

Emociones, política y noticias: ¿el poder de lo positivo?

Por: Sophie Lecheler. 08/02/2021

Bien, muchas gracias a Ignacio Morgado por su introducción, y también a Enrique Echeburúa por su charla sobre las bases de la emoción, porque, desde luego, esta es una investigación de la que estoy sacando partido.

No soy psicóloga ni neuróloga, y los que nos dedicamos a la comunicación política no nos preocupamos tanto por la emoción original: de dónde proceden las emociones, cómo se desarrollan y esas cosas, que desde luego constituyen los fundamentos de cualquier estudio de las emociones. Pero de hecho partimos de ahí al fijarnos en la relación entre experimentar emociones más o menos fuertes y la toma de decisiones políticas, así como el papel de los medios de comunicación

En el campo de la comunicación política estamos aprendiendo de los psicólogos, y de los sociólogos, y de los neurólogos, a la hora de intentar comprender cómo interviene la emoción en el proceso de tomar decisiones políticas, y el papel central de los medios de comunicación.

Convendrán conmigo en que nadie puede negar el papel absolutamente fundamental que tienen hoy los medios de comunicación de toda clase en la toma de decisiones políticas.

A modo de avance de los temas que voy a tratar, comenzaré revisando un poco los antecedentes y el estado actual del estudio de la emoción y la razón en el campo de la comunicación política, así como nuestro interés en el papel del periodismo en Europa y el resto de sociedades democráticas.

Luego hablaré un poco del «giro afectivo» que se ha dado en nuestro campo en los últimos años, igual que en muchos otros campos de las ciencias sociales, como las ciencias políticas, la sociología y otros, a medida que se ha ido reconociendo la importancia de la emoción.

Aunque todavía me estoy enfrentando a un conflicto. Después de cincuenta, sesenta o setenta años de investigación sobre el periodismo político, sin tener en cuenta para nada las emociones, se puede decir que no hemos hecho más que empezar.

Luego hablaré un poco del énfasis en las emociones negativas. Porque si observamos el tratamiento de la política en los medios, lo primero que encontramos es miedo, ira, populismo y todas esas emociones negativas tan centrales que parecen impregnar las noticias políticas y la propia política actual.

Diré algo de lo que sabemos de estas emociones, y luego (no sólo por una necesidad personal, que también) pasaré a hablar del poder de lo positivo, la idea de que las emociones positivas podrían tener un papel más importante en la política y el periodismo del que se les suele atribuir, y voy a intentar promover la consideración de las emociones positivas y su influencia en las decisiones políticas y su tratamiento periodístico.

Finalmente expondré un par de sugerencias de por dónde debería discurrir esta investigación, y de lo que me propongo hacer en los próximos años sobre la base de lo que ya sabemos.

¿Cuál es el fundamento de todo esto? ¿Qué es la comunicación política y cómo encaja aquí la emoción? ¿Cómo están presentes las emociones fundamentales en la política?

Pues bien, la comunicación política es un campo dedicado al estudio de la relación entre la política, los medios y los ciudadanos.

Básicamente nos fijamos en el poder, así que intentamos averiguar quién es el más poderoso en una situación dada dentro de un proceso de toma de decisiones políticas, lo que es aplicable a cualquier contexto político: europeo, nacional, supranacional o lo que sea. Es decir, quién establece la agenda y cuánto poder tienen los periodistas a la hora de convencer a los políticos y decirles a los ciudadanos qué deben votar o cómo deben pensar. Y cómo el periodista es influenciado a su vez por las elites políticas.

Este es un campo interdisciplinario, lo que también puede dificultar un tanto el entendimiento mutuo. Mis colegas españoles, por ejemplo, están mucho más influenciados por disciplinas como la historia o las ciencias políticas que mis colegas

estadounidenses. Allí la comunicación política tiene mucha más tradición psicológica y presta más atención a cómo procesan la información los individuos y cómo afecta eso a su comportamiento y su actitud.

