

Emociones y política

María Pocoví

Los ciudadanos demandan gobiernos más sensibles.

El papel de la emoción juega un rol fundamental en la toma de decisiones, como constata Antonio Damasio en su obra "El Error de Descartes", en 1994. Los avances tecnológicos nos han permitido descubrir que en el proceso decisorio la emoción se sitúa al inicio de este proceso y es lo que impulsa la acción. O dicho de otra manera, incluso al votar no somos tan racionales como pensábamos.

¡Los sondeos para predecir el voto están fallando! Una afirmación frecuente en los entornos políticos durante los últimos procesos electores. El problema está en la metodología, y es que la investigación tradicional sigue actuando como si la decisión de voto fuese lógica, fría y calculada pero eso no es así y el resultado es que los sondeos de opinión no están sabiendo medir la conexión emocional real del candidato. En este punto resulta muy interesante poder analizar ejemplos de políticos que han logrado esa conexión emocional.

¿Cómo son los políticos que logran la conexión emocional?

Los políticos que mejor se han adaptado son aquellos que no pertenecen a la vieja clase política, es más, los más adaptados a esta nueva realidad tienen una vida más allá de la política, incluso vinculada a sectores tan distantes de la política como el arte y/o el deporte.

El político de éxito hoy en día es un ser más sensible y conoce de cerca la realidad de la mayor parte de la sociedad. La sociedad está demandando gobiernos sensibles y flexibles con las distintas realidades sociales. Los políticos se someten a una gran competencia, ciudadanos más informados y más exigentes están generando ganadores y perdedores por efímeras diferencias, como desvelan los datos que analizó The Economist en su artículo llamado "The shrinking big tents".

Atendiendo a las últimas elecciones presidenciales a nivel internacional y a las que se celebrarán próximamente, hemos realizado una tabla que analiza el perfil del político "actual", incluyendo políticos que acaban de ganar una elección (lado izquierdo de la tabla) y políticos que podrían ganar próximamente (en el lado derecho de la tabla) y hemos prestado atención a las cuestiones que tienen en común los políticos más populares del momento. Por supuesto hay más políticos y más ítems, si bien, respecto a estos últimos hemos elegido los que ejercen una influencia directa en la reacción emocional del ser humano.

	ganador	ganador	ganador	perdedor	perdedor
	JIMMY MORALES	TSIPRAS	MAURICIO MACRI	ALBERT RIVERA	PABLO IGLESIAS
HISTORIA PERSONAL	Artista, con estudios de doctorado y empresario.	Procedente de familia acomodada de ideología de izquierdas.	Secuestrado, divorciado, y con nueva pareja. Padre de familia numerosa y reconocido presidente de club de fútbol. Exitoso intendente de BSAS.	Hijo de familia de empresarios, con buenos estudios universitarios y deportista de competición.	Criado en el seno de una familia de perfil intelectual, con estudios de doctorado. Funcionario y presentador de TV.
ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA CLASE POLÍTICA	Outsider	En contra de las políticas de austeridad y reivindicativo frente al resto de la clase política.	Outsider	Viene del ámbito privado y se mete en política por vocación de servicio público.	Científico de la política y experto en comunicación. Se excluye de la vieja clase política a la que llama "casta".
LOGROS EN LA VIDA	Exitoso y reconocido comediante. Vendedor de felicidad.	Catalizador de los indignados de Grecia contra las presiones de la UE para controlar el déficit.	Sobrevivir un secuestro, sacar adelante una familia tras un divorcio y llevar a la copa a los Boca Juniors.	Campeón de Natación de Cataluña a sus 16 años y Primer Premio Nacional en la Liga de Debate Universitario.	Canalizar la indignación de los ciudadanos organizados en torno al 15M en España.
EXPERIENCIA MÁS ALLÁ DE LA POLÍTICA SE DIRIGE	Si	No	Si	Si	Si
SE MUESTRA	Habla a la audiencia. Cercano, bromista.	Habla a la audiencia. Cercano pero con reservas.	Habla a la audiencia.	Habla a la audiencia.	Habla a la audiencia.

María Pocoví es CEO de Emotion Research Lab. @pocovimaria

Fuente: Bárbara Aucejo, directora de investigación de Emotion Research LAB.

