

# **Carteles electorales, emociones y expresión facial.**

Estudio de las fotografías de los candidatos en los carteles oficiales de la elección 10-N

*Dr. Rafael López Pérez*

*Fundación Universitaria Behavior & Law*

## Carteles electorales, emociones y expresión facial.

### Introducción.

Es evidente que la mayoría de los votantes actuamos de manera emocional. Votamos por coherencia con las ideas familiares, o todo lo contrario. Votamos porque un determinado candidato nos parece atractivo, o porque se parece a nosotros. Votamos sin haber leído el programa electoral. Aún así votamos convencidos de nuestra decisión.

Lejos de ser un error en la forma de proceder del ser humano, esto es precisamente lo que nos ha hecho llegar hasta aquí. Durante miles de años, el ser humano ha sobrevivido gracias a las decisiones emocionales e instantáneas, que consumen pocos recursos cognitivos y nos permitían seguir adelante sin necesidad de procesar lentamente toda la información que existía a nuestro alrededor. No es de extrañar, por tanto, que hoy en día esa carga genética siga haciendo su trabajo y nuestras decisiones estén plagadas de atajos y mecanismos que las hacen automáticas, incluso cuando elegimos a quien votar.



Y si esta toma de decisiones tiene un alto componente emocional, ¿cómo afectarán las emociones expresadas por los políticos a la hora de elegir a uno u otro? ¿nos decidiremos por el político con expresión más alegre o por el contrario por aquel que parezca más duro? Sea de una u otra manera, está claro que analizar las expresiones emocionales de nuestros políticos es de gran interés para entender qué quieren transmitirnos y cómo afectan a nuestras decisiones.

En esta línea, el equipo de investigadores de la Fundación

Universitaria Behavior & Law, dirigido por el Dr. Rafael López, se planteó realizar una encuesta para conocer la percepción que los votantes tienen acerca de las emociones que transmiten los rostros de los candidatos a las próximas elecciones. Para ello se utilizó la expresión facial plasmada en las fotografías oficiales de los seis candidatos que más intención de voto acumulaban en las encuestas (a fecha de 1 de noviembre de 2019). Es decir, utilizando las fotografías de los carteles oficiales publicados en las webs y redes sociales de los diferentes partidos, se extrajeron los rostros de Pedro Sánchez, Pablo Casado, Pablo Iglesias, Albert Rivera, Santiago Abascal e Iñigo Errejón. Dado que la investigación se enmarca en la psicología básica de la emoción, se procedió a eliminar toda la información contextual como puede ser el fondo de la imagen, la ropa del candidato (camisa, corbata, etc.) o los textos del cartel.

A través de un formulario web, se presentaron los rostros de los candidatos preguntando a los encuestados que nivel, de 1 a 10, de cada una de las emociones básicas reconocían en ellos. Previamente se preguntaba por el género del encuestado, su edad y su país de residencia. Dado que la encuesta circuló por las redes sociales, y podían participar personas de diferentes países, se procedía también a preguntar si el encuestado conocía al político español. Para finalizar se procedía a preguntar el grado de acuerdo que el encuestado tenía con las ideas de cada candidato, partiendo de que la afinidad con ellos podría influir en el reconocimiento de unas u otras emociones o en la graduación de su intensidad.

En el estudio participaron 643 personas, 473 personas de género femenino y 170 de género masculino. 613 personas indicaron tener la residencia en España y el resto en Alemania, Argentina, Colombia, Finlandia, Guatemala, México, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, República Dominicana, Suiza y Venezuela (cuatro encuestados marcaron Catalunya como país de residencia, uno Euskadi, uno Madrid, uno Zaragoza y otro Santiago de Compostela). Todos ellos entre 16 y 75 años.



De cara a los análisis estadísticos descriptivos, la muestra se dividió, por cada candidato, en tres grupos:

- Los que indican que no le conocen.
- Los que sí le conocen y son afines a sus ideas (puntuación de entre 7 y 10 en concordancia con sus ideas).
- Los que sí le conocen y sólo tienen cierta afinidad (puntuación de entre 4 y 6 en concordancia con sus ideas).
- Los que sí le conocen y no son nada afines (puntuación de entre 0 y 3 en concordancia con sus ideas).

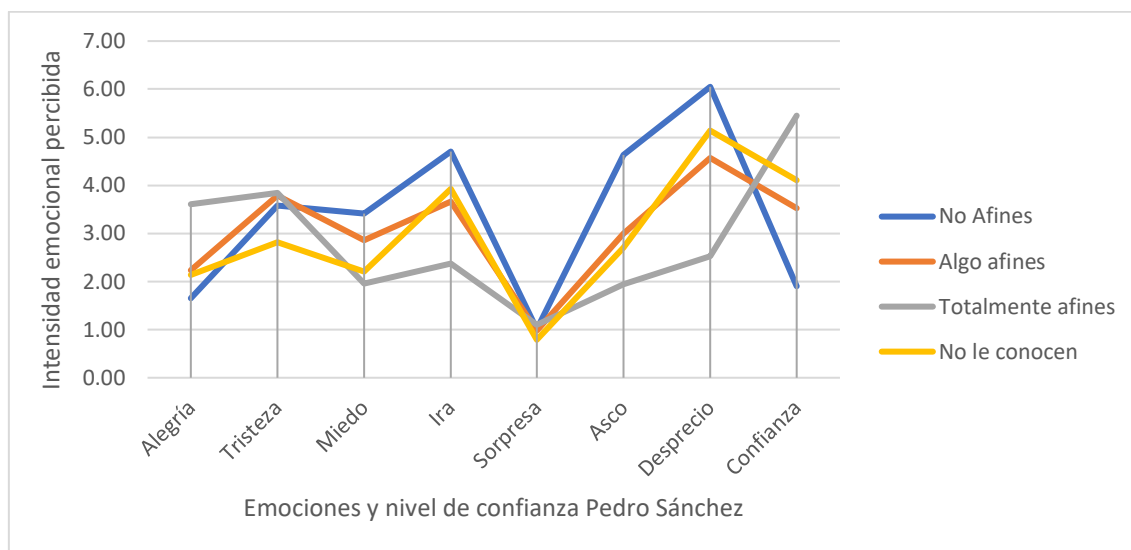
## Resultados.