Así que nosotros, como muchos otros, estamos esforzándonos en llegar a un consenso sobre las disciplinas concretas en las que debería basarse la comunicación política. Y esto también atañe a los estudios de las emociones, porque, como sé por experiencia propia, si intentamos integrar las emociones en los modelos de comunicación política, si pretendemos decir, por ejemplo, que el voto favorable al «brexit» vino motivado por la emoción, siempre saldrán colegas de mi propio campo que lo negarán y lo atribuirán a otros factores. Dirán que la emoción pertenece a la esfera privada, y que carece de relevancia para la toma de decisiones políticas por los ciudadanos (una idea que personalmente me parece ridícula).

Este esquema de la disciplina muestra las relaciones entre los medios de comunicación, los ciudadanos y las organizaciones políticas, y en este concepto incluyo desde las instituciones supranacionales del estilo de la Unión Europea hasta las entidades nacionales, las elites políticas, los grupos de presión, etc.

Y siempre nos preguntamos quién establece la agenda, quién influye en quién. Tengo que decir que, a diferencia de quienes estudian las relaciones internacionales, a nosotros nos interesa mucho más qué puede hacerse para que los ciudadanos estén informados, sepan qué hacer cuando hay elecciones, qué ocurre si uno se abstiene de votar y esa clase de cosas.

Me parece que nuestro enfoque se centra mucho más en el individuo, lo cual, dicho sea de paso, es un tema de discusión cuando se contempla la emoción, porque uno de los grandes problemas tanto en la esfera política como en la periodística es la desconexión de los ciudadanos. La investigación ha evidenciado desde hace décadas que los ciudadanos se sienten desconectados de las elites políticas y periodísticas, de las empresas periodísticas tradicionales, los grandes medios de comunicación de masas establecidos, y esto está causando problemas de todo tipo dentro de las políticas democráticas modernas.

Como he apuntado al principio, el campo de la comunicación política se ha servido durante mucho tiempo de explicaciones y modelos cognitivos para intentar entender el papel de los medios de comunicación en la toma de decisiones políticas.

Ahora la cosa ha cambiado, pero puedo decir que hasta hace solo cinco años mis colegas se hubieran reído de mí si en un estudio de las elecciones europeas, por ejemplo, les hubiera propuesto evaluar también las emociones de los votantes. Me hubieran respondido que, vale, preguntémosles qué sienten, pero, ¿a quién le importa? Tenemos que preguntarles sobre sus identidades, sobre qué votan, sobre qué partidos prefieren, sobre sus conocimientos de política.

Y las estrategias de comunicación de muchas instituciones políticas, incluyendo las europeas, hasta hace muy poco se basaban en la concepción cognitiva de que difundir información es la manera correcta de hacer que la gente apoye una idea política concreta.

Pero no hay más que mirar los anuncios políticos para ver que no es así. Así que después de mucho tiempo pasando por un proceso de aceptación, para mí quizá también tenga algo de catarsis hablar del papel de las emociones en mi campo.

Entonces, ¿cuáles eran las razones, las razones científicas, por las que las emociones no debería importar? ¿Por qué no deberíamos tenerlas en cuenta? ¿Por qué deberíamos poner el foco en la razón y la racionalidad en los estudios políticos y en la comunicación política?

En primer lugar, porque se tenía la certeza de que las emociones se oponen a la racionalidad (lo que no es cierto en absoluto). Veo esta convicción entre mis alumnos a diario. Cuando les hablo del tema, me objetan que las emociones «manipulan», que los sentimientos impiden tomar buenas decisiones.

Ahora bien, ¿qué se entiende por una «buena» decisión? En nuestro dominio político, una buena decisión es un voto a nuestro partido o nuestra causa, o quizás un voto basado en una información, en un balance de pros y contras. ¿Cuál es la idea que mejor se ajusta a mi situación particular? Es decir, una buena decisión es la que se basa en las teorías que manejamos en nuestro campo.

Teorías democráticas, por ejemplo, edificadas sobre la idea de que la deliberación pública que lleva a la decisión política, conforme a las tesis filosóficas de Jürgen Habermas y otros, se sustenta en un discurso civil y sin emoción, donde la mejor idea prevalecerá siempre que deliberemos durante el tiempo que haga falta.