Estos candidatos son políticos de claro liderazgo porque las personas están procesando de manera positiva los siguientes ítems, que constituyen las 5 claves para lograr la conexión emocional del político con el ciudadano:

- Tienen una historia personal verídica
- No se enmarcan en la concepción arcaica de 'clase política'.
- Su historia personal denota logros, en ocasiones con tintes heroicos.
- Son personas consideradas 'outsiders', con experiencia en el ámbito privado.
- Se dirigen a la audiencia cuando hablan.
- Se muestran cercanos, incluso son más propensos a mostrar aspectos de su vida privada.

Quizás la pregunta que se abre ahora es: Si sabemos el cómo, ¿cuál es el proceso para medirlo?

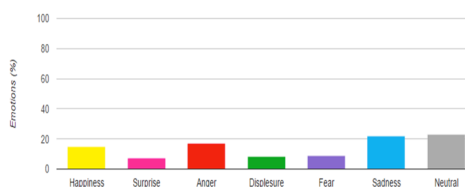
Analizar al candidato midiendo sus emociones y comparándolas con lo que verbaliza para ver la coherencia emocional y credibilidad. Un caso práctico de análisis con reconocimiento facial de emociones: un discurso del reciente estrenado presidente de Guatemala.

Jimmy Morales, recién elegido presidente de Guatemala el octubre pasado, es un buen ejemplo de los nuevos "outsiders" triunfadores de la política.



Fuente: [Youtube](#)

El discurso de Jimmy Morales se centra en una posición de ataque frente a los políticos de los que habla en tercera persona, no considerándose a él mismo uno de ellos; pues él no se considera miembro de esta antigua clase política.



Gráfica 1. Patrón emocional de Jimmy Morales en su discurso.

Como muestra la gráfica de patrón emocional, Jimmy Morales expresa en este discurso tristeza (21,5%), enfado (16,7%) y felicidad (14,8%).

Su discurso es coherente con las emociones que muestra, ya que la mezcla de enfado y tristeza (38,2%) exterioriza el sentimiento de traición, en este caso hacia los políticos que durante años en el gobierno no han tomado las medidas adecuadas para el pueblo guatemalteco. También muestra coherencia, por la firmeza de sus declaraciones, fruto de la combinación de enfado y felicidad, con ello trabaja su imagen de justicia y honradez, imagen de la que él pretende hacerse cargo en el gobierno.

Por tanto nos encontramos en un entorno donde es necesario monitorizar una nueva clave estratégica que es la variable emocional. Esa variable es necesario analizarla en las distintas fases de una campaña y podríamos resumirla en dos aspectos: por un lado, la percepción de credibilidad del candidato y, por otro lado, la reacción emocional que generamos en los ciudadanos con los diversos elementos de comunicación y estratégicos que efectuamos a lo largo de la campaña.

Uno de esos elementos clave donde la medida de las emociones tiene un alto impacto en la estrategia electoral es el storytelling. Al cerebro le encantan las historias y en especial aquellas que le hacen sentir emociones y revivir experiencias. Las historias personales de los políticos importan

mucho al ciudadano, de ellas dependen en gran medida su aproximación o rechazo y sobre todo el recuerdo positivo del político mismo. Toda persona tiene una historia, pero hay que saber contarla. Hay que evitar invenciones que resten credibilidad al portavoz y para ello hay que dominar los mecanismos comunicativos que abren la mente del ser humano y les permite escuchar otras ideas, distintas a las que marcan su preferencia ideológica.

Los outsiders están de moda porque son la máxima expresión de la combinación de repulsa a la vieja clase política, actitud empática, con una historia personal digna de admirar. Esta combinación ha demostrado funcionar en los diversos procesos electorales. Para replicar la conexión emocional que estos candidatos consiguieron y generar candidatos

que logren la persuasión (voto) y fidelización (gobierno) de los ciudadanos hay que incorporar la estrategia emocional al proceso electoral no desde la intuición sino desde la base científica y medible que aporta hoy la tecnología y especialmente, cuando se trata de emociones, el reconocimiento facial de emociones ha demostrado ser capaz de identificar el contenido emocional correcto y multiplicar la efectividad de la comunicación política.

La tecnología está disponible, y nos permite de una manera sencilla poder medir online la reacción emocional de los ciudadanos con una simple web cam. Te invito a que la pruebes ahora mismo. Solo te llevará un minuto, pero cambiará sustancialmente tu percepción de las emociones porque tendrás la clave para lograr la conexión emocional.