A continuación, presentamos los resultados descriptivos con la media puntuada por cada grupo en cada una de las emociones y en el nivel de confianza que le inspira el rostro de Pedro Sánchez presentado en el cartel oficial. Es interesante comprobar como el nivel de afinidad con las ideas del candidato tiene relación directa con la confianza depositada en él. Es también de interés observar el grupo que expresa no conocer al político (personas de otros países que no tienen contacto con la política de España).

Veamos los resultados de cada uno de nuestros candidatos.

### 1.- Pedro Sánchez.

	Sujetos	Alegría	Tristeza	Miedo	Ira	Sorpresa	Asco	Desprecio	Confianza
No Afines	211	1,65	3,58	3,42	4,70	1,01	4,64	6,05	1,90
Algo afines	207	2,24	3,79	2,86	3,66	0,98	3	4,57	3,53
Totalmente afines	197	3,61	3,85	1,96	2,38	1,1	1,95	2,53	5,45
No le conocen	28	2,14	2,82	2,21	3,93	0,79	2,71	5,14	4,11

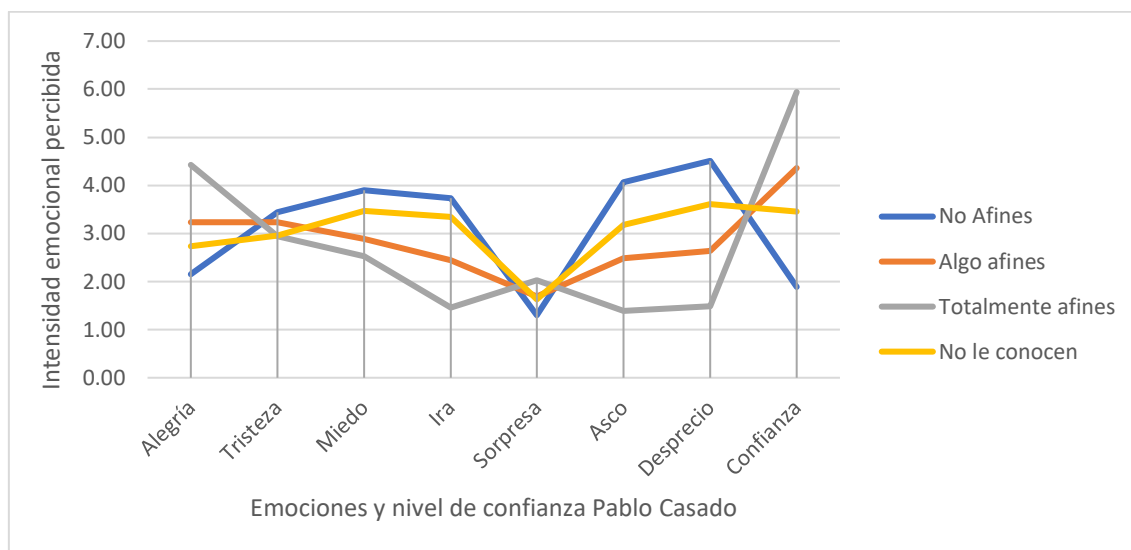


Se puede comprobar cómo las **personas afines** a las ideas del candidato le puntúan con mayor intensidad en la emoción de alegría y de miedo, con menor puntuación en el resto y nuevamente una mayor puntuación en confianza. Del resto de emociones, aunque con menor intensidad que el resto de los grupos, el grupo de afines, también le puntúan alto en desprecio. Si nos fijamos en los grupos **algo afines y nada afines**, la emoción más percibida es la de desprecio, seguida de ira, tristeza, asco y por último alegría (la sorpresa debería descartarse ya que prácticamente todos los grupos la puntúan muy baja). Es interesante analizar cómo los tan perseguidos indecisos podrían encontrarse en el grupo de algo afines, que le puntúan alto en desprecio e ira (4,57 y 3,79 sobre 10 respectivamente).

Si prestamos atención a la gráfica de las personas que **no le conocen**, vemos cómo nuevamente el patrón de intensidades de las 7 emociones es similar, siendo las emociones de desprecio e ira las percibidas con más intensidad. Igualmente vemos como sitúan la **confianza percibida** en 4,11 sobre 10. Los totalmente afines le otorgan una confianza media de 5,45 sobre 10.

## 2.- Pablo Casado.

	Sujetos	Alegría	Tristeza	Miedo	Ira	Sorpresa	Asco	Desprecio	Confianza
No Afines	360	2,15	3,44	3,90	3,73	1,30	4,06	4,51	1,89
Algo afines	159	3,23	3,23	2,88	2,45	1,69	2,48	2,64	4,36
Totalmente afines	70	4,43	2,94	2,53	1,46	2,03	1,39	1,49	5,94
No le conocen	51	2,73	2,96	3,47	3,35	1,63	3,18	3,61	3,45



En el caso de Pablo Casado vemos cómo los grupos extremos se polarizan puntuando los **totalmente afines** alto en alegría (emoción positiva) y bajo en el resto. Por el contrario, los **no afines** le puntúan alto en tristeza, miedo, ira, asco y desprecio. Este sesgo es lógico debido a la ideología de los encuestados pertenecientes a estos grupos pero, ¿qué ocurre con los algo afines y los que no le conocen? Veamos los resultados de estos dos grupos.

los resultados de estos dos grupos.

