

Universidad de Belgrano

Facultad de humanidades

Licenciatura en Psicología

Trabajo Final de Carrera



“Empatía: su rol a la hora de elegir un candidato político ”

Nombre: Martina Bau

Matrícula: (402) 21161

Mail: mbau138@gmail.com

Tutor: Matías Bonanni

RESUMEN

La presente investigación busca conocer la relación existente entre la empatía que se genera en un votante a la hora de observar a un político dar un discurso en doce mujeres voluntarias, siendo la edad promedio 23 años. Utilizamos como instrumento el Test de las Miradas, Escala de Toronto (TAS-20) y un cuestionario creado por nosotros, junto con un vídeo y una imagen estática del Presidente de Guatemala. La muestra fue dividida en dos grupos; a ambos se les administró en primer lugar la batería de test, luego al grupo 1 se les mostró la imagen estática para luego responder el cuestionario creado por nosotros, acto seguido se les presenta el video y nuevamente el mismo cuestionario. Mientras que al grupo control se le invierte el orden en que les administrado el video y la imagen estática, es decir, en primera instancia se le muestra el video junto con el cuestionario y en segunda instancia la imagen junto con cuestionario.

Los resultados obtenidos sugieren que los participantes del grupo 1 con una capacidad empática sobresaliente logran adjudicarle un perfil tanto como un estado emocional al candidato político a la hora de percibir al mismo dar un discurso.

INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN DEL TEMA

La empatía es un concepto que lleva años de desarrollo e investigación y es entendida como la capacidad de ponerse en el lugar del otro. Dicha función adaptativa promueve el establecimiento de relaciones ya que nos ayuda a entender cómo se sienten y cómo piensan los demás. Este otro del cual hablamos también podría hacer referencia a un político, ya que a la hora de votarlo la empatía entra en juego, ¿De qué manera? Cuando un votante percibe a un candidato dar un discurso puede verse representado en él, es decir, puede verse identificado en algo de sus dichos.

La política integra uno de los tantos aspectos de la vida de un sujeto, ya que es está la que va a ejercer poder sobre la situación económica, social y cultural del mismo. Esposito (2013) en su artículo "Vida biológica y vida política" sostiene "desde siempre ha existido una relación entre la política y la vida ya que ninguna sociedad habría podido sobrevivir a sus propios conflictos si no hubiera tenido alguna forma de organización política". Ante un país donde prima la democracia todo ciudadano tiene derecho a ejercer su poder de voto, y como tal, trae como consecuencia la existencia de campañas y discursos políticos, donde las personas por alguna razón, empatizan más con unos que con otros.

Estos últimos tienen efecto sobre diversos mecanismos cerebrales los cuales se van a ver activados o no durante un discurso político. Nosotros vamos a hacer especial foco en la relación existente entre la empatía y la política, principalmente entre el lenguaje no verbal del político en cuestión y la capacidad empática de un sujeto con capacidad de voto.

PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Cómo desarrollamos previamente la empatía juega un rol muy importante en la vida social del sujeto, ya que sus aportes han sido de gran ayuda en múltiples áreas de trabajo como en el marketing, en la educación, entre otras. La política no ha dejado de ser una de ellas. Ahora bien, no podemos desconocer el hecho de que existe una gran discordancia entre los profesionales a la hora de definir el concepto de empatía, lo cual lleva a libres

interpretaciones sobre el mismo. Es por esta razón que entenderemos a dicho término desde la definición propuesta por Heinz Kohut, explicada más adelante en el trabajo.

Aún así debemos aclarar que no se han realizado múltiples investigaciones donde se relaciona la capacidad empática de una persona con los discursos políticos, razón por la cual nos animamos a decir que estamos llevando a cabo un trabajo relativamente innovador, el cual busca que el lector pueda involucrarse y sumergirse en este novedoso campo.

La pregunta de investigación que nos planteamos para este trabajo final de carrera es la siguiente: ¿De qué manera la empatía influye en la interpretación del votante a la hora de observar a un político dar un discurso político? ¿Puede empatizar con el mismo?.

RELEVANCIA Y JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA

En tiempo de elecciones el encender el televisor se puede reducir en repetitivas campañas políticas, al verlas entran en juego diversos mecanismos y funciones cerebrales, entre ellas se encuentra la capacidad empática, es decir, la capacidad del televidente de ponerse en el lugar del candidato político.

Este trabajo tiene como objetivo analizar la reacción empática y el impacto que la misma tiene en el sujeto. Razón por la cual, puede ser de especial interés para el votante, el cual, a partir de la lectura de dicho análisis va a poder ser consciente de la importancia y el peso que tiene su capacidad empática a la hora de observar un discurso político. A su vez, informar a la comunidad de psicólogos interesados en el campo político, como también para los mismos políticos lo cuales van a poder comprender el alcance de sus dichos o en este caso, sus gestos. Siempre entendiendo a la empatía como una de las tantas variables influyentes en el voto del ciudadano.

Sin embargo, los aportes brindados por esta investigación deben ser utilizados cautelosamente ya que, de manera indirecta se está dando a conocer los mecanismos que orientan la elección de un votante. Razón por la cual, entramos en la siguiente discusión: ¿La utilización de los nuevos aportes en la política pueden llevar a que el político oriente el voto de la población a su favor?.

El método de investigación empleado ha sido una investigación de campo donde se utilizó una batería de test mencionada previamente con el fin de comparar los resultados obtenidos con el cuestionario creado por nosotros en base a una imagen estática y un video del presidente de Guatemala que se les muestra a los participantes. Este trabajo representa una oportunidad para profundizar en el conocimiento y explorar en el uso de psicotécnicos. A su vez proponemos explorar de modo exhaustivo y profundo, procurando facilitar el estudio de futuras investigaciones.

