CUADERNO DE IDEAS

El efecto Forer: ¿por qué sentimos que una descri

Psicología y comportamiento · 13/11/2026 · Por Camilo Calderón

¿Por qué sentimos que un horóscopo o un test describe exactamente nuestra personalidad? Descubre el efecto Forer y comprueba cómo funciona con un sencillo ejercicio.

El efecto Forer: ¿por qué sentimos que una descripción general habla exactamente de nosotros?

¿Alguna vez has leído tu horóscopo y has sentido que describe perfectamente tu personalidad? ¿Has realizado un test en internet y te has sorprendido porque sus resultados parecen conocer aspectos muy personales de ti?

Esa sensación puede tener una explicación psicológica: el efecto Forer, también conocido como efecto Barnum. Este fenómeno muestra cómo podemos interpretar descripciones generales como si fueran observaciones especialmente elaboradas para nosotros.

Pero ¿por qué ocurre? ¿Qué tiene que ver con nuestra manera de percibirnos y de interpretar la información?

¿Qué es el efecto Forer?

El efecto Forer es un fenómeno psicológico por el cual las personas tienden a considerar que ciertas descripciones generales de personalidad son muy precisas y particulares, aunque en realidad podrían aplicarse a muchas otras personas.

Estas descripciones suelen combinar afirmaciones positivas con otras suficientemente amplias o ambiguas como para que cada lector pueda encontrarles un significado personal.

Por ejemplo, imagina que alguien te dice:

«Eres una persona que disfruta de la compañía de los demás, pero también necesitas momentos de soledad. A veces puedes mostrar mucha seguridad, aunque en determinadas situaciones dudas de tus propias decisiones».

Es posible que pienses: «Eso es exactamente lo que me pasa».

Sin embargo, muchas personas podrían identificarse con esa misma descripción. No necesariamente porque alguien conozca profundamente su personalidad, sino porque las afirmaciones son lo suficientemente generales para encajar en distintas experiencias individuales.

La investigación de Bertram R. Forer (1949) mostró precisamente cómo las personas pueden atribuir una gran precisión personal a descripciones que reciben de manera idéntica.

El experimento de Bertram R. Forer

En 1948, el psicólogo Bertram R. Forer realizó una demostración con sus estudiantes para

explorar cómo evaluaban las descripciones de personalidad.

Les pidió que respondieran un cuestionario y, posteriormente, les entregó una descripción que supuestamente correspondía a los resultados individuales de cada uno.

Los estudiantes debían valorar qué tan precisa consideraban esa descripción.

El detalle más interesante llegó después: todos habían recibido exactamente el mismo texto.

La descripción estaba formada por afirmaciones generales, algunas de ellas tomadas de materiales astrológicos. A pesar de que no había sido elaborada individualmente para cada estudiante, el grupo la valoró como una representación bastante acertada de su personalidad.

Forer publicó sus resultados en 1949, en el artículo The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility.

Su demostración puso en evidencia que la aceptación de una descripción como personalmente acertada no demuestra, por sí sola, que esa descripción sea realmente específica o válida para quien la recibe (Forer, 1949).

¿Quién fue P. T. Barnum y por qué lleva su nombre este fenómeno?

Phineas Taylor Barnum (1810–1891) fue un empresario y promotor de espectáculos estadounidense, conocido por sus exhibiciones y estrategias para atraer la atención del público.

Su nombre terminó asociado a este fenómeno por la idea de ofrecer algo que pudiera atraer o resultar interesante para prácticamente cualquier persona.

Sin embargo, es importante no confundir a sus protagonistas: Barnum no realizó el experimento psicológico. Fue el psicólogo Bertram R. Forer quien demostró en 1949 cómo sus estudiantes podían identificar como personales descripciones que en realidad eran idénticas para todos.

Años después, en 1956, el psicólogo Paul E. Meehl utilizó la expresión efecto Barnum en la literatura psicológica, relacionándola con las descripciones de personalidad generales que podían parecer hechas a la medida de cada individuo.

Así, los dos nombres que encontramos en psicología, efecto Forer y efecto Barnum, hacen referencia al mismo fenómeno. La denominación Forer recuerda el experimento original, mientras que Barnum alude al origen del nombre popularizado posteriormente (Meehl, 1956; Dickson y Kelly, 1985).

¿Por qué sentimos que esas descripciones hablan de nosotros?

No existe una única explicación para este fenómeno. La investigación ha señalado diferentes características de las descripciones y de la forma en que las personas las interpretan.

Entre los factores que pueden contribuir se encuentran:

1. Las afirmaciones generales

Las frases amplias permiten que diferentes personas encuentren experiencias propias dentro de ellas.

Por ejemplo:

«En ocasiones eres sociable, pero también disfrutas de tu espacio personal».

Esta afirmación puede resultar familiar para personas con estilos de vida y personalidades muy diferentes.

2. La interpretación personal

No todos interpretamos las palabras de la misma manera. Cuando leemos una descripción, podemos relacionarla con recuerdos, situaciones y experiencias que tienen un significado particular para nosotros.

Así, una frase general puede adquirir un sentido mucho más específico en nuestra mente.

3. El contenido favorable

Las descripciones que destacan cualidades positivas, capacidades o aspectos deseables suelen resultar agradables de aceptar.

Por ejemplo, decirle a alguien que tiene un gran potencial, aunque todavía no lo haya desarrollado por completo, puede generar identificación porque es una afirmación difícil de descartar y que muchas personas desean reconocer en sí mismas.

4. La sensación de que el mensaje fue elaborado para nosotros

La fuente también puede influir en cómo recibimos la información.

No es lo mismo leer una descripción en una publicación general que recibirla después de responder un supuesto test de personalidad o consultar una interpretación individual.