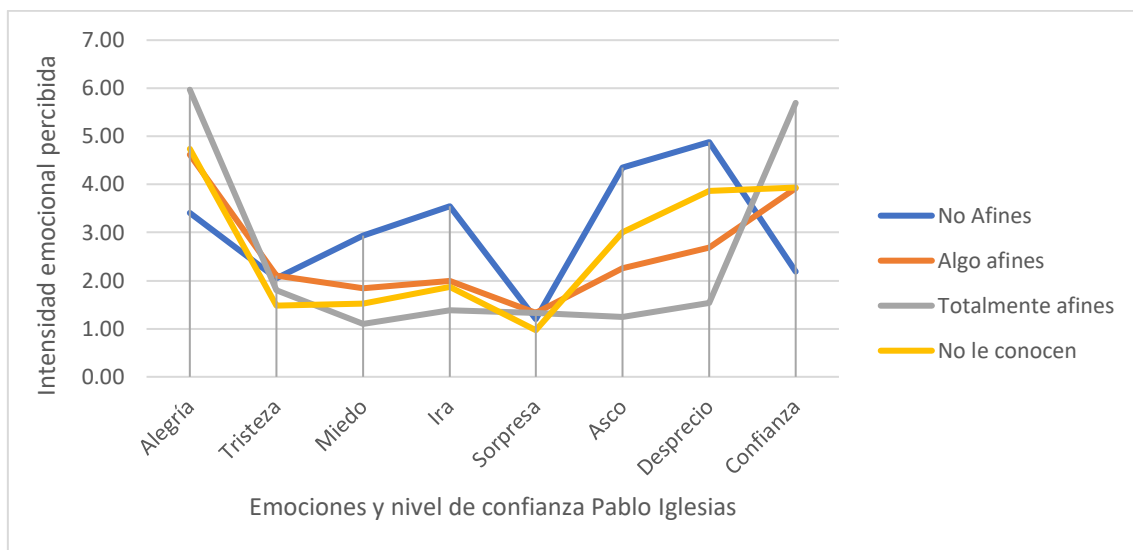
El grupo de **algo afines** otorga la mayor intensidad a las emociones de alegría y tristeza, seguidas de miedo, desprecio, asco, ira y sorpresa. Si bien están todas en niveles inferiores a 4 sobre 10.

El grupo de personas que **no le conocen** puntúan más alto (también en niveles inferiores a 4 sobre 10) en las emociones de desprecio, miedo, ira y asco (puntuaciones entre 3 y 4).

En cuanto a **confianza percibida**, los totalmente afines llegan a una puntuación de 5,94 sobre 10, y los que no le conocen valoran en 3,45.

### 3.- Pablo Iglesias.

	Sujetos	Alegría	Tristeza	Miedo	Ira	Sorpresa	Asco	Desprecio	Confianza
No Afines	288	3,41	2,05	2,94	3,55	1,20	4,35	4,88	2,19
Algo afines	143	4,62	2,1	1,84	1,99	1,33	2,26	2,69	3,92
Totalmente afines	176	5,97	1,8	1,1	1,39	1,33	1,24	1,53	5,7
No le conocen	31	4,74	1,48	1,52	1,87	0,97	3	3,87	3,94



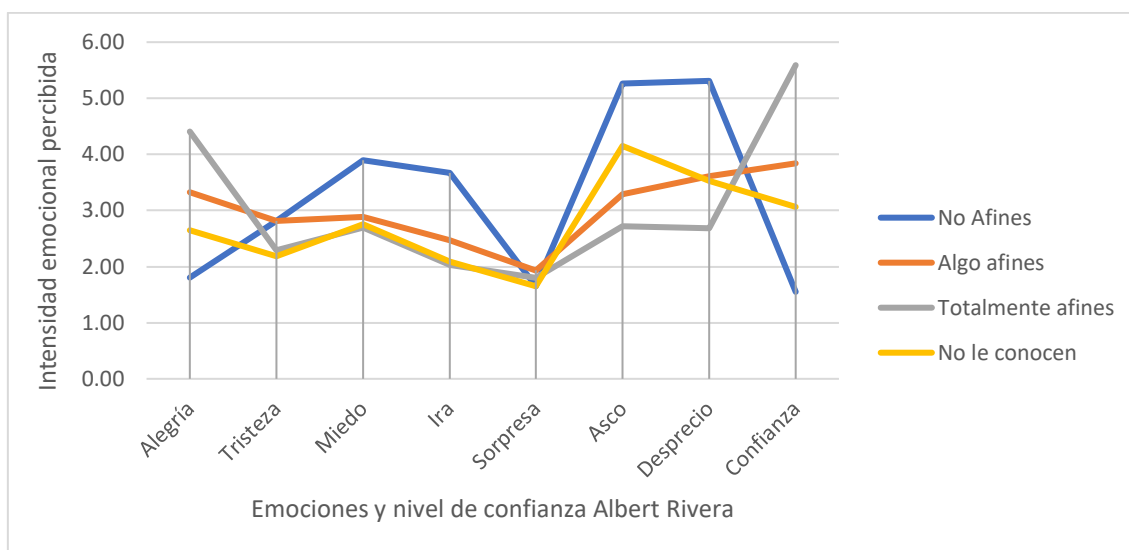
Por su parte, en el caso de Pablo Iglesias ocurre lo mismo que con Pablo Casado, los grupos extremos, **no afines y totalmente afines**, se polarizan otorgando, los primeros, mayores valores a la intensidad de desprecio, asco e ira que de alegría. Los segundos otorgan un valor alto de alegría, y muy bajos (interiores a 2 sobre 10) al resto de emociones.

Tanto en el grupo intermedio en cuanto a afinidad, **algo afines**, y en el grupo que dicen **no conocer al candidato**, la mayor puntuación de la lleva la alegría, sin embargo, los que no le conocen también le otorgan puntuación media cercana a 4 en desprecio.

En cuanto a la **confianza percibida**, los totalmente afines le otorgan una puntuación media de 5,7, mientras a aquellos que no le conocen, su rostro les genera una confianza media de 3,94.

#### 4.- Albert Rivera.

	Sujetos	Alegría	Tristeza	Miedo	Ira	Sorpresa	Asco	Desprecio	Confianza
No Afines	344	1,80	2,81	3,90	3,67	1,65	5,26	5,31	1,55
Algo afines	172	3,33	2,81	2,88	2,47	1,93	3,29	3,61	3,84
Totalmente afines	90	4,41	2,29	2,7	2,03	1,8	2,72	2,68	5,59
No le conocen	34	2,65	2,18	2,76	2,09	1,65	4,15	3,53	3,06