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

OBJETIVO GENERAL:

1. Explorar la relación existente entre la empatía que se genera en un votante a la hora de observar a un político dar un discurso.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Analizar el resultado obtenido en el test de las miradas y compararlo con las respuestas dadas por el participante en el cuestionario
2. Evaluar si la respuesta del grupo control en el cuestionario se ve condicionada al ver antes el video que la imagen

ALCANCES Y LÍMITES

En referencia a los límites a los que se enfrenta este trabajo debemos nombrar el tamaño de los grupos estudiados. Al ser una muestra sumamente acotada, 12 personas en total, no nos permite evidenciar con total certeza una asociación significativa entre ambas variables. Además debemos tener en cuenta que estamos frente a un muestra homogénea ya que se trata de participantes de sexo femenino, estudiantes o graduadas en psicología en la misma universidad. El haber estudiado dicha carrera no es un dato menor, ya que los conceptos que engloban está investigación fueron vistos y desarrollados a lo largo de la carrera.

Siguiendo esta línea, estudiosos del campo de las neurociencias afirman que las personas de sexo femenino desarrollan una mayor capacidad empática que los hombre, razón por la cual debemos tener esto en cuenta a la hora de realizar generalizaciones. Hoffman sostiene que la empatía en las mujeres podría estar relacionada con una orientación afectiva prosocial, siendo que las mismas logran imaginarse en el lugar del otro. Por otro lado Davis obtuvo que en las cuatro subescalas del IRI (*Interpersonal Reactivity Index*) las mujeres alcanzaban las puntuaciones más altas Pastor (2004).

En último lugar, buscaremos ahondar en la implicancia de la capacidad empática de un sujeto a la hora de percibir a un político dar un discurso, debido a esto, no analizaremos las influencias sociales, culturales y políticas existentes, las cuales consideramos que tienen relevancia pero no van a ser tomadas en este trabajo. El análisis únicamente se centrará en las personas con capacidad de votantes.

ANTECEDENTES

Como bien mencionamos en la introducción, la política va a ejercer influencia en varios aspectos de la vida del sujeto. Es decir, la política va a ser la forma en que se regule el poder en una sociedad. Podemos entender al “poder como la capacidad para influir en el comportamiento ajeno y/o en el control de las acciones importantes” (Cohen, 1988; citado por Villarejo y Camacho, 2009). Al analizar esta oración entendemos que es el político el cual detenta el poder suficiente para influir o intervenir en nuestra conducta. Es por esta razón, que al estar inmersos en una democracia, a la hora de votar debemos elegir al candidato que más nos represente.

Siguiendo esta línea, otros autores han propuesto una definición cognitiva de la política, como “la parte de la cognición social en la que los individuos utilizan conocimientos adquirido para influir en las decisiones que afectan a grupos” (Knutson, Wood, Spampinato, Grafman, 2006; citado por Villarejo y Camacho, 2009). Como vimos, hay un gran consenso en la idea de que el accionar del político va a influir en nuestra cotidianeidad. Debido a esto los gobernantes, a la hora de realizar su campaña política o de dar un discurso frente a la sociedad, deben de mostrar lo mejor de sí como de su plan ejerciendo el poder, generando, en algunos casos, falsas promesas.

Entendemos al mejor político como aquel capaz de dilucidar lo que el pueblo reclama o quiere para sí. Siempre que el mismo capte lo que la sociedad desea y lo manifieste a través de los medios de comunicación, así como también demuestre cierto compromiso en alcanzar eso que el pueblo exige, le auguran unas prósperas elecciones.

Ahora bien, es de público conocimiento que los discursos políticos fueron cambiando a lo largo de los años. Pero, ¿Por qué se da esto? Todo fenómeno se adapta a la sociedad, a la cultura, a las creencias y a los cambios tecnológicos de la época. ¿Cómo eran los discursos en los comienzos? Para hablar de los inicios de la oratoria debemos situarnos en la Antigua Grecia donde primaba la complejidad y capacidad analítica. El Discurso Fúnebre de Pericles, considerado el mayor manifiesto de la teoría democrática (Miranda, 1993):

“El propósito del discurso no es revelar la verdad sino servir una intención política particular, la que puede ser éticamente buena o mala; pero, en cualquier caso, el

problema de la verdad o falsedad está lejos de ser el principal interés del orador. El orador político está siempre preocupado, ante todo, del poder persuasivo que sus palabras puedan ejercer ante su audiencia”

Entendemos que existe una relación entre el discurso político y la capacidad empatía. “La primera vez que se usó formalmente el término empatía fue en el siglo XVIII, refiriéndose a él Robert Vischer (citado en Davis, 1996) con el término alemán “Einführung”, que se traduciría como ‘sentirse dentro de’” (Fernández-Pinto, López-Pérez, & Márquez Gonzales, 2008).

Seguidamente Lipps en 1903, caracteriza a la empatía como (López, Arán Filippetti & Richaud, 2014; citando a Wispé, 1987) “la tendencia natural a sentirse dentro de los que se percibe o imagina, tendencia que permite, en primer lugar, reconocer la existencia del otro”. Posteriormente, aunque, profesionales de la psicología insisten en la idea de que Titchener fue el primero en definir dicho término, entendiéndolo como el hecho de “sentirse dentro de algo o alguien” (López et al., 2014, p. 38).

El principal desacuerdo a la hora de definir el término radica en la perspectiva con que se la mira. Es decir, existen tres visiones para abordar el término, por un lado la visión afectiva, por el otro, la cognitiva y por último la integradora.

Scotland (1969) es uno de los pioneros en definir la empatía considerándola como “la reacción emocional de un observador que percibe que otra persona está experimentado o va a experimentar una emoción” (Pinto Fernández et al., 2008).

En la misma línea, Fernández-Pinto et al. (2008) agrega:

Mehrabian y Espstein en 1972 “hablan de la empatía como una respuesta emocional vicaria que se experimenta ante las experiencias emocionales ajenas, es decir, sentir lo que la otra persona siente. Consideran que se trata de una disposición para la que existen diferencias individuales.

En 1992 Hoffman (tal como se cita en Fernández-Pinto et al., 2008) define a la empatía como “una respuesta afectiva más apropiada a la situación de la otra persona que a la propia”, dando cuenta que la respuesta empática es más bien una respuesta emocional.

De lo contrario, “Köhler fue uno de los primeros autores en indagar e investigar acerca de la empatía desde un paradigma cognitivo, para él significaba la comprensión de los sentimientos del otro”, Mead en 1934 más tarde agrega, que para lograr esto último se debe adoptar la perspectiva del mismo (Chamorro, Arango Uribe, & Amaya Romero, 2019, p.12; citando a Barrio, Holgado, & Carrasco, 2017).

