

Contagio emocional

LA OTRA ENFERMEDAD DE LA PANDEMIA

Cuando hay incertidumbre, las emociones negativas —como la rabia, el miedo y la pena— se expanden tan rápida y fácilmente como el coronavirus. En psicología, esto tiene un nombre: contagio emocional. Y para prevenirlo, también se requiere de distancia social y trazabilidad.

Por SOFÍA BEUCHAT.
 Ilustración: FRANCISCO JAVIER OLEA.

Son tiempos emocionalmente desafiantes, sin duda. Particularmente en Chile, donde a la pandemia y sus externalidades —desde la salud a la macroeconomía— se suma una crisis social, seguida por un año electoral y un proceso constituyente marcados por un clima de alta polarización.

Todo ello está teniendo impacto en lo que sentimos. Y no precisamente uno positivo: muchos chilenos están siendo dominados por un mix de emociones incómodas, pesimistas, negativas. Se trata de reacciones fisiológicas inevitables que cumplen una función útil —el miedo nos hace huir del peligro, por ejemplo—, pero que, cuando lo tiñen todo, nos alejan de un ánimo constructivo que nos permita sobrellevar mejor los escenarios adversos.

¿De qué emociones estamos hablando? Según el estudio “Efectos de la pandemia en la salud mental”, desarrollado por el Núcleo Milenio en Desarrollo Social y el Centro de Microdatos del Departamento de Microdatos del Departamento de Economía de la Universidad de Chile, en junio de 2020 predominaban la rabia (30,4%), el miedo (27,4%) y la tristeza (23,6%). Apenas un 1,9% de los encuestados escogió la alegría entre las emociones mencionadas. En octubre la encuesta se repitió, esta vez con preguntas abiertas, y los resultados mostraron un patrón similar: las emociones más nombradas en forma espontánea fueron la tristeza, la preocupación y la rabia, en ese orden.

—En términos generales, lo que vimos es que, entre los jóvenes de 18 a 35 años, había más rabia, y en adultos mayores, más tristeza—, acota el psicólogo Álvaro Jiménez, experto en determinantes socioculturales de la salud mental, académico de la UDP y uno de los autores del estudio.

Si bien la encuesta no indagó en las causas de estas emociones, Jiménez esboza algunas hipótesis:

—El miedo es una reacción frente a la amenaza, en este caso, representada por el temor al contagio, a la muerte, a la pérdida de ingresos, al desempleo. El tipo de miedo que parece predominar está asociado a la vulnerabilidad, a caer en la pobreza. La rabia, en cambio, se asocia más a la impotencia y la sensación de injusticia.

Pero este malestar, precisa, no es solo una suma de sensa-



ciones individuales: se traspasa fácilmente de una persona a otra hasta hacerse colectivo.

—La emoción es una que puede ser afectada por otros y que tiene que ver con la tonalidad afectiva de lo que nos sucede y las expectativas que asociamos con ello. Por ejemplo, en un funeral, esta tonalidad es de tristeza —ejemplifica.

MÁS NEGATIVO, MÁS CONTAGIO

En psicología existe un nombre para el fenómeno que describe Jiménez: contagio emocional. No es un concepto nuevo; de hecho, ya en 1985 se podía leer sobre ello en The Penguin Dictionary of Psychology. Y en 1993, el libro Emotional Contagion (Studies in Emotion and Social Interaction), disponible en Amazon, popularizó el término y sentó las bases para futuras investigaciones.

Debido a la constante interpelación emocional que trae la pandemia, los especialistas en salud mental están hablando cada vez más de este contagio que se disemina con tanta rapidez y facilidad como el coronavirus. El artículo “Cómo evitar que las emociones negativas se esparzan como el covid-19”, publicado en diciembre por la revista Psychology Today, es una muestra de ello. Durante el último año, la revista ha publicado al menos cinco artículos en los que alude a la actual diseminación de emociones negativas.

Desde Manoa, Hawái, la doctora Elaine Hatfield —autora del libro Emotional Contagion y académica de la Universidad de Hawái— explica que el proceso de contagio emocional comienza al prestar atención al otro. Esto desencadena un proceso inconsciente en el que tendemos a imitar sus expresiones faciales, tono de voz y postura, hasta que se termina sintiendo lo mismo que la otra persona.

Se produce así lo que se conoce como “convergencia emocional”, basada principal —pero no únicamente— en la

comunicación no verbal. Se trata de un mecanismo que, según Hatfield, tiene su origen primitivo en la cohesión social necesaria para la sobrevivencia humana.

—Es un proceso bastante automático. Las emociones negativas parecen ser más contagiables que las positivas —acota Hatfield, y agrega que si bien esto ocurre en toda comunicación humana, hay personas o situaciones en las que la posibilidad de contagio es mayor:

—Los extrovertidos están más enfocados hacia afuera, hacia las personas con las que están interactuando. No es sorprendente entonces que sean más susceptibles al contagio emocional que los introvertidos. También son más susceptibles de contagiarse quienes son especialmente reactivos a sus propias experiencias emocionales y/o tienen una habilidad especial para leer la comunicación no verbal.

Estudios posteriores muestran que la intensidad —es decir, la carga energética— de lo que se comunica también incide en el proceso: a más energía, más contagio.