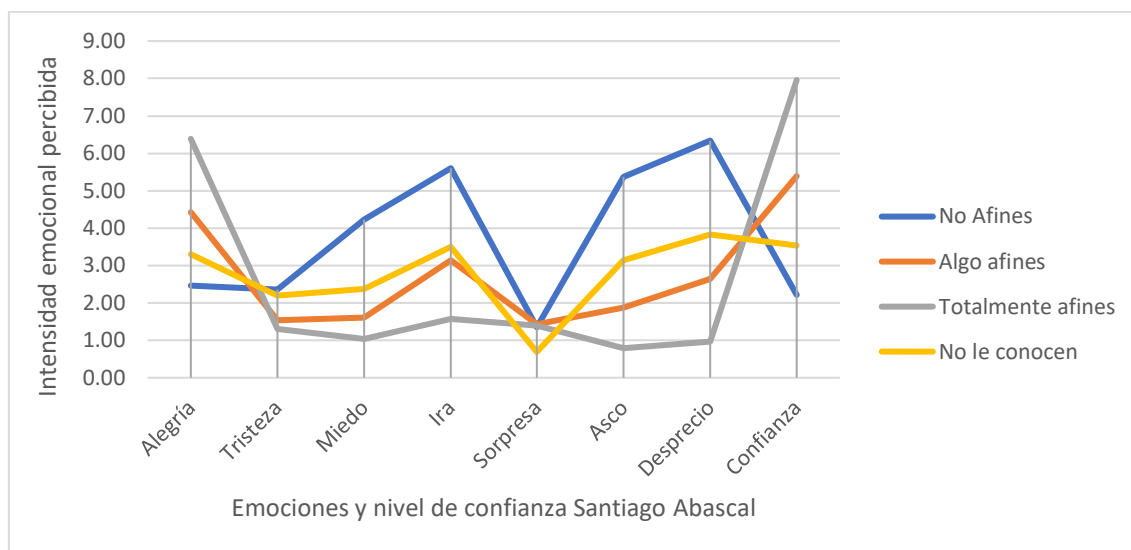
Como es lógico, en Albert Rivera se vuelve a ver el efecto polarización de los grupos extremos, **no afines y totalmente afines**, si bien es de considerar que los totalmente afines, tras la alegría que se lleva el valor más alto, puntúan el asco y desprecio (2,72, 2,68 respectivamente).

Este efecto de percepción de desprecio se puede comprobar en el grupo de **algo afines** que otorgan al desprecio el mayor valor (3,61), por encima del de alegría (3,33). En cuanto a los que **no le conocen**, desprecio (3,53) también se sitúa por encima de alegría, pero en este caso se ve superado por el asco (4,15).

En lo relativo a la **confianza percibida**, el valor medio de sus fieles seguidores, grupo totalmente afines, se sitúa en 5,59, siendo este valor de 3,06 entre los que no le conocen.

## 5.- Santiago Abascal.

	Sujetos	Alegría	Tristeza	Miedo	Ira	Sorpresa	Asco	Desprecio	Confianza
No Afines	456	2,47	2,36	4,23	5,60	1,35	5,37	6,34	2,21
Algo afines	74	4,43	1,53	1,61	3,14	1,43	1,88	2,65	5,39
Totalmente afines	72	6,38	1,31	1,03	1,57	1,4	0,79	0,96	7,96
No le conocen	35	3,31	2,2	2,37	3,49	0,69	3,14	3,83	3,54



Lo primero que llama la atención en la tabla es que Santiago Abascal cosecha el mayor número de no afines a sus ideas (456 encuestados), lo que deja el grupo de algo afines y totalmente afines en 74 y 72 encuestados respectivamente.

Si hasta ahora se podía apreciar el efecto polarización, en este candidato lo observaremos mucho más agudizado. Los **no afines** le puntúan en valores cercanos a 6 en desprecio, ira y asco (los valores más altos de todos los candidatos) y con un escaso 2,2 en alegría. Mientras, el grupo **totalmente afines**, le otorgan una puntuación muy baja (valores cercanos a 1) en todas las emociones menos en alegría, en la cual lo disparan a un 6,38 de valor medio. En el grupo **algo afines** se mantiene esta tónica si bien más suavizado y con la presencia de un mayor valor para desprecio (2,65) no muy alto en comparación con el resto de candidatos.

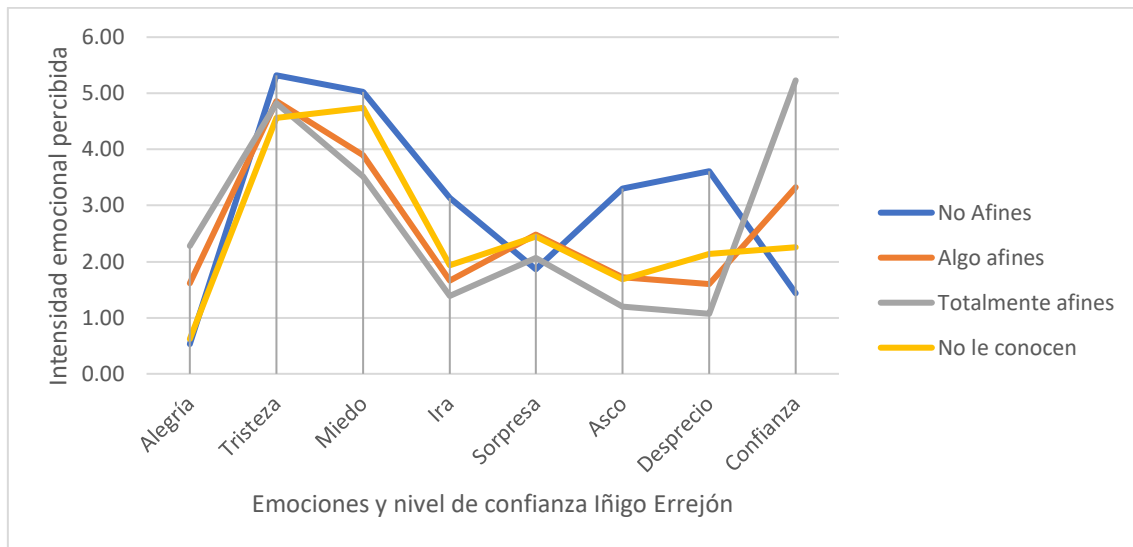
El grupo de personas que **no le conocen** le puntúa más en desprecio e ira (3,83 y 3,49 respectivamente), seguido de alegría (3,31) y asco (3,14).

