

## Neuropolítica: cómo el cerebro del votante elige a un candidato

Por: Anna Sánchez-Juárez. 08/02/2021

En milésimas de segundo, antes de ser conscientes de nuestra decisión, el cerebro ya la ha tomado por nosotros. Esto ocurre tanto en las situaciones más simples, tales como la elección de un producto en el supermercado, como en las más complejas: votar a un candidato político en unas elecciones. La inclinación por un político depende no solo de la valoración de factores históricos, políticos, socioeconómicos y culturales, sino también de mecanismos cerebrales de toma de decisiones. El neurocientífico Diego Redolar, profesor de los [Estudios de Ciencias de la Salud](#) de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), lo analiza.

Tomar decisiones sobre en quién se puede confiar es importante para la seguridad y el bienestar de las personas, tanto individual como grupalmente. Para muchos ciudadanos no siempre está claro a quién hay que votar, porque en muchos casos la evidencia de la información no está clara y se desconoce con qué grado de veracidad habla cada candidato. En elecciones difíciles como esta, varios estudios internacionales, basados en experimentos realizados con técnicas de neuroimagen, muestran cómo el **cerebro en algunas ocasiones no puede funcionar de forma racional** y entonces es cuando **recurre a distintos atajos**.

«La imagen de los políticos es uno de estos atajos», apunta Redolar, también investigador del grupo de investigación [Cognitive NeuroLab de la UOC](#). «La **expresividad emocional** y la **estructura del rostro de un candidato** son también aspectos clave en grandes decisiones como estas», comenta el neurocientífico. «El **procesamiento que el cerebro lleva a cabo a partir del rostro de una persona para generar una atribución de confianza o desconfianza es espontáneo y automático**. Implica estructuras clave de procesamiento de la información emocional, como la amígdala o la ínsula anterior», explica el investigador.

«La **forma de la boca y de las cejas**, por ejemplo, puede influir. «Los rostros con una expresión facial de felicidad, en los que normalmente se presentan bocas en forma de U y cejas en forma de A, denotan confianza, mientras que los rostros que muestran una expresión facial de enojo, con bocas en forma de ? y cejas en forma

de V, son rostros de los que tendemos a desconfiar», señala Redolar.

En cuanto a las personas que tienen **las mejillas poco profundas, la barbilla amplia, las cejas bajas y la cara ancha, generan menos confianza en los demás**. «En el caso de las mujeres, las características estructurales son un arco superciliar (arco óseo del cráneo situado encima de los ojos) más alto, unos pómulos más pronunciados y caras estrechas», remarca Redolar.

Además, la **percepción que tenemos cuando vemos por primera vez** el rostro de una persona puede estar **afectada por la sensación previa que hemos tenido al ver las caras de las personas que pertenecen a su grupo**. Así, por ejemplo, la percepción que tenemos de los miembros que forman una lista electoral puede estar condicionada previamente por la percepción que tenemos del cabeza de lista. «En contextos experimentales, antes de presentar un rostro neutro -que no muestra ninguna emoción y que no se ha relacionado previamente con ninguna situación ni negativa ni positiva-, cuando se ha mostrado de forma subliminal una cara que posee facciones que denotan desconfianza, los participantes después atribuyen al rostro neutro esta desconfianza», señala el investigador.

### **Votar por contagio libera la duda**

Cuando una persona tiene que hacer una elección muy difícil y duda de sí misma, mira a su alrededor y como salida de emergencia termina haciendo lo que hacen los demás. Varios estudios en neurociencia, psicología experimental y economía del comportamiento muestran que los vecinos, los amigos, los grupos sociales y las familias votan de forma similar, explica Mariano Sigman, neurocientífico y director del Laboratorio de Neurociencia Integrativa de la Universidad de Buenos Aires en el periódico [Clarín](#). «**El grupo nos soluciona el problema. Cuando elegir es muy difícil**, uno puede, consciente o inconscientemente, copiar y elegir lo que dicta la norma de la vecindad. Es más cómodo y encaja con la tendencia del cerebro a la “vagancia”», dice Sigman.

### **La importancia de las emociones**

El neurocientífico Antonio Damasio, en un [acto de presentación de su último libro, \*El extraño orden de las cosas\*](#), apunta que la gente tiende a despreciar los sentimientos. «La sociedad se ha centrado en la ciencia y la tecnología, pero la clave de todo está en que somos seres que sentimos. El resto de cosas, como el

intelecto o la visión del mundo, vienen después». Para Redolar, tal como apunta Damasio, en la **toma de decisiones es produce una negociación entre la razón y las emociones**. «En la elección de un candidato político las emociones nos pueden ayudar o dar pistas para completar la información que podemos recoger con nuestro razonamiento sobre aspectos como la base de la ideología o el programa político del candidato», añade.

Gracias a las asociaciones neuronales, cada experiencia que tenemos el cerebro la guarda de forma inconsciente en sensaciones positivas o negativas, y de aprobación o rechazo. «Cuando se repite una situación similar, **se activan estas conexiones cerebrales y ya se produce una reacción intuitiva de aprobación o no de la situación**», concluye el experto.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: UOC

**Fecha de creación**

2021/02/08