CONTAGIO VIRTUAL

Las redes sociales son una gran fuente de contagio de emociones negativas. Álvaro Jiménez, de la UDP, da un ejemplo: al estudiar el impacto de la convulsión política en el ánimo de las personas en Hong Kong, a raíz del estallido que se vivió allá en junio de 2019, se descubrió una alta prevalencia de síntomas depresivos, asociados a una mayor exposición a violencia y expresiones de rabia.

Estos mensajes incluían textos, consignas y frases más o menos elaboradas, pero también muchos videos, memes, emoticones y otras expresiones de tipo no verbal. Un mix que ha mostrado ser tan efectivo para el contagio de emociones como la comunicación presencial.

Para Daniel Halpern, académico de la Facultad de Comunicaciones UC y experto en redes sociales, estos hallazgos tienen mucho sentido. El formato de las redes, explica, no permite análisis profundos, sino que ofrece atajos que apelan directamente a las emociones. Esto, explica Halpern, se conoce como pensamiento heurístico: si vemos que algo tiene muchos *likes*, asumimos que es bueno y nos “contagia” emociones positivas. Del mismo modo, si vemos que un *post* despierta rabia en otros, provocará la misma emoción.

—Todas las noticias que se viralizan tienen un fuerte componente emocional. En escenarios donde hay mucha incertidumbre, como el actual, la gente siente más inseguridad, más temor, y el instinto más básico de protección la lleva a buscar información. En el fondo, busca orientación emocional. Pero en las redes se encuentra no solo con el contenido propuesto por quien lo emite, sino también con el metacontenido, es decir, los comentarios. Si hay muchos comentarios negativos, puede hacer que cambie tu respon-



Elaine Hatfield, académica de la Universidad de Hawái, autora del libro "Emotional Contagion".



Daniel Halpern, académico de la Facultad de Comunicaciones UC y experto en redes sociales.



Álvaro Jiménez, psicólogo y académico UDP.

“Todas las noticias que se viralizan tienen un fuerte componente emocional. La gente siente más inseguridad, más temor.”

ta emocional frente a lo que estás viendo. Y si esa respuesta emocional es muy intensa, vas a querer viralizar ese contenido, propiciando así más contagios —agrega.

En esto, el rol de los influenciadores es clave. El especialista asocia su papel a la teoría planteada por el conocido psicólogo Daniel Goleman en su libro “Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional”, donde el líder actúa como una suerte de termostato que establece la temperatura emocional del grupo. En las redes sociales, quienes cumplen esta función, según Halpern, serían los *influencers*.

DISTANCIA SOCIAL

El primer paso para evitar el contagio de emociones negativas es tomar conciencia de que este fenómeno existe, para hacerlo más consciente. Esa es, según Hatfield, la estrategia más básica para evitar que personas cargadas de negatividad nos arrastren a ese mismo estado. Al comprender el fenómeno, asegura, se pueden interrumpir procesos que, de otro modo, se llevarían a cabo en modo automático.

Luego —según apunta Ruth Bettelheim, terapeuta familiar y columnista de The Huffington Post, en Psychology Today— se deben adaptar a este fenómeno las mismas medidas que se han impulsado durante la pandemia para prevenir el contagio: distancia social y trazabilidad. ¿Qué implica esto? Reducir el tiempo de permanencia en las redes sociales e identificar las fuentes de contagio para alejarse de ellas. Por ejemplo, evitar a personas o cuentas de redes sociales que identificamos como causantes de emociones negativas. Bettelheim alude incluso al uso de “mascarillas”, metáfora que utiliza para simbolizar la idea de autocuidado a la hora de cuidar nuestra salud mental.

Para el psicólogo Álvaro Jiménez, tomar cierta distancia frente a las redes sociales es muy importante. No se trata de evitarlas del todo, algo prácticamente imposible en los tiempos que corren, pero sí de no caer en la tentación de darles más espacio en nuestra vida del que merecen.

—El exceso de tiempo en redes sociales, en desmedro de los encuentros cara-a-cara, ayuda poco a evitar el contagio de emociones negativas. Las relaciones presenciales te permiten modular tus reacciones emocionales y esa regulación es mutua. Esto es algo que, en las relaciones mediadas por tecnologías, no se da mucho.

La modulación a la que se refiere Jiménez consiste en una serie de estrategias cognitivas que nos ayudan a que las emociones se expresen en un rango de menor intensidad, evitando que se salgan de control y den lugar a reacciones desproporcionadas. Claramente, no es lo mismo comunicar asertivamente si algo nos molesta o no nos parece bien que ponerse a gritar y salir de la habitación dando portazos.

Según Jiménez, la evidencia muestra que las más afectadas por la negatividad virtual son las mujeres.

—Hay un cierto consenso al respecto en la literatura disponible sobre redes sociales —acota—. Los comentarios agresivos las afectan anímicamente mucho más que a los hombres. Esto tendría que ver con que tienden a reaccionar con más agresividad, y además son más sensibles y preocupadas por su imagen, no solo en lo relativo a lo corporal, sino también en lo que proyectan como personas. Especialmente en el caso de las adolescentes, que no tienen una barrera tan nítida entre su *self* digital y su *self* presencial. ■