Muy interesantes los resultados para la **confianza percibida**, ya que el grupo de totalmente afines le eleva a un 7,96 sobre 10 en confianza. El grupo de personas que no le conocen le puntúan con un 3,5



## 6.- Iñigo Errejón.

	Sujetos	Alegría	Tristeza	Miedo	Ira	Sorpresa	Asco	Desprecio	Confianza
No Afines	269	0,53	5,32	5,02	3,13	1,86	3,30	3,61	1,44
Algo afines	161	1,61	4,86	3,9	1,66	2,48	1,72	1,6	3,32
Totalmente afines	163	2,28	4,82	3,51	1,39	2,06	1,2	1,07	5,23
No le conocen	50	0,62	4,56	4,74	1,94	2,44	1,68	2,14	2,26



En cuanto a la percepción de nuestras 7 emociones básicas, vemos una curva muy similar en **todos los grupos**. Destaca que el valor más alto (cercano a 5 en todos los grupos) se lo llevan las emociones de tristeza y miedo. Destaca igualmente una puntuación muy baja para la alegría, el desprecio y el asco (estas dos últimas a excepción del grupo de no afines que le puntúan más alto (aunque sigue estando a mucha distancia de la alta puntuación de la tristeza y el miedo). Destaca también que es el único candidato al cual tres de los grupos le puntúa en sorpresa por encima de 2.

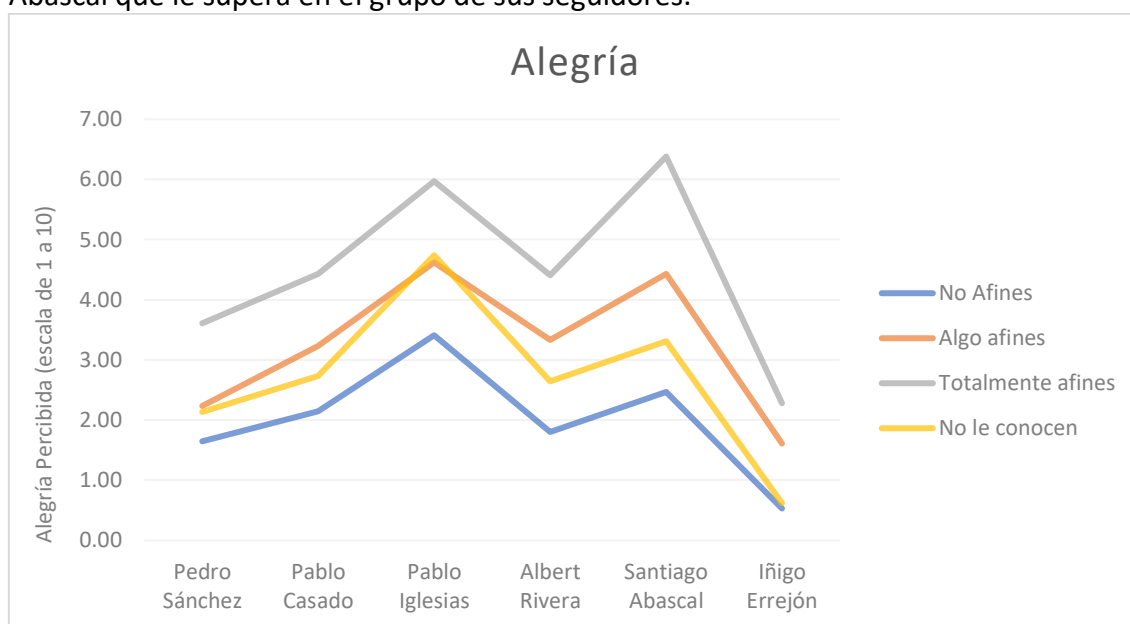
En cuanto a la **confianza percibida**, los totalmente afines le puntúan con un 5,23 y los que no le conocen con un 2,26.

### **Análisis inter-candidato de confianza percibida y emociones.**

Es de gran interés realizar un análisis en el que se comprueben los niveles de percepción emocional y de confianza de todos los candidatos juntos. Le presentamos a continuación el análisis para cada emoción y para la confianza percibida.

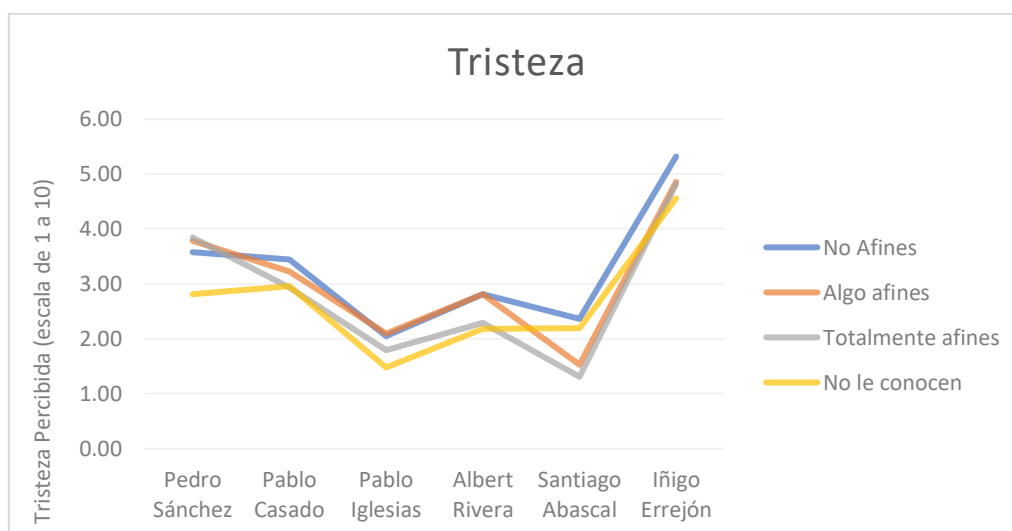
#### **1.- Alegría.**

En esta emoción, Pablo Iglesias obtiene la mayor puntuación seguido de cerca por Abascal que le supera en el grupo de sus seguidores.