Cuando creemos que el mensaje fue elaborado específicamente para nosotros, podemos concederle mayor credibilidad.

Dickson y Kelly (1985), en una revisión de investigaciones sobre el efecto Barnum, analizaron precisamente cómo influyen características como la generalidad, el carácter favorable de las descripciones y la percepción de que estas son relevantes para la persona.

El efecto Forer en los horóscopos y los test de personalidad

Uno de los contextos en los que suele discutirse este fenómeno es la astrología, especialmente en las descripciones de personalidad que aparecen en los horóscopos.

Frases como «eres sensible, aunque no siempre lo demuestras» o «necesitas sentir seguridad, pero también buscas nuevas experiencias» pueden parecer muy personales.

Sin embargo, son afirmaciones que podrían encajar en muchas personas, independientemente de su signo zodiacal.

Un estudio de Fichten y Sunerton (1983), realizado con 366 estudiantes universitarios, examinó la relación entre los horóscopos, las descripciones astrológicas de personalidad y el efecto Barnum. Los investigadores encontraron que la familiaridad y el conocimiento del signo zodiacal podían influir en la percepción de utilidad y precisión de esas descripciones.

Esto no significa que todas las personas interpreten los horóscopos de la misma manera ni que el efecto explique por sí solo todas las creencias relacionadas con la astrología. Sí muestra

que nuestras expectativas y la forma de presentar una descripción pueden influir en cómo la valoramos.

También es importante aclarar que el efecto Forer no demuestra que todos los test de personalidad sean inútiles. Existen instrumentos psicológicos desarrollados y evaluados mediante procedimientos científicos. Su calidad depende de aspectos como la validez, la confiabilidad y la evidencia que respalda su utilización.

Hagamos un pequeño experimento: ¿esta descripción realmente te conoce?

Vamos a poner a prueba el fenómeno con un ejercicio sencillo.

Lee las siguientes afirmaciones y piensa cuántas consideras que describen tu personalidad:

En ocasiones eres una persona sociable y extrovertida, pero también necesitas momentos de tranquilidad para estar contigo mismo.

Tienes capacidades que todavía no has aprovechado completamente.

Aunque puedes parecer una persona segura, a veces tienes dudas sobre tus decisiones.

Te gusta que los demás te valoren, pero no siempre expresas cuánto te importa su opinión.

En determinadas situaciones puedes ser muy exigente contigo mismo y sentir que podrías haber hecho las cosas mejor.

Detente un momento y piensa: ¿cuántas de estas afirmaciones parecen describirte realmente?

Si varias te resultaron familiares, es posible que hayas experimentado algo parecido a lo que sucede en el efecto Forer.

La explicación

Estas cinco afirmaciones fueron redactadas para este ejercicio y no constituyen una evaluación psicológica individual. Son descripciones generales que pueden encajar en experiencias de muchas personas.

La sensación de que hablan específicamente de ti es precisamente lo que queremos observar: cómo una descripción amplia puede adquirir un significado personal cuando la relacionamos con nuestra propia experiencia.

Este ejercicio es una demostración divulgativa inspirada en el fenómeno, no una reproducción exacta del experimento original de Forer ni un test validado de personalidad.

¿Cómo podemos reconocer el efecto Forer?

Conocer este fenómeno puede ayudarnos a evaluar con mayor cuidado las descripciones que recibimos sobre nuestra personalidad.

Algunas preguntas útiles son:

¿La descripción es realmente específica? Pregúntate si podría aplicarse también a muchas otras personas.

¿Estoy interpretando las palabras desde mis propias experiencias? Identifica si estás completando los espacios ambiguos con recuerdos o situaciones personales.

¿La fuente tiene evidencia para respaldar sus afirmaciones? No confundas una presentación convincente con una evaluación psicológica válida.

¿Estoy aceptando únicamente las partes que coinciden conmigo? Observa si estás prestando más atención a las afirmaciones que parecen acertadas y dejando de lado las demás.

La intención no es desconfiar de cualquier descripción que recibamos, sino desarrollar una actitud más reflexiva frente a la información que pretende explicar quiénes somos.

¿Significa que no nos conocemos realmente?

No. El efecto Forer no significa que seamos incapaces de conocernos ni que todas las descripciones generales sean falsas.

Lo que muestra es que nuestra percepción puede verse influida por la manera en que se presenta la información y por el significado que le atribuimos.

Conocernos implica algo más que identificarnos con frases que parecen describirnos. También requiere observar nuestros comportamientos, reconocer nuestras contradicciones y reflexionar sobre nuestras experiencias.

Una descripción puede parecer sorprendentemente precisa sin que necesariamente haya sido construida a partir de un conocimiento profundo de nuestra personalidad.

Una reflexión final

La próxima vez que leas un horóscopo, recibas una interpretación de personalidad o encuentres un test que parece describirte perfectamente, detente un instante y pregúntate:

¿Esta descripción realmente contiene información específica sobre mí o soy yo quien está encontrando mi propia historia dentro de sus palabras?

A veces, lo más interesante no es descubrir cuánto parece conocernos una descripción, sino comprender cómo nuestra propia mente le da sentido.

Referencias

Dickson, D. H., & Kelly, I. W. (1985). The “Barnum Effect” in personality assessment: A review of the literature. Psychological Reports, 57(2), 367–382. https://doi.org/10.2466/pr0.1985.57.2.367

Fichten, C. S., & Sunerton, B. (1983). Popular horoscopes and the “Barnum Effect”. The Journal of Psychology, 114(1), 123–134. https://doi.org/10.1080/00223980.1983.9915405

Forer, B. R. (1949). The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 44(1), 118–123. https://doi.org/10.1037/h0059240

Meehl, P. E. (1956). Wanted—a good cookbook. American Psychologist, 11(6), 263–272.