Por último la visión integradora, la cual tiene en cuenta los dos enfoques contrapuestos mencionados previamente, es decir, integra componentes afectivos y cognitivos de la empatía. Uno de los principales autores que apuesta por la propuesta multidimensional es Davis (1983) quien sostiene que “la empatía consiste en el conjunto de constructos que incluyen los procesos de ponerse en el lugar de la otra persona e incluyen respuestas afectivas y no afectivas” (Martí-Vilar, Almerich, Cifentes, Grimaldo, Martí & Pueta, 2011).

Uno de los grandes avances del término se desarrolló al adoptar el término de “adopción de perspectiva”. Hogan (1969) sostiene que la misma hace referencia a “el esfuerzo que se hace para comprender los estados mentales de las otras personas o lo que pasa por sus mentes, por lo tanto, la plantea como una capacidad metarepresentativa” (Chamorro et al., 2019; citando a Corbí, Miñan, & Costa, 2008).

Como vimos, a lo largo de la historia existieron y existirán múltiples definiciones de lo que hoy en día llamamos empatía, pero en lo que coinciden numerosos autores es que la misma se trata de “poseer la capacidad de pensar y sentir la vida interior de otra persona” (Warner 2012; citando a Kohut 1984). Nosotros compartimos esta visión de lo que implica el concepto de empatía y será la base por la cual nos paramos para abordar este trabajo.

ESTADO DEL ARTE

La empatía es una de las características más importantes que debe tener el ser humano a la hora de relacionarse con un otro. Pero, ahora bien ¿Qué rol cumple la empatía a la hora de escuchar a un político dar un discurso?.

En esta sección analizaremos diversos estudios que plantean cuáles son los mecanismos cerebrales que se ven implicados en los votantes a la hora de tomar una decisión política. La mayoría de estos autores a continuación sostienen que dependiendo de la posición política que tenga el votante se va a activar determinada zona cerebral, y esta activación va a estar predeterminada genéticamente. Aunque la misma puede sufrir alteraciones ya que somos seres sociales, es decir, el contexto y la historia con la que nos enfrentemos puede llegar a modificar la biología.

Villarejo y Camacho (2009, p.10) “En estudios realizados en gemelos, se plantea que entre el 30 y el 50% de las opiniones sociales y políticas podrían tener una explicación genética, un porcentaje que sería mayor que el debido a la socialización paterna”. A partir de la cita podemos entender que a la hora de tomar una decisión política hay un gran factor que influye a la hora de decidir, y es ni más ni menos que nuestra genética. No obstante, no podemos dejar de tener en cuenta el factor psicosocial, ya que no podemos desconocer su gran influencia.

Todavía no hay investigaciones suficientes que ratifiquen cuales son los genes que modulan la opinión política del sujeto, pero, aún así Villarejo y Camacho (2009, p.10) señalan que si bien “el conocimiento es escaso, (...) se ha propuesto una asociación débil entre la frecuencia de participación en elecciones como votante y dos genes relacionados con la dopamina: la enzima MAO A y el receptor DRD226”.

Siguiendo esta línea Villarejo y Camacho (2009):

En cuanto a la relación entre ideología y cerebro, un estudio con resonancia magnética funcional plantea diferencias en las áreas cerebrales activadas en función de la fidelidad a una ideología. (...) Ante una pregunta de contenido ideológico (p. ej., opinión sobre el aborto), en las personas sin afiliación ni interés político se activan áreas

cerebrales implicadas en tareas cognitivas (corteza prefrontal dorsolateral). En cambio, en las personas que tienen afiliación política, ya sean conservadoras o progresistas, lo hacen áreas implicadas en la evaluación social y moral (corteza prefrontal y parietal medial).

A lo largo de los años muchos estudios de personalidad se han empeñado en descubrir cuales son las diferencias a nivel fisiológico entre los votantes que simpatizan con ideas progresistas y con ideas conservadoras. “Las personas conservadoras políticamente tienden a presentar juicios más estructurados y persistentes en el tiempo, así como mayor necesidad de orden, estructura y pertenencia al grupo. (...) liberales suelen tener mayor tolerancia a la ambigüedad y las situaciones complejas, y son más partidarios de embarcarse en nuevas experiencias”.

Elena Sanz en su artículo sostiene (2016):

“Científicos del University College de Londres (UCL), en Reino Unido, han identificado una estrecha relación entre el grosor de dos áreas de materia gris del cerebro y la ideología política. En concreto, sus análisis con imágenes de resonancia magnética muestran que las personas que se declaran conservadoras o "de derechas" tienen mayor grosor en los tejidos de la amígdala cerebral -el área encargada de procesar las emociones-, mientras que las personas con ideología liberal o "de izquierdas" suelen tener más pronunciada la corteza cingulada anterior, un área del cerebro asociada con la anticipación y la toma de decisiones”.

Todas estas reflexiones e investigaciones nos invitan a pensar si es nuestra preferencia política la que moldea nuestro cerebro o por el contrario, es nuestro cerebro quien moldea nuestra preferencia política.

Hoy en día podemos observar una nueva tendencia en la forma en que los políticos enuncian sus discursos a la población. Podemos hacer especial hincapié en países tales como Suecia, España y especialmente Estados Unidos. Los respectivos líderes políticos de cada localidad han hecho un quiebre en la forma de comunicar. Han dejado de lado los discursos complejos y de difícil comprensión para dar inicio a una nueva era, una donde frases simples y

de escasa complejidad tienen un efecto enorme, ya que con estos nuevos cambios un mayor porcentaje de la población puede comprender e interpretar lo dicho por los mismos, es decir, ahora todos podemos acceder a ellos. No hay que ser un intelectual para interpretarlos (Salas, 2019). En fin, la clave del éxito radica en que “los votantes puedan sentirse cada vez más atraídos por líderes que pueden hacer que los problemas complejos y difíciles sean más fáciles de entender con respuestas intuitivas y confiables” (Jordan, 2019) escribieron los investigadores de psicología en las Actas de la Academia Nacional de Ciencias.