Estas son las teorías que muchos (incluidos muchos de los que nos hemos dado cita

aquí, supongo) aprendimos de estudiantes, que perpetúan la idea de que la buena política es aquella que no incluye demasiada emoción. Quizás algo de pasión, pero sin pasarse.

También hay muchas teorías que intentan predecir el comportamiento electoral que ignoran del todo la emoción. Estoy pensando en el cálculo electoral, un conjunto de modelos matemáticos para predecir cómo votará la gente. Estos modelos consideran los costes y el tiempo, cuán lejos o cerca está alguien de mi punto de vista, por ejemplo. Pero hasta hace muy poco ignoraban por completo la idea de que la gente toma decisiones irracionales (un calificativo que no me gusta demasiado), que toma decisiones sin sentido, que hay un alto nivel de volatilidad electoral, en Europa y más allá. Si hablamos de Estados Unidos, tenemos un ejemplo reciente de que se toman decisiones inexplicables sobre la base de la información o su ausencia.

Puede que no sea demasiado científico, pero basta con hojear la prensa diaria. Sabemos que las emociones están omnipresentes a diario cuando abrimos el periódico (bueno, puede que ya no quede mucha gente que abra un periódico, pero podemos mirar las noticias a través de nuestras aplicaciones, o en Facebook, o donde sea). Vemos emociones por doquier. Los periodistas recurren continuamente al lenguaje emocional para hacer llegar la política a la gente.

Las emociones también ocupan un lugar central en las campañas electorales, en la propaganda política, y también en cómo vive la gente la política en el momento presente, y no sólo ahora, porque siempre han sido un motor de la política, aunque sí parecen algo más visibles en los tiempos que corren. También es por esto por lo que ahora muchos de nosotros estamos hablando más de las emociones, cosa que me congratula, desde luego.

Así pues, ha habido un «giro afectivo» en la disciplina, y en las ciencias sociales en general: la sociología, las ciencias políticas, la antropología, etc. Se aprecia en multitud de campos relacionados. Expertos que comienzan a preguntarse qué hay de las emociones y de qué manera pueden ayudarnos a explicar cómo se comportan los ciudadanos y los grupos sociales. Y los psicólogos, como era de esperar, replican que ellos ya nos lo decían desde hace un centenar de años, pero gracias de todos modos.

Desde la perspectiva de las ciencias de la comunicación y de la información estamos examinando de qué modo la prensa y los medios de difusión podrían

facilitar este giro afectivo. ¿Están contribuyendo a una emocionalización de la política? ¿Cómo podrían estar promoviendo e incluso instigando la política populista al abusar de la emoción?

Lo que debemos entender es que, en una época que se puede decir que se rige por la lógica de los medios (con lo que quiero decir que los políticos se fijan mucho en los medios a la hora de transmitir su mensaje, porque para ello hay que generar un discurso que los medios encuentren apetecible) los periodistas configuran la política. Y los periodistas siempre buscan un ángulo emocional, o un interés humano, en las historias.

Esto no es necesariamente malo, es una de las rutinas básicas del periodismo, en particular a la hora de tratar temas complejos. Pensemos en los corresponsales destinados en Bruselas. Tienen que comentar, escribir artículos y hacer entrevistas para enviar a casa, y esto es un asunto complejo. ¿Cómo se consigue transmitir lo que se quiere transmitir? ¿Es el interés humano, el ángulo emocional, un procedimiento adecuado? ¿Realmente tiene un papel importante este ángulo emocional? ¿Es algo que debemos tener en cuenta?

Soy poco neutral cuando les pido a mis alumnos u otros que dejen de lado la idea de la manipulación. Me opongo con fuerza a este modo de pensar. Quiero decir que es lícito hablar de las emociones. Por supuesto, la manipulación es uno de los argumentos esgrimidos por ciertos grupos que intentan socavar la confianza de los ciudadanos en el periodismo político, aduciendo que los periodistas se valen de las emociones para manipular a la gente o mentir de alguna manera, para propagar alguna falsedad.

