

## “EMOCRACIA” EN ARGENTINA

**Por: Facundo Odasso. 16/03/2024**

En enero de 2019, el historiador inglés Niall Ferguson sentenció en el *The Sunday Times*: “Vivimos en Emocracia”. La Real Academia Española explica que la “Emocracia” es un neologismo que alude al gobierno de las emociones.

Las tecnologías de comunicación, junto con el desarrollo de las redes sociales y el BigData han modificado tanto la producción del mensaje como la velocidad de distribución de este.

No tenemos límites. Accedemos al mundo y el “mundo también accede a nosotros”. Estamos “on line 24/7” en total exposición a las notificaciones de nuestro smartphone. Es una estimulación continua que nos mantiene en una situación de excitación y alerta constante. Promediamos 9 horas frente a la pantalla del celular, y muchas veces lo desbloqueamos como un acto involuntario, no por necesidad.

Tenemos videojuegos de tipo arcade (en los cuales pasamos de pantalla a pantalla con reacciones rápidas y ritmo acelerado), nos invade la publicidad (en promedio se recibimos 3000 impactos diarios), y realizamos apuestas *on line* de casinos virtuales. Todas acciones que han alterado significativamente nuestro comportamiento diario.

Solo tardamos 5 segundos en cambiar de contenido si no nos interesó el que tenemos frente a nosotros. Esta cuestión condujo al desarrollo de un nuevo modelo de negocio llamado la “economía de la atención”: las empresas quieren mantener nuestra atención en la interacción constante con su contenido virtual para maximizar sus posibilidades de ventas.

Estamos “on line 24/7” en total exposición a las notificaciones de nuestro smartphone. Es una estimulación continua que nos mantiene en una situación de excitación y alerta constante

Compartir:

Todo ello se traduce en un estado de exaltación permanente por el cual experimentamos trastornos de ansiedad y comportamientos adictivos de tipo

obsesivo-compulsivo. Somo más volubles, impredecibles, ansiosos y emotivos. Y queremos todo ahora ¡Ya!

Es común ver en jóvenes el síndrome de FOMO: “*fear of missing out*”, el miedo a perderse una experiencia, un tipo de ansiedad social caracterizada por un deseo de estar continuamente conectado con lo que otros están haciendo.

Las nuevas tecnologías de la comunicación nos han permitido manejar el “tiempo” a nuestro gusto (cada uno se conecta cuando quiere, desde donde quiere): el “tiempo es subjetivo”. Sin embargo, el tiempo se convirtió en escaso ante tanto volumen de información que recibimos. El filósofo surcoreano Byung-Chul Han acierta cuando dice que “estamos aturdidos ante el frenesí comunicativo e informativo”.

La gran cantidad de contenido que nos llega y el insuficiente tiempo para su debido procesamiento, hace que padezcamos de “dispersión cognitiva”, y por ello aplicamos preconcepciones perceptivas para poder “atender” esta situación. Uno de ellos es el “razonamiento motivado”, un proceso por el cual construimos nuestras ideas a partir de seleccionar información que afirma nuestras creencias, y rechazamos la información que contradice nuestra opinión ya formada. Confiamos “ciegamente” en lo que nos dicen, puesto que lo aprobamos emocionalmente. Es la hipercomunicación emocional. Las emociones a flor de piel.

“Reaccionamos” y “no reflexionamos”. El “like” es un reflejo identitario. La información se “siente”, no se piensa: somos emocionalmente racionales. Como consecuencia de ello, nuestras relaciones sociales comienzan a sustentarse en una identidad emocional con los que comparten nuestro “mismo sentir”. Nos encerramos en nuestros sentimientos, junto a los que sienten lo mismo que nosotros.

el tiempo se convirtió en escaso ante tanto volumen de información que recibimos. El filósofo surcoreano Byung-Chul Han acierta cuando dice que “estamos aturdidos ante el frenesí comunicativo e informativo”

Compartir:

En otras palabras, la Emocracia se caracteriza por tener a un ciudadano hiperconectado y continuamente estimulado, que ante la escasez de tiempo para procesar los grandes volúmenes de información (InfoDemia) y la inexistencia de referencias informativas válidas (PosVerdad), reacciona a partir de sus emociones

(sistema de creencias), “refugiándose” en un mismo mensaje (filtro burbuja o cámara de eco) con aquellos con los cuales “se siente emocionalmente identificados” (comportamiento de tribu).

## ¿Cómo impacta ello en el escenario político?

Las nuevas tecnologías de las comunicaciones, junto con el BigData procesan información personal para la producción de “perfiles de usuarios” que facilita la segmentación de la oferta de contenido. Esta segmentación busca la satisfacción de nuestro sistema de creencias con el objetivo de mantener nuestra “atención” el mayor tiempo posible. Esto refuerza nuestra identidad emocional con la “tribu”, con los que son igual que nosotros.

En el mismo sentido opera la comunicación política. Ante la necesidad de “tener nuestra atención”, el mensaje se diseña para que sea aceptado por nuestro sistema de creencias. El mensaje es simple y busca homogenizar nuestra identidad política apelando al conflicto y la controversia con “el otro”.

Estos mensajes toman la forma de memes, videos, imágenes, música, y operan de forma simultánea a través de Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, YouTube, Tinder, X, la TV y la radio.

En el escenario político actual, observamos cómo el discurso político del presidente Javier Milei y sus ministros se propone despertar dos tipos de emociones primarias.

Por un lado, con el continuo uso de adjetivos descalificativos, el insulto, el descrédito y el menosprecio, se pretende despertar la emoción de la “repulsión”, vinculada al rechazo de aquello que es contaminante, y daña la salud si no es rechazado. La “repulsión” como reacción hace que aislemos al “otro” que genera esa acción.

Por otro lado, el continuo señalamiento de todos aquellos oponentes, sean políticos, artistas, periodistas, etc., tiene la intención de marcar al culpable para despertar la emoción de la “rabia”. La rabia proviene de eventos negativos percibidos por nosotros y cuya responsabilidad le atribuimos a un otro. La “rabia” conlleva una reacción violenta que puede llegar a la agresión física contra quien identificamos como culpable.

Ante la necesidad de “tener nuestra atención”, el mensaje se diseña para que sea aceptado por nuestro sistema de creencias

Compartir:

Cuando compartimos o “likeamos” estos mensajes, participamos del mismo, y así proyectamos nuestro “sistema de creencias” al común de la sociedad. Este es el objetivo del “estado de campaña negativa permanente” propio de los líderes políticos en la actualidad.

Como consecuencia de ello, el escenario político de la Emocracia queda conformado por estructuras políticas fijas sustentadas en una identidad emocional irracional, que expresa hostilidad hacia el “otro”, considerado el enemigo. Se crea así un entorno social de intolerancia continua, que dificulta la posibilidad del dialogo sincero entre nosotros.

La grieta política se constituye como una polarización afectiva negativa. Siguiendo a Gutierrez-Rubi “el vínculo ideológico político se diluye frente al vínculo emocional estético”: buscamos la identidad emocional frente a la argumentación racional. Buscamos a los que son como nosotros, para enfrentar a los “otros”.

El conflicto es algo normal en las sociedades modernas. El cómo se dirime el conflicto es lo que marca la diferencia. La democracia es un sistema de gobierno que aloja a quien piensa distinto de nosotros. Por ello, se necesita de la creación de consensos políticos que se sostengan en el respeto y la responsabilidad. Para ello, la palabra de nuestros responsables políticos es esencial.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Panama revista

**Fecha de creación**

2024/03/16