Como principal pionero de esta nueva era discursiva tenemos a Donald Trump, presidente de los Estados Unidos de América. Analizando el uso de la palabra de Trump podemos observar que tanto en los debates como en los discursos presidenciales hay una clara presencia del lenguaje informal, no obstante, la certeza con que él mismo habla no se pierde. De hecho, muestra mayor confianza que la mayoría de los presidentes anteriores, a pesar de poseer un pensamiento analítico menor (Jordan 2019). Es decir, esta nueva tendencia radica en una disminución del pensamiento analítico y un aumento de la confianza en los contextos políticos.

Jordan (2019) señala:

Una segunda característica distintiva importante del lenguaje de Trump es su confianza en sí mismo. La confianza a menudo se define como un sentido subjetivo de convicción sobre las creencias de uno. La apariencia de confianza al enfrentar una crisis ha sido reconocida como un aspecto integral del liderazgo carismático. Las expresiones de confianza y poder tienden a superponerse mucho de tal manera que las personas a menudo se asocian directamente una con la otra.

MARCO TEÓRICO

Tomando en consideración nuestro objetivo general buscaremos relacionar la empatía que se genera en un votante a la hora de observar a un político dar un discurso. Mediremos la capacidad empatía del sujeto a través de diversos instrumentos específicos para el mismo, los cuales serán detallados posteriormente.

En esta misma línea, Ballesteros (2000, p. 11) define a la evaluación psicológica como una subdisciplina de la psicología, esta se ocupa del análisis del comportamiento de un sujeto o de un grupo de sujetos. Siempre debe contar con objetivos de diagnóstico, orientación, selección o tratamiento. Ahora bien el psicólogo, en base a la primer información recogida, formula hipótesis, deduce enunciados verificables y verifica éstos para finalmente llegar a unas determinadas conclusiones. En su trabajo de 2015, Aragón Borja también define a la evaluación psicológica como una “disciplina científica en sí misma con objetivos básicos y de investigación, dedicada a la exploración y análisis científico de la conducta humana, cuya meta última es la toma de decisiones para la intervención”.

Es necesario aclarar que para que un procedimiento se considere una evaluación psicológica debe reunir los siguientes requisitos (Aragón Borja, 2015):

- Un evaluado y un evaluador, y la necesidad de un objetivo y un contexto para desarrollar dicha evaluación.
- Un marco teórico que permita la evaluación de la hipótesis.
- Una técnica o procedimiento de medida y la interpretación de los valores obtenidos.
- Disposición de los sistemas categoriales pertinentes que permitan la clasificación de evaluado a partir de los resultados que se hayan obtenido al aplicarle los procedimientos de medición.

El diccionario de la Real Academia Española define a la política como “ el arte, doctrina u opinión referente de los Estados” y “la actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos” (ASALE, R. & RAE., 2020). González Vila (1997) sostiene:

Otros entienden a la política como un conjunto de supuestos, principios, medios y actividades con que se organiza y dirige un grupo humano para la consecución de determinados objetivos; es el actuar prudencial de quien posee dotes especiales, más naturales que adquiridas, para la dirección, gobierno o pastoreo de las personas en colectividad.

Existe un nuevo campo en constante desarrollo denominado comunicación política, este hace referencia a un “proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes” (Beaudoux & D’Adamo, 2006; citando a Norris, 2002, p. 127). El discurso político es una de las tantas formas en que un gobernante puede referirse a la sociedad. En la actualidad los medios de comunicación han tomado gran relevancia, a tal punto de formar parte de los procesos que legitiman la autoridad, debido que si un candidato no aparece en los medios de comunicación para darse a conocer a los votantes le será muy difícil ganar las elecciones (Canel, 2006, p. 19). De ahí viene la crucial importancia de los discursos y campañas políticas.

“Esas batallas encaminadas a convencer al electorado utilizan a los medios de comunicación de masas como uno de los principales canales de emisión de mensajes persuasivos” (Beaudoux y D’Adamo, 2006). En fin la comunicación política “incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación institucional política” (Canel, 2006, p. 17).

Ahora bien, ya definido el concepto de política y todo lo que ello conlleva, debemos entender quién puede votar en la Argentina. Como dijimos, las campañas y discursos políticos siempre están orientados hacía el público votante, por lo tanto, lo que los políticos digan durante los mismos puede determinar el voto o no voto del ciudadano en las elecciones.

¿Quién puede votar en la República Argentina? La Ley N° 26.774 de Ciudadanía Argentina, el Código Electoral Nacional establece que “son electores los argentinos nativos y por opción, desde los dieciséis (16) años de edad, y los argentinos naturalizados, desde los dieciocho (18) años de edad, que no tengan ninguna de las inhabilitaciones previstas en esta ley” (Artículo 1° del Código Electoral Nacional, modificado por el Artículo 3° de la Ley N° 26.774 de Ciudadanía Argentina.). Es importante destacar que para jóvenes mayores a 16 y menores a 18 años junto con las personas mayores a 70 años su carácter de voto es optativo y no obligatorio.

(Gosselin, 1998; citado en Canel, 2006) propone seis formas de accionar en la comunicación política, siendo una de ellas la acción dramatúrgica, la más relevante para nuestro trabajo:

En cuanto que en la comunicación política hay cierta representación. Los políticos ‘salen a escena’ haciendo que muestran una intenciones, pensamientos y sentimientos que al ciudadano le gustaría llegar a conocer. Pero éste nunca llega; solo teatralmente. En la política entonces actores y espectadores forman parte de un drama, drama que es representado en una tomas, unos lugares, unos conflictos (insignias, títulos, ceremonias, despachos, etc.), por medio de un mecanismo dramático del que sale el héroe, los leales, los fraudulentos, los vencedores y los vencidos. Como el drama la comunicación política tiene algo de auténtico y algo de ilusorio. La acción política surge de una combinación del entendimiento racional de la política con las respuestas emocionales a la situación política del momento.

Aquí el autor hace referencia a la representación cuando el votante encuentra algo de sus intenciones, pensamientos y sentimientos en el político. Esta capacidad humana está sumamente ligada al concepto de empatía ya que el político logra identificar las demandas del pueblo para luego hacerlas propias, y viceversa, el ciudadano logra verlas reflejadas en este.