Pero lo importante es que esta emocionalización ciertamente ha ido aumentando en los últimos años. ¿A qué se debe este incremento? Una razón es que a menudo las emociones se expresan con máxima eficacia visualmente. Se recurre al lenguaje emocional, pero también a las imágenes emotivas, de modo que los efectos de los ángulos emocionales en la respuesta de la gente también están influyendo indirectamente en nuestras actitudes y comportamientos, y propiciando nuevas formas de narración emocional.

Algo que está muy en boga en el periodismo actual es lo que se conoce como «periodismo de inmersión». ¿Cómo conseguir que la gente se interese por un tema? ¿Por qué no crear realidades virtuales que permitan experimentar vívidamente

asuntos políticos que supuestamente no interesan? *The Guardian*, por ejemplo, ya lo está haciendo. En uno de estos reportajes, sobre presos en aislamiento, se ha creado una experiencia de realidad virtual a la que se puede acceder a través del sitio web. Sólo se necesita una tarjeta especial para el teléfono móvil, y una ya puede experimentar qué se siente estando en una celda de aislamiento.

Por supuesto, como expertos sabemos que estos nuevos géneros narrativos están incrementando la experiencia emocional, así que, una vez más, tienen un papel en este giro afectivo del periodismo al que estamos asistiendo. Esto es algo que comienza a aceptarse. El politólogo George Marcus, por ejemplo, ha afirmado que la emoción refuerza nuestra capacidad de razonamiento, y que de hecho el razonamiento requiere de la emoción no sólo para adquirir sus aptitudes, sino también para ejecutar sus conclusiones, lo que significa que la política sin emoción es imposible. No se pueden tomar decisiones políticas sin emoción. Así pues, no podemos seguir ignorándola sin más, y menos aún etiquetarla como algo negativo. Tenemos que observarla, y entender que la sociedad actual está posibilitando de diversas maneras las decisiones y las experiencias emocionales en los medios de comunicación.

Ciñéndome a nuestro campo, muchos estudiosos están aplicando teorías procedentes de la psicología, como pueden ser las teorías de la evaluación o las teorías sobre el origen evolutivo de la emoción, para entender el juicio político.

Si ahora mismo entramos en Amazon encontraremos un número creciente de libros excelentes que tratan del llamado «cerebro político», intentando comprender el papel de las emociones en nuestra actividad cerebral, en particular cuando tomamos decisiones políticas.

Un problema de toda esa literatura es el énfasis en la negatividad. Aunque la palabra «problema» quizá sea un tanto discutible, porque la negatividad no deja de ser una dimensión importante tanto de la política como del periodismo. Es un valor periodístico, por así decirlo. Me refiero a que los periodistas, y los políticos, se suben a caballo de las situaciones negativas para imponer su propio punto de vista, atacándose unos a otros, exponiendo lo que no funciona.

Es incuestionable, pues, que la negatividad es un aspecto importante de la política. Las cosas son así, y no podemos ignorarlo. Esto va unido a lo que se conoce como sesgo de negatividad en el cerebro, lo que quiere decir que somos más sensibles a

los estímulos negativos en comparación con los positivos. Este es un mecanismo muy importante, que potencialmente es más ventajoso para escapar de un tigre que sonreír ante una flor bonita.

El sesgo de negatividad es una realidad. De ahí el número creciente de estudios sobre la política del miedo, de la amenaza, de la ira, y no estoy totalmente en contra de esta clase de estudios. De hecho, hacen falta más estudios sobre, por ejemplo, el recurso al miedo para que la gente apoye políticas populistas.

Pero lo que quiero plantear aquí es una línea diferente que preste más atención a las emociones positivas y el comportamiento político positivo. ¿Por qué? Pues porque la psicología, que es la fuente original de muchos de los estudios que estamos llevando a cabo, nos dice que las emociones positivas también son altamente relevantes para el comportamiento, en particular para el llamado comportamiento de aproximación.

Las emociones positivas son movilizadoras, lo que significa que también pueden ser interesantes para el comportamiento político, porque lo que queremos es que la gente vote, que se interese por la política y participe en ella. De hecho, a veces tienen un papel relevante en las campañas políticas, como la de Obama, por ejemplo.

