

EXPERIMENTO DEL GORILA INVISIBLE

En 1999, Daniel Simons y Christopher Chabris realizaron un experimento psicológico sobre la atención en la Universidad de Harvard. El estudio pretendía demostrar que cuando se pide a las personas que se ocupen de una tarea, se centran tanto en ese elemento que pueden pasar por alto otros detalles importantes.

Para probar su hipótesis, Simons y Chabris reclutaron a 228 voluntarios (en su mayoría estudiantes) para participar en el estudio. Se les dio una gran chocolatina por hacerlo o se les pagó por participar en una serie de estudios. Los observadores se organizaron en 16 grupos de 12 individuos. Se les sometió a pruebas individuales y dieron su consentimiento informado.

Se dijo a los participantes que verían un vídeo con dos equipos de tres jugadores con camisetas blancas o negras pasándose balones de básquetbol. Se les indicó que prestaran atención al equipo blanco o negro y que contaran el número de pases realizados por uno u otro. Luego se les pidió que anotaran el número de pases que habían contado. También se realizó una observación controlada, en la que 12 participantes diferentes vieron un vídeo distinto. Debido al ritmo del vídeo, seguir la pista de los pases era una tarea relativamente fácil.

A mitad del vídeo experimental, un gran gorila peludo (en realidad, una mujer con traje de gorila) atravesó la escena, se plantó en medio de la pista, se golpeó el pecho durante nueve segundos y se marchó.

Tras esta tarea, se hicieron varias preguntas a los participantes: ¿Notó algo inusual en el vídeo? ¿Se fijó en algo más que en los seis jugadores? ¿Vio al gorila? Más de la mitad de los participantes respondieron que no, que no habían visto al gorila. Incluso después de que se les hablara del gorila, estaban seguros de que no habían podido pasarlo por alto.

El resultado del experimento de Chabris y Simons fue que casi la mitad de los participantes no se fijaron en el gorila a pesar de lo extraño que era: el 54% de los participantes se fijó en el gorila, mientras que el 46% no lo hizo. Estos resultados demostraron lo limitada que es la atención humana. Las personas pueden pasar por alto fácilmente incluso a alguien vestido de gorila cuando están concentradas en una tarea específica. Los psicólogos llaman ahora a esto “ceguera por falta de atención”, la incapacidad de fijarse en objetos inesperados cuando la atención está centrada en otra cosa.

El Experimento del Gorila Invisible se ha convertido en uno de los experimentos psicológicos más famosos de los últimos 50 años. Se ha divulgado en medios de comunicación de todo el mundo, como el programa Dateline de la NBC y un episodio de CSI.

Fuentes:

Bet you didn't notice 'The Invisible Gorilla'. (2010, 19 de mayo). NPR. *Talk of the Nation*.

<https://www.npr.org/2010/05/19/126977945/bet-you-didnt-notice-the-invisible-gorilla>

Chabris, C. and D. Simons. (2011). *The Invisible Gorilla: How Our Intuitions Deceive Us*. Harmony.

Fescoe, K. (2016, enero). *The 25 most influential psychological experiments in history*. *On-line Psychology Degree*.

https://online225.psych.wisc.edu/wp-content/uploads/225-Master/225-UnitPages/Unit-10/Fescoe_OP_2016.pdf