El término empatía ha tenido innumerables definiciones a lo largo de la historia, cuenta con un trayecto marcado por el desacuerdo y la discrepancia. La han estudiado diversas disciplinas tales como la filosofía, la psicología, la teología y recientemente se ha sumado a la lista la neurociencia. Debido a esto, aún no existe un consenso grupal a la hora de definirla (Moya-Albiol, Herrero & Bernal, 2010).

Tal como mencionamos tomaremos la definición de la empatía según Heinz Kohut 1984 (citado en Warner 2012) sostiene que la misma se basa en “la capacidad de pensar y sentir la vida interior de otra persona”. En otras palabras, una persona empática es aquella que logra ponerse en el lugar del otro.

Moya-Albiol, et al. (2010, p. 89) comenta sobre la teoría de Preston y de Waal (2002) los cuales proponen un modelo que vincula las explicaciones teóricas con los hallazgos

empíricos de la empatía, influenciados por los modelos de percepción-acción de la conducta motora y de la imitación:

Según dicho modelo, la observación o imaginación de otra persona en un estado es un estado emocional particular activa de manera automática una representación de ese estado en el observador, con respuestas fisiológicas asociadas. Al ser automático, se trataría de un proceso que no requiere consciencia y esfuerzo de procesamiento, pero que no puede inhibirse ni controlarse.

METODOLOGÍA

DISEÑO Y TIPO DE ESTUDIO

El presente trabajo consta de un estudio correlativo, de diseño no experimental de corte transversal.

HIPÓTESIS:

1. Los participantes con menor puntaje en el test de las miradas tendrán más dificultades a la hora de responder el cuestionario.
2. El hecho de que el grupo control vea antes el video va a condicionar la respuesta empática junto con la interpretación que el sujeto le da a la imagen estática.

PROCEDIMIENTO

Se le administró a los participantes una batería de test compuesta por el Test de las Miradas, Test de Alexitimia o Escala de Toronto (TAS-20) y un cuestionario creado por nosotros, junto con un vídeo y una imagen estática del Presidente de Guatemala. Los participantes fueron divididos en dos grupos, a cada uno le corresponde un orden distinto al que le fueron administrados los instrumentos en cuestión.

Al grupo 1 se le administró en primer lugar la batería de test, seguido a esto, se les muestra la imagen estática para luego responder el cuestionario creado por nosotros, acto seguido se les presenta el video y nuevamente el mismo cuestionario. Mientras que al grupo control se les invierte el orden en que les es administrado el video y la imagen estática, es decir, en primera instancia se le muestra el video junto con el cuestionario y en segunda instancia la imagen junto con cuestionario.

Habiendo esclarecido el procedimiento en que fueron administrados los instrumentos, corresponde enunciar el porqué de dicho orden. Según Calva-Mercado (2000) “el grupo control se refiere al grupo de individuos que reciben una intervención que sirve de contraste para

evaluar la utilidad relativa de la terapia experimental". Tomando esto en consideración, a nuestro grupo control se le fue administrado en primer instancia el video y luego el cuestionario, con el objetivo de evaluar el condicionamiento de la respuesta empática y la posible interpretación que esa persona hace luego de observar el mismo. Hablamos de condicionamiento ya que, el estímulo al ser tan fuerte, no deja espacios para dudar del estado emocional del presidente. Esto se verá reflejado en las respuestas del cuestionario. De esta forma, dicha intervención funcionará como contraste del grupo 1, ya que el mismo nunca se vio condicionado por el video.

La administración de la batería de test junto con el cuestionario, la imagen estática y el video tuvo una duración aproximada de 20 minutos.

MUESTRA

La muestra está conformada por 12 personas, de sexo femenino, nacidas y criadas en suelo Argentino. Cada una de ellas cuenta con secundario completo y cursando los últimos años de psicología o en algunos casos, ya han finalizado dicho estudio. La edad promedio total es de 23,33 siendo la máxima 26 y la mínima 21 años.

Cabe mencionar que estamos frente a una muestra homogénea debido que todos los participantes se encuentran dentro de un mismo estrato social y han estudiado psicología en la misma universidad, siendo todas ellas, como mencionamos previamente, mujeres. Se preservará la identidad de cada una de ellas, manteniendo al resguardo los datos obtenidos.

La muestra fue dividida en dos subgrupos: el grupo 1 lo integran 6 personas y el grupo control, también de 6 personas. En cuanto criterio de exclusión, fueron descartados aquellos sujetos con consumo excesivo de sustancias y aquellos que participan activamente en partidos políticos. Tomamos esta decisión con el fin de que nuestro trabajo no se vea alterado por los mismos.

Antes todo es importante afirmar que cada uno de los participantes se encuentran en condiciones de voto, siendo que en la Argentina todo ciudadano mayor a 16 años puede elegir un candidato político.

| | Grupo 1 (n = 6) | Grupo control (n = 6) |
|--------------------------------|------------------------|------------------------------|
| Edad | | |
| M (DE) | 23,66 | 23 |
| Mínimo | 22 | 21 |
| Máximo | 26 | 25 |
| Nivel Educativo | | |
| Universitario completo % (n) | 66,66 (4) | 66,66 (4) |
| Universitario incompleto % (n) | 33,33 (2) | 33,33 (2) |

INSTRUMENTOS

A continuación se detallarán todos los instrumentos utilizados:

Test de la mirada

En este caso fue administrada la versión para adultos, la cual está compuesta por 36 fotografías en blanco y negro de la parte superior de los ojos, es decir, ojos y cejas, tanto de sexo femenino como masculino. Son presentadas una vez en un orden determinado, cada estímulo tiene a su alrededor cuatro palabras que describen emociones, dentro de las cuales el participante debe elegir la que mejor represente lo que la persona está sintiendo o pensando. A su vez se le provee de un glosario donde están definidas todas las palabras que se encuentren en el test, puede ser utilizado en caso de que el participante desconozca el significado de alguna de ellas. Como tarea control, se le solicita a la persona que identifique el sexo correspondiente a esa mirada con el fin de desacartar alteraciones en la percepción de rostros.