Por lo tanto, el estudio de emociones positivas tales como el entusiasmo, la alegría y la esperanza en los llamamientos políticos me parece de gran interés, porque este es un territorio en gran medida inexplorado. Esto se debe a la abrumadora oleada de estudios sobre el miedo y la ira en la política a lo largo de los últimos años. Lo cual es absolutamente legítimo, insisto, pero creo que las emociones positivas también podrían tener mucha influencia.

Me parece un enfoque novedoso e interesante. Incluso se ha sugerido que cuando las emociones positivas se yuxtaponen a las negativas, sus efectos sobre el comportamiento político podrían verse aumentados, lo que podría tener que ver con el hecho de que los votantes quizás estén hastiados del inacabable reguero de informaciones y experiencias negativas, de modo que alguna emoción positiva, una campaña de talante positivo, unas noticias positivas o lo que sea podrían representar un cambio bien recibido.

Es verdad que la estrategia política y los debates en los medios se caracterizan por

la negatividad, y desde luego yo no voy a ignorar este hecho. Pero hay numerosos ejemplos de campañas políticas y experiencias electorales recientes donde los aspectos positivos han tenido una influencia significativa. Estoy hablando de personajes a los que la prensa presenta abiertamente como «superhéroes políticos» (los Macron, Trudeau, etc.) y que encarnan una suerte de antipopulismo, por así decirlo. Son líderes que están ensayando una manera diferente de comunicar su política, unida a una hiperpersonalización, algo así como una visión política que reafirma la vida personal.

Así pues, percibimos en la población, en la ciudadanía, cierta necesidad de recibir una información política positiva. De hecho, los periodistas están empezando a sentir esa misma necesidad. Hay un movimiento periodístico que está creciendo deprisa, el autodenominado «periodismo constructivo», que intenta promover una comunicación orientada a las soluciones. Si no me equivoco, comenzó con un eminente periodista danés que dejó su puesto y declaró que no quería seguir siendo parte del problema, sino que quería contribuir a la solución, que estaba cansado de presentar sólo historias negativas y ataques, que quería ser un periodista que propusiera soluciones, con una visión constructiva de la política y de la democracia.

Esto no quiere decir que haya que dar sólo buenas noticias. No se trata de limitarse a ver videos de mascotas en Youtube, ni mucho menos. La información política puede ser inquisitiva y crítica, pero habría que buscar maneras de ser menos destructivos.

Hay un lema periodístico hartamente conocido, «Si sangra, manda», lo que significa que las noticias más truculentas o terribles van en primera plana. Esto es algo de lo que podría prescindirse en el periodismo futuro, y más si se piensa que la prensa está actualmente en crisis, sufriendo estrecheces económicas en unos tiempos en los que quizá ya no queremos seguir pagando por lo que nos ofrece.

A modo de ilustración voy a exponer un estudio propio sobre la posible influencia de las noticias positivas, o las emociones positivas que nos inspiran, en el comportamiento político. Es un estudio que llevé a cabo con colegas de la London School of Economics, cuyo objeto era comparar los efectos de las emociones negativas con los de ciertas emociones positivas, y que reportó algunos resultados que me parecen bastante llamativos.

Vuelvo a repetir que hay una evidencia sólida de la existencia de un sesgo de

negatividad, y no seré yo quien lo ponga en duda. Pero los estudios en el campo de la psicología positiva muestran que las emociones positivas funcionan como motores en la vida diaria. Y aquí quiero destacar una teoría que podría ser muy útil a la hora de explicar esta función de las emociones positivas. Es la llamada teoría de ampliación y construcción. Básicamente dice que todos nosotros necesitamos experiencias positivas en nuestra vida porque, en primer lugar, son (y esto puede sonar un tanto esotérico, pero es algo ampliamente aceptado) una suerte de mecanismo de construcción con los recursos de los que disponemos. La idea es que nuestros recursos emocionales son limitados, de modo que si sólo experimentamos emociones negativas, nuestros recursos se agotan y nos volvemos asociales, cínicos, desmotivados, y esto se traslada a la política.

