferencias por medio de una nueva técnica.

El objetivo de los investigadores fue medir si los participantes se dan cuenta de que algo salió mal con su elección, durante y después de la tarea experimental.

Metodología

Los experimentadores les presentaron a los sujetos dos tarjetas con rostros de mujeres y se les preguntó cuál les parecía más atractiva.



Ceguera a la elección
(Fotógrafo: Mark Hanion)

Se les permitió mirar más de cerca la fotografía "elegida" y al instante se les pidió que explicaran oralmente su decisión.

La prueba se repitió 15 veces con cada voluntario, utilizando diferentes pares de rostros, pero en tres de las pruebas, sin que los sujetos supieran, se utilizó un truco de magia con las tarjetas para intercambiar un rostro por otro después de haber tomado una decisión. Los sujetos terminaron con el rostro que en realidad no habían elegido. Luego, se les pidió nuevamente que explicaran qué los hizo elegir ese rostro en particular, a pesar de que en realidad esa no había sido su primera elección.

Resultados

La mayoría de los participantes no se dio cuenta de que en realidad la imagen que estaban viendo no había sido su primera elección. Muchos sujetos inventaron explicaciones sobre su elección.

Por ejemplo, el sujeto puede decir:

elegí ésta porque prefiero las rubias,

cuando en realidad su elección original fue una morocha, pero se le entregó una rubia. Este sujeto debe haber inventado, porque explica una preferencia que en realidad nunca hizo.

El sentido común nos dice que obviamente nos daríamos cuenta de tal cambio en el resultado de una elección. Sin embargo, los resultados mostraron que en el 75% de las pruebas, los participantes fueron ciegos ante la discordancia. Lo más interesante es que no sólo un gran número de participantes no tuvo idea del cambio, sino que cuando se les permitió ver con más detalle su elección, fueron capaces de dar una explicación detallada de por qué eligieron ese rostro, cuando en un principio en realidad lo habían rechazado. Los experimentadores acuñaron el término ceguera a la elección por este fracaso para detectar una discordancia.

Unos pocos, menos de 1/10 de las manipulaciones fueron fácilmente detectadas por los participantes. No más del 20% de todas las manipulaciones salieron a la luz hacia el final de cada experimento.

Después del experimento, se les presentó a los participantes una situación hipotética:

Supongamos que están involucrados en un experimento en donde los rostros que eligieron fueron cambiados. ¿Se darían cuenta?

En la entrevista posterior a la prueba, el 84% de los participantes dijo que se daría cuenta. Los investigadores llamaron a esto ceguera a la elección. Cuando se les dijo la verdad a algunos, mostraron sorpresa y hasta incredulidad.

Johansson explica que cuando se les pidió a las personas que expresaran los motivos de sus elecciones, se sintieron seguros de sus declaraciones y tuvieron el mismo estado de emotividad y expresaron el mismo nivel de detalle hacia los rostros que habían elegido y hacia los que no habían elegido.

Otro descubrimiento importante es que los efectos de la ceguera a la elección van más allá de los juicios precipitados. Dependiendo de lo que los participantes dicen en respuesta a los resultados discordantes de las elecciones (si se dan explicaciones cortas o largas, hacen un etiquetado o calificación numérica, y así sucesivamente), se determinó que esta interacción podría cambiar sus preferencias futuras en la medida en que llegan a preferir la alternativa anteriormente rechazada. Esto dio a los investigadores una visión rara de la dinámica complicada de la autodevolución ("Yo elegí esto, lo dije públicamente, por lo tanto, me debe gustar"), que es sospechosa en cuanto a lo que hay detrás de la formación de muchas preferencias cotidianas.

Conclusión

Los investigadores no supieron cómo o por qué se produce la ceguera a la elección, pero piensan que llega al corazón de la forma en que tomamos decisiones en nuestra vida cotidiana. Según Hall, uno de los investigadores, la ceguera a la elección no siempre sucede. Por lo tanto, el concepto de intención debe ser revaluado y estudiado más en detalle.

Existen varias teorías acerca de la toma de decisiones que suponen que nos damos cuenta cuando nuestras intenciones y el resultado de nuestras decisiones no coinciden. No obstante, el estudio de Johansson muestra que esta suposición no siempre es correcta. Su experimento desafía ambas teorías actuales de la toma de decisiones y las nociones de sentido común de la elección y el autoconocimiento.

Aplicación

Los experimentos sobre la ceguera a la elección pueden ser utilizados para brindar una forma de estudiar la subjetividad y la introspección, temas que antes los científicos consideraban extremadamente difíciles o incluso imposibles de medir o evaluar científicamente.

¿Por qué sucede esto? Según Jonah Lehrer, estos recuerdos fabricados a veces son verdades a medias necesarias que preservan la unidad de uno mismo. Lehrer explica: "al igual que un novelista crea una narración, nosotros creamos una sensación de ser. El yo, en este sentido, es nuestra obra de arte, una ficción creada por la mente con el fin de dar sentido a sus propios fragmentos".

Fuentes

[Wikipedia: Introspection Illusion](#) ^[1]

["Choice Blindness" and How We Fool Ourselves](#) ^[2]

[Confabulations, por Jonah Lehrer](#) ^[3]

Fuente URL: <https://explorable.com/es/ceguera-a-la-eleccion>

Enlaces

[1] http://en.wikipedia.org/wiki/Introspection_illusion

[2] <http://www.msnbc.msn.com/id/9616467/>

[3] <http://scienceblogs.com/cortex/2009/04/25/confabulations/>