El administrador debe marcar en una hoja de registro las respuestas dadas por el entrevistando, otorgando 1 (un) punto por cada respuesta correcta, con una puntuación máxima

de 36 por identificación de sexo y 36 por lectura de la mirada. En cuanto a la identificación por sexo si el puntaje arribado es menor a 31 se invalida la evaluación, mientras que en la identificación de la mirada puntuaciones inferiores a 21 indican que existe un déficit en la habilidad de inferir estados emocionales a partir de la mirada y puntuaciones superiores a 30 indican un elevado nivel de empatía. El rango normal es de 22 a 30 aciertos. (Baron-Cohen, Wheelwright & Hill, 2001).

Se le solicita al paciente: Por cada par de ojos, elija y encierre en un círculo la palabra que mejor describa lo que la persona de la foto piensa o siente. Le puede parecer que más de una palabra es aplicable, pero por favor elija sólo una palabra, aquélla que usted considere más apropiada. Antes de hacer su elección, asegúrese de haber leído las 4 palabras. Deberá tratar de realizar esta tarea lo más rápido posible aunque no se le tomará el tiempo. Se evalúa la capacidad de reconocer el estado mental complejo que la persona en la fotografía demuestra, esto se logra a partir de la lectura de la expresión de la mirada (Baron-Cohen et al., 2001).

En esta tesina fue utilizada la traducción al español llevada a cabo por Serrano & Allegri adaptada para la Argentina. Los mismos forman parte del Departamento de Neurología y Neuropsicología del hospital A. Zubizarreta, Buenos Aires, Argentina. Los documentos de la traducción se encuentran en la web del Autism Research Centre.

Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20)

“De acuerdo con Sifneos (1973) este término significa literalmente ‘ausencia de palabras para expresar las emociones’ y denota una dificultad para identificar y describir emociones, así como una vida de fantasía interna empobrecida” (Fernández-Montalvo & Yáñez, 1994).

Más adelante en el artículo se plantean acerca de las causas de la alexitimia llegando a esta conclusión: “(...) Se han intentado realizar numerosos intentos de buscar una posible causa de la alexitimia. (...) Las principales teorías propuestas son: teorías neuroanatómicas, genéticas y psicológicas (...) Sin embargo, en la actualidad se carece del apoyo empírico suficiente para ninguna de ellas” (Fernández-Montalvo & Yáñez, 1994, p. 359).

A los participantes les fue administrada la versión online del test llamada “Escala de Alexitimia de Toronto (TAS-20)”, fue desarrollada por Taylor, Bagby y Parker en el 1994. En

cuanto a la validación en español fue concebida por Moral de la Rubia y Retamal Rojas en el año 2000. Estamos frente a un instrumento que presenta una mayor capacidad para detectar la ausencia de dicho rasgo más que su presencia.

El test de alexitimia es un test autoadministrado el cual está compuesto por un cuestionario de veinte (20) enunciados con seis (6) posibles respuestas, el entrevistado debe elegir la que mejor lo represente, siendo que las mismas van desde “muy en desacuerdo” a “muy de acuerdo”, que se puntúan de 0 a 5. Las preguntas 4, 5, 10, 18 y 19 puntúan de forma inversa. Si obtenemos un resultado menor o igual a 51 estamos frente a una ausencia de alexitimia, mientras que, si el resultado se encuentra entre 52 y 60 hay una posible alexitimia y, por último, si la suma es mayor a 61 hay presencia de alexitimia.

Por consiguiente utilizamos dicho instrumento con el fin de evaluar si todos nuestros participantes podían efectivamente reconocer y verbalizar tanto sus propias emociones como las ajenas ya que posteriormente en la investigación se les solicitará identificar la/s emociones que está experimentando el político tanto en un video como en una imagen estática.

Video

El video presentado a los participantes fue extraído de la plataforma Youtube, consta de una conferencia del Presidente de Guatemala, Alejandro Giammattei, a sus diputados. El video tiene una duración total de 12:45 minutos del cual fueron recortados 50 segundos. En estos últimos se lo ve al político sumamente enfadado, ejerciendo señales claras de enojo y rabia (Soy Alfy 2020).

El mismo fue presentado sin sonido con el fin de que los participantes mantengan centrada su atención en el lenguaje no verbal y en el estado emocional del candidato electo. A su vez, se optó por presentar el video de esta manera para evitar ciertas ideologías que los participantes puedan tener previo al estudio, además al eliminar esta variable el experimento se vio simplificado.

Por esta última razón fue seleccionado dicho presidente, ya que creemos que un gran porcentaje de los encuestados no conoce con exactitud la posición o el partido político al que este presidente representa.

Imagen estática

Siguiendo la línea del video, a los participantes les fue administrada una imagen estática del presidente de Guatemala extraída del video mencionado previamente, es decir, fue recortado un momento preciso en el cual el político no demostraba ninguna expresión facial clara. El identificar alguna emoción va a variar según la interpretación del participante.

Cuestionario

Hemos creado un cuestionario de 6 (seis) preguntas en base a lo que los participantes sintieron luego de ver el video y la imagen estática. Evaluamos si los mismos pueden crearle un perfil al candidato, es decir, si pueden identificar un estado emocional, junto con lo que les genera ver ese video.

Se trata de un cuestionario abierto permitiendo que el encuestado se exprese libremente.

El anexo presenta una copia de los instrumentos utilizados en la administración.

RESULTADOS

Ante todo, para el análisis de datos se calcularon los puntajes obtenidos en los test neuropsicológicos administrados a ambos grupos.

En cuanto a los resultados obtenidos en el test de la alexitimia nos encontramos con que ninguno de los participantes posee alexitimia debido que los puntajes siempre fueron inferiores a 51, número que establece el corte para determinar si un sujeto padece o no este rasgo. Por ende estamos frente a sujetos que tienen la capacidad de "(...) identificar y describir emociones" (Fernández-Montalvo & Yárnoz, 1994). A causa de dicha conclusión damos cuenta de que todos nuestros participantes se encuentran aptos para realizar el Test de las Miradas y el cuestionario creado por nosotros ya que como mencionamos, pueden reconocer y verbalizar emociones tanto propias como ajenas.