Tras la victoria del «brexit», oí hablar por primera vez de «depresión política», la aversión a volver a exponerse a ninguna otra noticia política. Esta idea ciertamente sugiere que los recursos de los ciudadanos para experimentar emociones políticas se habrían agotado, y se me ocurre que los periodistas podrían contribuir de manera significativa a reponer los recursos emocionales de la gente.

La teoría también propone que las emociones positivas tendrían una función ampliadora, lo que nos lleva de nuevo a la función evolutiva de la emoción. La idea es que cuando tenemos experiencias negativas, el foco de nuestra atención se reduce. Al divisar un tigre, nos concentramos y sabemos hacia dónde correr (es importante no hacerlo en dirección al tigre). En cambio, cuando tenemos experiencias positivas ampliamos nuestro horizonte, nos empiezan a interesar otras fuentes de emociones positivas. Una vez más, esto parece relevante para la política, aunque sigue siendo un terreno inexplorado por los investigadores.

El tercer factor es algo que ya he mencionado: el hastío de noticias negativas, que podría intensificar la respuesta a los estímulos emocionales positivos, simplemente porque el nivel de negatividad está ya tan alto que poco más se puede hacer para elevarlo. Si hiciéramos un sondeo para evaluar los sentimientos generales de la gente o sus estados de ánimo respecto de la política (no de su vida privada, porque eso depende mucho de la situación personal de cada cual), veríamos que los niveles de negatividad son extremos, mientras que los de positividad son muy bajos. Esto quiere decir que hay un amplio margen para el aumento de la positividad.

Este es un esquema del planteamiento de nuestro estudio experimental. Exponíamos a los sujetos a diferentes tipos de noticias que contenían reclamos

emocionales, tanto visuales como textuales, siempre en relación con emociones concretas.

En el primer estudio examinamos el entusiasmo en comparación con dos emociones negativas de gran importancia: la ira y el miedo (las emociones políticas primarias). Queríamos ver hasta qué punto los contenidos emocionales positivos o negativos de los artículos de prensa realmente generaban respuestas emocionales positivas y negativas. Luego había que comprobar si estas respuestas emocionales se trasladaban al comportamiento político, que evaluábamos de dos maneras: por un lado, examinando lo que habían votado los sujetos en las elecciones generales británicas y también en las europeas, y por otro lado considerábamos una segunda dimensión llamada comportamiento cívico, que incluía aspectos de carácter político no relacionados con las elecciones y las campañas electorales, como las donaciones a ciertas causas políticas de carácter social, y en general todas las formas de participación política aparte de votar.

Un ejemplo del tipo de artículos que les mostrábamos es este, sobre la asistencia a los mayores y la implicación del gobierno en la ayuda a la tercera edad y la beneficencia, un tema que no tenía que ver con campañas electorales ni nada por el estilo, simplemente era algo de lo que se habló en la prensa cuando se hizo el estudio.

La razón de diseñar un estudio experimental es poder examinar la causalidad, para intentar averiguar si realmente la gente expuesta a ciertos estímulos, en este caso artículos de prensa, siente esa emoción específica, y ello realmente le lleva a cambiar su comportamiento. Esto es lo que pueden hacer los experimentos. Lo que no pueden hacer es darnos un panorama representativo de un país concreto. ¿Es realmente representativa la muestra de población estudiada? El primer experimento se efectuó en el Reino Unido antes del «brexit». No se pretendía que esto nos dijera algo de los ciudadanos británicos en general, o de los europeos en general, sino sólo de cómo reaccionaba a las noticias cierto grupo de individuos.

¿Qué es lo que encontramos? Esta gráfica nos muestra algo muy importante. Hay tres apartados, el primero de los cuales, a la izquierda, corresponde al entusiasmo. El segundo corresponde a la ira, y el tercero al miedo. Las columnas representan el número de individuos de cada grupo que se expuso a diferentes tipos de artículos de prensa. La columna roja que se eleva por encima de las otras en el apartado del entusiasmo nos muestra que la gente expuesta a noticias que transmitían

entusiasmo realmente se sentía más entusiasmada. Esto está bien, aunque no sea demasiado sorprendente, pero lo que también indican los otros apartados es que la gente expuesta a artículos que inspiraban ira y miedo no experimentaba esas emociones con más intensidad que el resto. Lo que esto significa es que la exposición a artículos de prensa que inspiraban emociones negativas como la ira y el miedo no generaba más ira y miedo que la exposición a artículos que transmitían emociones más positivas, y también se apreciaba una reducción de las emociones negativas.