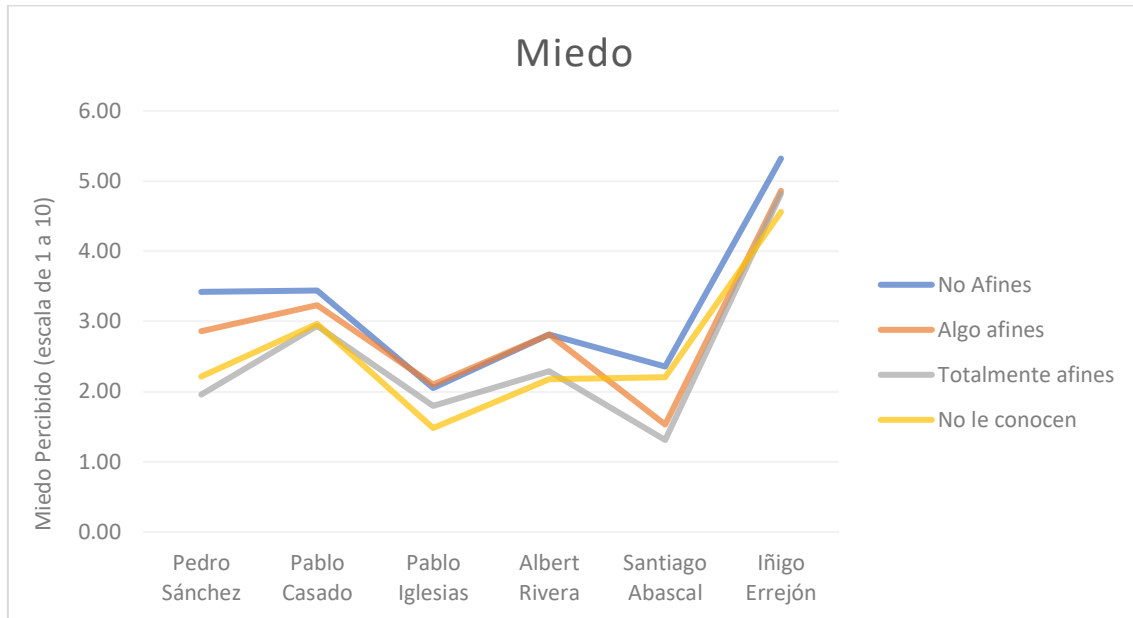
#### **2.- Tristeza.**

Destaca la alta puntuación de Errejón en todos los grupos, seguido de Sánchez y Casado.



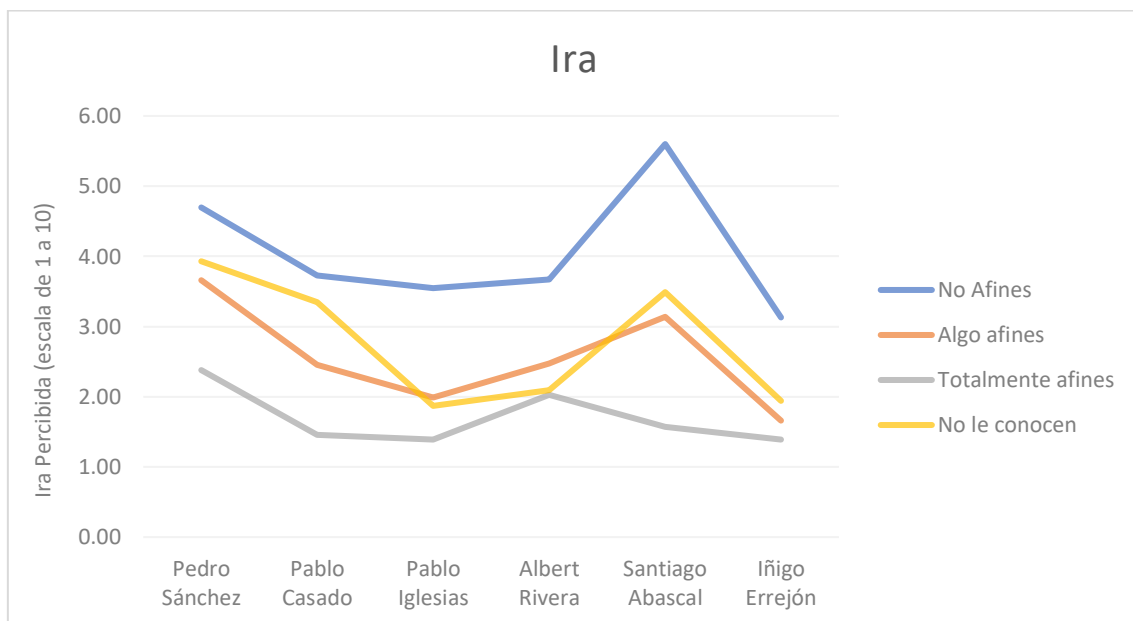
### 3.- Miedo.

Se produce un efecto similar a la emoción anterior, apareciendo Errejón como el mayor puntuado en esta emoción, seguido de Casado que supera ligeramente a Sánchez y Rivera.



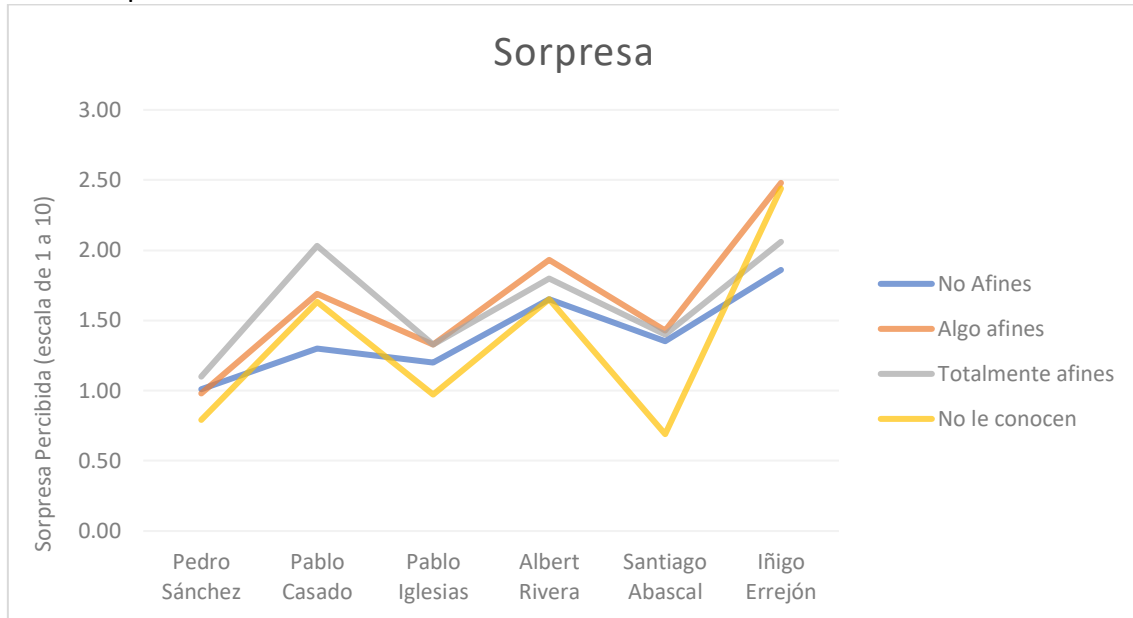
### 4.- Ira.