En cuanto al primer objetivo específico: Analizar el resultado obtenido en el Test de las Miradas y compararlo con las respuestas dadas por el participante en el cuestionario. Hemos arribado a los siguientes resultados:

Contrarrestado los resultados obtenidos en el Test de la Mirada junto con las respuestas dadas por los participantes del grupo 1 en el cuestionario sobre la imagen estática, podemos deducir que los participantes que obtuvieron una puntuación elevada en dicho test, es decir que superaron los 30 puntos, tuvieron una mayor facilidad a la hora de responder el cuestionario. Los mismos fueron capaces de dar respuestas más elaboradas y tuvieron la capacidad de inferir el estado emocional en el que se encontraba el político. Por ejemplo, uno de los participantes responde a la pregunta "¿Qué emoción pensás que el político está experimentado?": "Quizás se está sintiendo presionado, me da esa impresión. También lo noto enojado".

Por otro lado los individuos del grupo 1 que obtuvieron una puntuación menor, aunque cabe destacar que se encuentra dentro del rango normal y previsto que es de 21 a 30 puntos, se encontraron con mayores dificultades a la hora de responder el cuestionario. Frente a la pregunta "¿Te genera alguna emoción?" el 50% adjudicó que ninguna y frente a la pregunta "¿Qué emoción pensás que el político está experimentado?" tampoco pudieron responder.

En cuanto al grupo control no se encontró ninguna correlación entre el resultado del Test de la Mirada y la respuesta dada por el participante luego de ver en primer lugar, el video.

Esto se debe a que la función del grupo control era contrastar la utilidad del procedimiento del grupo 1.

En cuanto al segundo objetivo específico: evaluar si la respuesta al cuestionario se ve condicionada en el caso de ver antes el video y luego la imagen estática, como es en el caso del grupo control, o viceversa en el caso del grupo 1. Llegamos a los siguientes resultados:

El condicionamiento hace referencia a que el participante tenga una idea previa del político, es por esta razón que, al grupo control, se le muestra en primer lugar el video del presidente de Guatemala para evaluar si los mismos quedan condicionados a ese estímulo negativo. Los resultados obtenidos demuestran que el 100% de los participantes de dicho grupo, luego de observar el recorte cinematográfico generaron una mala imagen del político, es decir que, frente al estímulo los participantes quedan condicionados a esa primera impresión del presidente. Arribamos a este resultado ya que al responder el cuestionario todos nuestros encuestados se quedaron con una mala imagen basándose en el accionar del mismo, su mirada, sus expresiones y su gestualidad con las manos, principalmente su dedo índice señalador.

En otras palabras, lo interesante aquí es que los participantes no pudieron vencer este primer presupuesto del político, es decir no se pudieron desligar de esa primera impresión, siendo que al responder el cuestionario sobre la imagen estática reafirmaron su posición ante la figura del político, siendo esta negativa nuevamente. Es importante recalcar que en algunos casos esa figura negativa se vio fortalecida ya que a la hora de responder el cuestionario sobre la imagen se agregaron aún más adjetivos negativos.

Mientras que, el grupo 1, al cual se le presentó en primera instancia la imagen y luego el video, para poder responder el cuestionario en base a la imagen debieron de poner mucho de su persona, ya que el estímulo al ser tan neutral, quedaba a libre interpretación de cada uno. De esta forma dicho grupo no quedó condicionado al ver el video. Estaban libres de preconceptos.

CONCLUSIÓN

Como punto de partida de esta conclusión vamos a utilizar como reflexión la siguiente frase: "Si el lenguaje le fue dado al hombre para ocultar sus pensamientos, luego, el propósito del gesto fue revelarlos" (John Napier tal como se cita en Iacoboni, 2009).

Con esta tesina pudimos confirmar el enunciado del autor ya que los gestos y expresiones expuestas por el presidente de Guatemala dieron a conocer sus emociones. Únicamente estos fueron lo suficientemente indicativos para demostrar su estado emocional, dado que, como bien explicamos a lo largo de la tesina, la variante del lenguaje fue eliminada con el fin de simplificar el diseño del experimento y de esta forma centrarnos en el lenguaje no verbal del candidato político y sus repercusiones.

Entre los gestos que nuestros participantes notaron se encuentran: el dedo índice, la mirada y una de las cejas levantadas. Estos fueron los indicadores que se les hicieron visibles a los encuestados a la hora de responder la pregunta: "¿Qué imagen le dio? ¿Positiva, negativa, ninguna? ¿En qué gesto o expresiones lo noto?".

A su vez, identificamos el gran rol que juega la capacidad empática del ser humano en el plano político. Gracias a la utilización del Test de la Mirada de Baron Cohen los participantes del grupo 1 que obtuvieron un puntaje superior, es decir mayor a 30, respondieron al cuestionario creado por nosotros con respuestas mucho más ricas y complejas. Los mismos fueron capaces de crearle una imagen al político, aunque en todos los casos, fue negativa. Además tuvieron la capacidad de asignarle un perfil al político según lo visto únicamente en la imagen estática, del mismo modo que pudieron empatizar de tal forma con el político logrando identificar en él determinada emoción. Mientras que los participantes del grupo 2 que obtuvieron una puntuación menor a 30 (que de todas formas se encuentra dentro del rango de puntuación esperada), no fueron capaces de ni inferir el estado emocional que estaba experimentado el político, ni crearle un perfil al mismo. De todas maneras, al mostrarles en segundo lugar el video, los mismos fueron capaces de empatizar con el mismo e identificar todo lo que en esa primera instancia no pudieron.

¿Pero qué pasa en el caso de que el votante tenga una idea previa del candidato político? Según los resultados obtenidos, nuestro trabajo nos invita a pensar que aquellas personas que cuentan con cierta ideología previa o ciertos gustos políticos ya marcados la

empatía dejaría de tener valor a la hora de identificarse con el político. Podemos inferir esto basándonos en el caso del grupo control, ya que fuese cual fuese su puntuación en el Test de la mirada todos coincidieron en que el político les dio una mala imagen. Esta concordancia entre todos los participantes de dicho grupo puede deberse a que el estímulo presentado en primera instancia (el video) estaba muy cargado, es decir, la emoción de enojo del político (enojo) era muy evidente, por ende entendemos que sin importar la capacidad empática del sujeto, el estímulo al ser tan fuerte e evidente la mayoría de las personas pueden identificar el estado emocional del mismo.