Lo que observamos es una variabilidad incrementada de la respuesta a los estímulos positivos, y esto solo ya contradice la mayor parte de la literatura sobre comunicación e investigación política, pues muestra que la gente ciertamente responde a las noticias positivas.

Otra cosa que se aprecia en esta representación esquemática de nuestro análisis es que la experiencia de entusiasmo es un predictor de la acción cívica. En otras palabras, la gente que se volvía más entusiasta después de leer suficientes artículos que transmitían entusiasmo exhibía luego una mayor inclinación a comportarse como buenos ciudadanos, a tener más participación ciudadana en su entorno. En cambio, no se sentían más motivados a votar que antes.

La participación electoral parece estar casi exclusivamente motivada por la ira y el miedo. Este resultado es congruente con la literatura sobre el tema. Hay mucha evidencia de que la ira en particular es una emoción movilizadora en las situaciones electorales, mientras que las emociones positivas no parecen ser predictores de la participación electoral. Esto quiere decir que no podemos hacer que la gente vote a cierto partido a base de enviar mensajes positivos. Pero sí podemos hacer que sea más participativa en las acciones cívicas.

Para confirmar estos resultados llevamos a cabo un segundo experimento, esta vez en Estados Unidos (un cambio que, para ser sinceros, obedeció más que nada a la financiación). Aquí consideramos dos emociones positivas, la esperanza y el alivio, que también son emociones relevantes en la política y en el periodismo. Las emociones negativas que consideramos volvieron a ser la ira y el miedo. La esperanza es una expectativa positiva de algo que está por ocurrir, en comparación con el miedo, que es una expectativa negativa de algo que debería ocurrir en el futuro. La ira es una reacción negativa a algo que ha ocurrido, mientras que el alivio es una reacción positiva. Por ejemplo, cuando Trump salió elegido presidente unos

sintieron ira y otros alivio, y antes unos tenían la esperanza de que saliera elegido y otros temían lo mismo. Así pues, según el punto de vista de cada cual, estas emociones tienen un papel importante en la política.

Aquí efectuamos el mismo tipo de experimento, y una vez más encontramos una variabilidad aumentada de las respuestas emocionales a los estímulos positivos. De nuevo comprobamos que la gente ciertamente reacciona a estos estímulos. Podría pensarse que esto es una obviedad, pero lo cierto es que nadie se había molestado en verificarlo.

Pero encontramos una diferencia, y es que aquí era la ira la motivadora del comportamiento electoral, a diferencia de lo que ocurría en el Reino Unido, donde el motivador era el miedo. Esta es una diferencia interesante, y que no puedo explicar. ¿Por qué en los Estados Unidos la emoción movilizadora de la participación electoral es la ira, mientras que en el Reino Unido es el miedo?

La conclusión principal de estos estudios, que de hecho son los primeros dedicados a examinar emociones positivas, es que estas emociones tienen un papel importante en lo que respecta a las acciones cívicas, y no tanto en lo que respecta al comportamiento electoral. Pero esto no debería llevar a pensar que probablemente tienen poca trascendencia, porque vemos cambios democráticos donde el comportamiento de los votantes viene muy determinado por otras acciones cívicas (como puede ser expresar las emociones manifestando un consumismo social, comprando ciertas cosas y no otras, por ejemplo), así que esta clase de acciones sociales deberían tenerse muy en cuenta por los dirigentes políticos, y también por los expertos.

Hay un sesgo de positividad que es sutil, quizá no tan marcado como esperábamos, pero que ciertamente existe. Se puede afirmar que la gente responde a lo positivo en la prensa y en la política. Las claves emocionales en las noticias sugieren directamente evaluaciones coincidentes. En otras palabras, los periodistas pueden generar directamente emociones positivas, así que no carecen de poder por esa vía.