Con una curva muy similar en todos los grupos, Abascal se lleva el premio a la ira, incluso entre personas que no le conocen. Le sigue Sánchez y algo más lejos Casado. El resto puntúan bajo en esta emoción.



### 5.- Sorpresa.

Errejón, al igual que con las emociones de miedo y tristeza, supera con creces al resto de candidatos. Las fotografías de Rivera y Casado también generan leves niveles de esta emoción percibida en los encuestados.



### 6.- Asco.

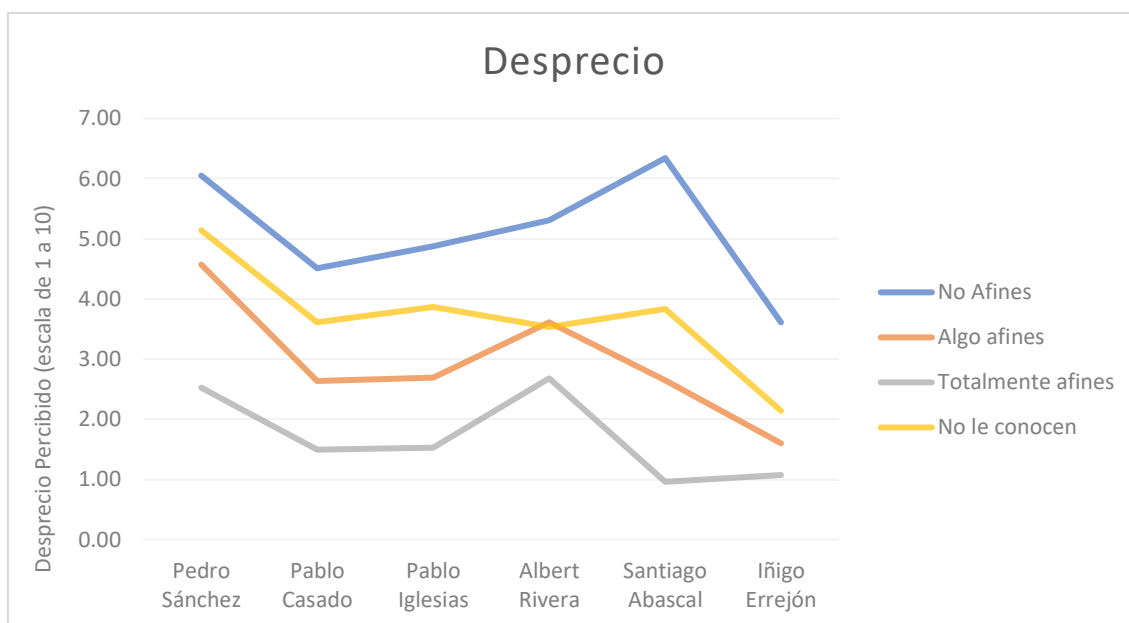
La fotografía de Rivera parece generar percepción de asco de manera superior a las del resto de candidatos, excepto Abascal en su grupo de detractores que le supera levemente.



## 7.- Desprecio.

Del análisis del desprecio comprobamos diferentes aspectos que también conviene tener en cuenta en una emoción tan potente como el desprecio, que supone rechazo y superioridad de la persona que la expresa frente a algo o alguien y que, por supuesto, se percibe como tal por quien la observa. Entre otras cuestiones, cabe destacar:

- La puntuación más alta (entre sus afines) y más baja (entre sus no afines), se la lleva Abascal.
- Las personas que no conocen a los candidatos puntúan un mayor desprecio en Pedro Sánchez (5,14), seguido de Iglesias (3,87), Abascal (3,83), Casado (3,61), Rivera (3,53) y, a mucha distancia, Errejón (2,14).

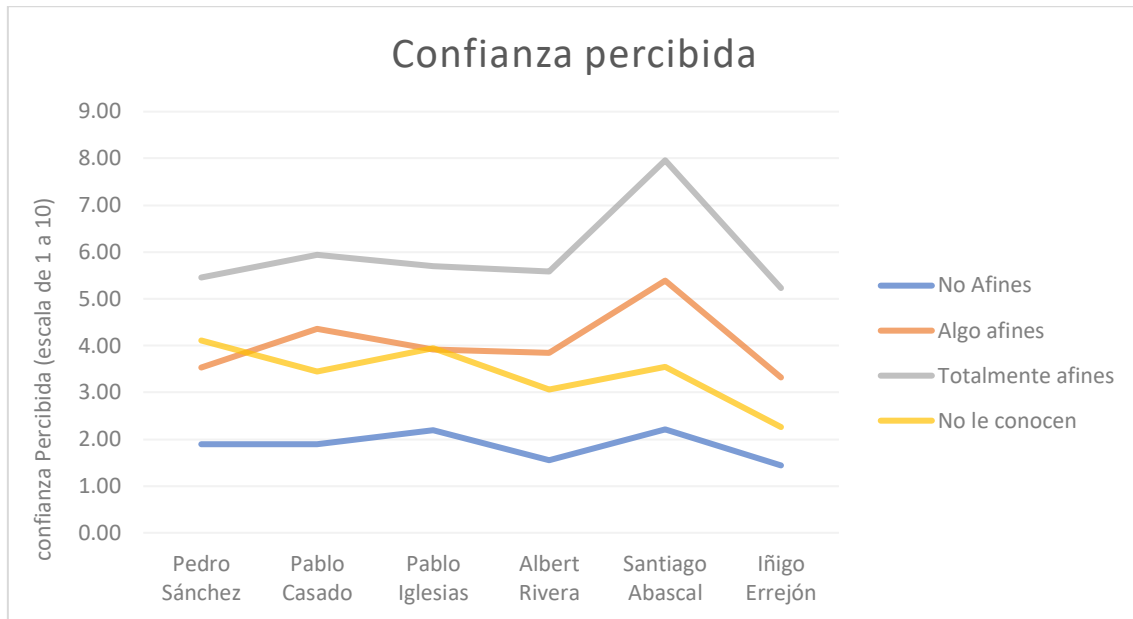


## 8.- Confianza percibida.

Si observamos el siguiente gráfico, comprobamos como se produce el efecto polarización ofreciendo más confianza (en todos los candidatos) al grupo de personas afines a sus ideas políticas y menos en el grupo no afín. Aunque esto es de sentido común, en la gráfica se observan varias cuestiones interesantes:

- Iñigo Errejón es el que menos confianza ofrece en todos los grupos. Es decir, incluso entre sus afines, es el menos valorado en confianza percibida. Hablamos por supuesto, de la percepción a través de la fotografía usada en su cartel electoral.
- Es curioso como el valor de la confianza percibida en el caso de Abascal es el más alto en todos los grupos de personas que conocen al candidato, incluso entre los no afines.
- Entre los grupos de personas que no conocen a los candidatos, posiblemente los más objetivos en cuanto a la no interferencia del sesgo de las ideas, la mejor

posición se la lleva Sánchez (4,11), seguido de Iglesias (3,94), Abascal (3,54), Casado (3,45), Rivera (3,06) y Errejón (2,26).

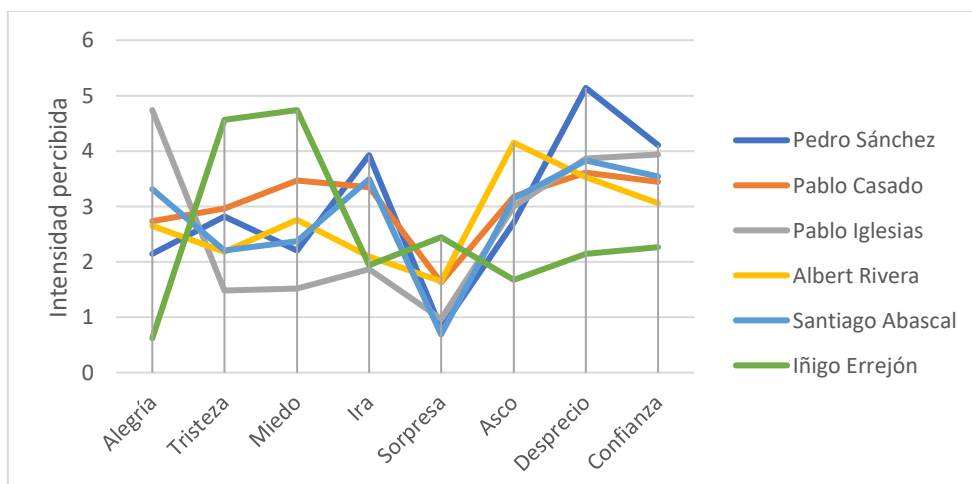


#### Comparativa del grupo que no conoce a los candidatos.

A continuación, presentamos el análisis del grupo de personas que no conoce a los candidatos, entendiendo que están exentos del sesgo que implica ser afín o no con sus ideas.

Si vemos el siguiente gráfico, comprobamos como los candidatos con altas puntuaciones en percepción de desprecio o ira, no tienen porque presentar bajos niveles de confianza percibida. Es más, la fotografía de Errejón, que presenta un bajo nivel de las mismas es la peor percibida en cuanto a confianza.

Por otro lado, parece ser que la alta percepción de tristeza y miedo que surge de la fotografía de Errejón también puede estar pasándole factura en confianza percibida.



### **Conclusiones.**

Una de las conclusiones más evidentes es la clara repercusión que tiene la expresión facial de la fotografía de Errejón sobre la confianza percibida. Con una fotografía que refleja tristeza, miedo y algo de sorpresa, la percepción de confianza que emana esta fotografía se configura como la menor de todos los candidatos.

Otra conclusión a la que podemos llegar es que Abascal levanta pasiones. Sus seguidores, aunque pocos, le dan la mayor puntuación en confianza percibida.

En cuanto a las emociones de ira y desprecio, parece que las que presentan una alta puntuación pueden corresponderse con una alta percepción de confianza.

Todo ello tendría una relación con teorías evolucionistas que dotarían al líder de una imagen seria, dura, reflejo de una persona que se siente superior y que sería capaz de defender al grupo frente a los avatares del destino. Esta persona en la que confiaríamos reflejaría en su rostro cierto desprecio, ira y, desde luego, nada de miedo ni tristeza.

### **Limitaciones de estudio.**

El presente estudio pretende ser un análisis exploratorio y descriptivo que de lugar a futuras investigaciones. Nuestro interés ha sido únicamente el acercarse a la Psicología de la Emoción y el Análisis del Comportamiento no Verbal al gran público recopilando datos de personas encuestadas y presentándolos de una manera seria y rigurosa, para así alejarnos de la interpretación fácil.

Este estudio es el inicio de una investigación científica más profunda que se está realizando en la actualidad, con control de la aleatorización en la presentación de estímulos y una muestra mayor de personas que no conocen a los candidatos.

© Fundación Universitaria Behavior & Law  
2019

Carteles electorales, emociones y expresión facial.

**La Fundación Behavior & Law** es una entidad dedicada desde hace más de 10 años a colaborar con diferentes entidades públicas y privadas a lo largo de todo el mundo, entre ellas destacan universidades como la UDIMA y diferentes cuerpos de seguridad del estado.

Son expertos en Ciencias del Comportamiento (Perfilación y Ciencias Forenses, Comunicación no Verbal y Economía Conductual) y su aplicación en organizaciones con el objetivo de formar profesionales más capacitados para la consecución de objetivos y mejora continua y además favorecer la mejora del clima laboral y la satisfacción integral en sus entornos de actuación.

Behavior & Law tiene su sede principal en España y delegaciones en México, Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Panamá, Venezuela, Colombia, Ecuador Brasil, Perú y Chile.

En palabras de su fundador y presidente, el Dr. Rafael López "La Fundación Universitaria Behavior & Law se creó para contribuir a una sociedad más justa y segura. Está soportada en tres grandes pilares: la investigación científica, la formación y la divulgación en Ciencias del Comportamiento"

Entre otros reconocimientos, Fundación Behavior & Law cuenta con la Medalla al Mérito con distintivo blanco de la Guardia Civi y el galardón al "Mejor proyecto con vocación social" de Capital Radio en 2018.

La Fundación Behavior & Law se ha consolidado como una fuente de formación e información rigurosa y fiable en temas relacionados con las Ciencias del Comportamiento.

### **Para más información**

<https://behaviorandlaw.com/>