Como ya mencionamos nuestro trabajo cuenta con varias limitaciones con lo que respecta su muestra, ya que la misma está conformada por sujetos del mismo sexo, misma edad y misma educación universitaria. Esto daría cuenta que estamos frente a una muestra homogénea, razón por la cual entendemos que los resultados arribados carecen de cierta validez al tratarse de un grupo limitado y sesgado.

Como propuestas para futuras investigaciones proponemos incorporar la variable del lenguaje y de esta forma evaluar su influencia y su posible correlación con la capacidad empática del ser humano. Por otro lado, también los invitamos a aumentar la cantidad de participantes generando una muestra lo más heterogénea posible con el fin de poder generalizar los resultados y generar una mayor confianza en los mismos.

Finalmente, es de gran relevancia asegurar que gracias a la revisión e investigación bibliográfica y a la administración de la batería de test se logró cumplir el objetivo general junto con los objetivos específicos. Las hipótesis planteadas fueron correctas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aragón Borja, L. E. (2015). Evaluación psicológica. Historia, fundamentos teórico-conceptuales y psicometría.

ASALE, R., & RAE. (2020). Diccionario de la lengua española RAE - ASALE. Retrieved February 26, 2021, from "Diccionario de la lengua española" - Edición del Tricentenario website: <https://dle.rae.es/diccionario>

Calva-Mercado, J. J. (2000). *SciELO - Saúde Pública - Estudos clínicos experimentales* *Estudios clínicos experimentales*. SciELO. <https://www.scielosp.org/article/spm/2000.v42n4/349-358/>

Canel, M. J. (2006). Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica (2.a ed.). Tecnos. Universitario.

Chamorro J. B. R, Arango Uribe M., & Amaya Romero J. F.(2019) Influencia de la empatía en la capacidad de perdón: a propósito del Post Conflicto. Universidad de San Buenaventura Colombia. Facultad de Psicología Psicología. Armenia, Colombia

Esposito, R. (2013). Vida biológica y vida política. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4703311>

Fernández Ballesteros, R. (2000). Evaluación psicológica y tests. La evaluación psicológica en el año 2000.

Fernández-Montalvo, J. & Yárnoz, S. (1994). Alexitimia: concepto, evaluación y tratamiento. *Psicothema*, 6(Número 3), 357-366. Recuperado a partir de <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/7222>

Fernández-Pinto, I., López-Pérez, B. & Márquez, M. (2008). Empatía: Medidas, teorías y aplicaciones en revisión. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16711589012>

Healy, M. (2019, February 18). ¿Cómo los votantes estadounidenses fueron preparados para un presidente como Trump? Retrieved March 5, 2021, from Los Angeles Times en Español website:

<https://www.latimes.com/espanol/politica/la-es-como-los-votantes-estadounidenses-fueron-preparados-para-un-presidente-como-trump-20190217-story.html>

Iacoboni, M. (2009). Las neuronas espejo: empatía neuropolítica autismo imitación o de cómo entendemos a los otros. Katz editores.

Jordan, K. N. (2019). Examining long-term trends in politics and culture through language of political leaders and cultural institutions. [Examinar las tendencias a largo plazo en la política y la cultura a través del lenguaje de los líderes políticos y las instituciones culturales]. PNAS. <https://www.pnas.org/content/116/9/3476#ref-10> (traducción personal).

Ley N° 26.774 de Ciudadanía Argentina. Noviembre 1 del 2012. (Argentina).

López, Arán Filippetti & Richaud.(2014). Empatía: desde la percepción automática hasta los procesos controlados. Universidad de Rosario. Avances de psicología latinoamericana

Martí-Vilar, M., Almerich, G., Cifentes, J., Grimaldo, M., Martí, J., & Pueta, I. (2011). Estudio iberoamericano sobre influencia de la educación en la formación de profesionales responsables con la sociedad. Revista Técnica Administrativa, 10(3).

Miranda, Carlos. (1993). “El discurso fúnebre de Pericles y la democracia ateniense”. En Revista de filosofía.

Moya-Albiol L., Herrero N., Bernal MC., “Bases neuronales de la empatía”. Rev. Neurol. 2010; 50: 89-100.

Salas, J. (2019). El lenguaje de la política degenera hacia la simpleza. EL PAÍS.

https://elpais.com/elpais/2019/02/23/ciencia/1550934862_240733.html

Sanz, E. (2016). La ideología política da forma al cerebro. MuyInteresante.es.

<https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/la-ideologia-politica-da-forma-al-cerebro>

Serrano, C. & Allegri, R.F. (2006). Adult Eyes Test - Español (Argentina). Hospital Zubizarreta, Department of Neurology and Neuropsychology, Buenos Aires. Recuperado Junio 2011 en

http://www.autismresearchcentre.com/arc_tests

Soy Alf. (2020). Giammattei se enoja contra diputados. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=2pviCVIxNG8>

Pastor, Á. R. (2004). Diferencias en empatía en función de las variables género y edad.

Apuntes de psicología. <http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revista/article/view/59>

Warner, A. (2012, 14 marzo). Creativity and the Self: A Self Psychological Approach to Art and Healing. Clinical Social Work Journal.

https://link.springer.com/article/10.1007/s10615-012-0390-5?error=cookies_not_supported&code=f5d8d498-32fd-4100-8d6e-ed7054ab1f01

ANEXO

1. Imagen estática mostrada a los participantes



2. Cuestionario diseñado. La palabra imagen es cambiada por video cuando se le realiza el mismo cuestionario al participante.

- a. ¿Qué le genera ver esta imagen?
- b. Nombre tres palabras que se le vengan a la mente luego de ver la imagen
- c. ¿Cómo definiría al político?
- d. ¿Qué imagen le dio? ¿Positiva, negativa, ninguna? ¿En qué gesto o expresiones lo noto?
- e. ¿Qué emoción usted piensa que el político está experimentado?