Y, en efecto, algo que aún no tiene una explicación satisfactoria es que el miedo tenga un papel central como movilizador electoral en el Reino Unido, mientras que en los Estados Unidos es la ira. Hay un gran problema con la investigación comparativa, que también es un asunto problemático en psicología, y es hasta qué punto nuestras respuestas emocionales a ciertos estímulos son universales, o hasta

qué punto están culturalmente determinadas.

En nuestro caso obviamente hay una interacción importante con el sistema político o el modo de reaccionar a las noticias, por ejemplo. Ciertamente hay una diferencia entre el Reino Unido y los Estados Unidos, pero si se trata de una diferencia estratégica o sistémica es algo que está por determinar.

Estoy desarrollando estos proyectos, y espero seguir estudiando el papel de las emociones en Viena. Las emociones presumiblemente también son relevantes para otro fenómeno social que enerva a la gente: las *fake news* (noticias falsas). Esta es en buena medida una cuestión tecnológica. ¿Qué ocurre con las redes sociales y cómo se desinforma a la gente desde ellas? Pero las noticias falsas también son un instrumento político, en Europa tanto como en Estados Unidos. Es un instrumento empleado por actores políticos para influenciar o perturbar la relación de confianza entre la política, la ciencia y los ciudadanos. Al etiquetar a ciertos medios tradicionales como falsarios (si se afirma que la BBC difunde noticias falsas, por ejemplo) se está menoscabando cierto sistema de confianza.

Lo que a mí me interesa es cómo afecta este debate de las *fake news* a las emociones de la gente y su confianza en las noticias políticas, qué sienten los ciudadanos. Yo diría que las emociones tienen un papel muy importante aquí, y vamos a estudiarlo en los próximos años.

Un segundo motivo de interés es que las emociones también son relevantes para la cuestión de la identidad, un tema que cada vez está adquiriendo más importancia en la investigación política. Estamos intentando entender por qué la gente está tan polarizada y cómo ha llegado a ese extremo. Vemos países tan divididos como el Reino Unido, donde la proporción de votos a favor y en contra del «brexit» en el extranjero era 50:50. ¿Cómo se llega a esto? ¿Qué papel tiene la identidad británica, europea o la que sea que esté en juego, y cómo interacciona con los sentimientos de la gente sobre su identidad propia?

También estoy examinando los efectos de las noticias emocionalizadas al estilo del llamado periodismo de inmersión, del que he hablado al principio. Este es un campo incipiente, en el que las organizaciones de noticias están invirtiendo en busca de nuevas formas de narración emocionalizada. Algunos expertos en periodismo creen que esto ofrece a la prensa la oportunidad de reconectar con el ciudadano. Pero, ¿qué puede aportar esto a la política?

Por último, otro proyecto es estudiar el papel de las emociones y los debates emocionalizados en la cobertura periodística de la Unión Europea por los corresponsales en Bruselas. Se trata de examinar el uso que están haciendo estos corresponsales (que se dedican a informar sobre la política europea, no sólo en el Parlamento, sino también en sus instituciones) de la emoción, de la narración emocionalizada, y cómo están aprovechando esta esfera política más emocionalizada que tenemos ahora, la presente oleada populista en Europa.

El mensaje que quiero dejar, espero, es que la comunicación política aún no ha averiguado cómo y dónde integrar la emoción frente a la racionalidad en sus métodos y teorías. Estamos trabajando en ello, así que espero que volváis a invitarme a venir dentro de diez años.

El énfasis en las emociones negativas en la política y en el periodismo tiene sentido, pero también hay un sesgo de positividad que vale la pena explorar. Dicho sea de paso, esto vale también para las campañas políticas.

Y es conveniente proseguir con el trabajo interdisciplinario para entender bien cómo funcionan las emociones en la política y en los medios de comunicación. Por eso pienso que las discusiones como esta de hoy, donde se consideran las emociones desde diversos puntos de vista (neurológico, psicológico e incluso político) son inmensamente importantes.

Gracias.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Ethic

Fecha de creación

2021/02/08