

Almas en Hielo



Jorge Alagón
Millward Brown

**“The brain is my second favorite organ”
– Woody Allen**

Los seres humanos somos *animales racionales*. Al menos eso es lo que nos han hecho creer desde que Aristóteles nos definió así. Y estamos realmente convencidos que es nuestra racionalidad la que toma las decisiones y que podemos subyugar absolutamente nuestras emociones. Pero...

Las emociones son cosas que nos suceden más que cosas que nosotros voluntariamente ocasionamos. Las respuestas emocionales son, en su gran mayoría, generadas inconscientemente; además, nuestro cableado cerebral es tal que las conexiones desde los sistemas emocionales hacia los sistemas racionales son más fuertes que las conexiones desde los sistemas racionales hacia los sistemas emocionales. Por lo tanto tenemos *poco* control directo sobre nuestras reacciones emocionales.^{1,2}

Si pudiéramos eliminar completamente las emociones seríamos **almas en hielo**: criaturas frías y sin vida, sin ningún deseo, regocijo, miedo, angustia, dolor o placer. ¿Por qué razón quisiéramos eliminar las emociones?

Hubo una vez un señor llamado *Elliot* quien tuvo una operación para removerle un tumor cerebral alojado en un área del lóbulo frontal. Afortunadamente sus facultades racionales no se vieron afectadas, su IQ era el mismo, su memoria estaba bien y sus capacidades de cálculo y deducción no se afectaron. Desafortunadamente las conexiones entre el sistema emocional y el racional se cortaron. Con el tumor, otro pedazo de tejido cercano también tuvo que ser removido y con él se fue además su capacidad de sentir emociones. Su neurocirujano llamado Antonio Damasio, tras mostrarle un conjunto de fotografías usadas por psicólogos para provocar respuestas emocionales, le describe así: *“Él siempre estaba bajo control, describía las escenas como un espectador desapasionado y desinteresado. Ninguna señal de su propio sufrimiento... él no estaba inhibiendo la*

*expresión de su resonancia emocional interna o silenciando su disturbio interno. Él simplemente no tenía ningún disturbio que silenciar.*³ Una vida sin emociones debe ser extremadamente aburrida, pero la capacidad de tomar decisiones exclusivamente racionales, incluso en medio de una crisis, debe ser una súper ventaja competitiva dentro del mundo de los negocios. ¿Y saben qué fue lo más curioso? ¡Que nuestro amigo *Elliot* no pudo tomar ya ninguna decisión! De manera racional podía usar la lógica para llegar a una respuesta, pero no *sabía* si era la correcta; le faltaba esa corazonada de estar en lo correcto, y esto le impedía tomar decisiones. **Sí, sin emociones no podemos tomar decisiones...**

En 1977 dos investigadores Nisbett y Wilson⁴ hicieron un experimento muy interesante: a un grupo de mujeres se les permitió examinar varias medias colocadas sobre una mesa y se les pidió que escogieran su favorita. Cuando las mujeres fueron interrogadas, tuvieron todo tipo de asombrosas respuestas sobre textura y transparencia que justificaban su elección. Ellas nunca supieron, pero las medias eran todas *idénticas*.

Comúnmente hacemos todo tipo de cosas por razones que no estamos totalmente conscientes (ya que el comportamiento es producido por sistemas mentales que operan inconscientemente) y nuestra conciencia genera explicaciones de nuestro comportamiento con base en nuestra imagen propia, memorias del pasado, expectativas del futuro, la situación social existente y el ambiente físico en que el comportamiento ocurre (ya que uno de los trabajos principales de nuestra conciencia es mantener nuestra vida unificada en una historia coherente). Esto es, **inventamos razones y nos las creemos.**

El economista Robert Frank argumenta que en muchas ocasiones la toma de decisiones llega a ser hasta *irracional*. *“Muchas acciones, hechas a propósito y con total conocimiento de sus consecuencias,*

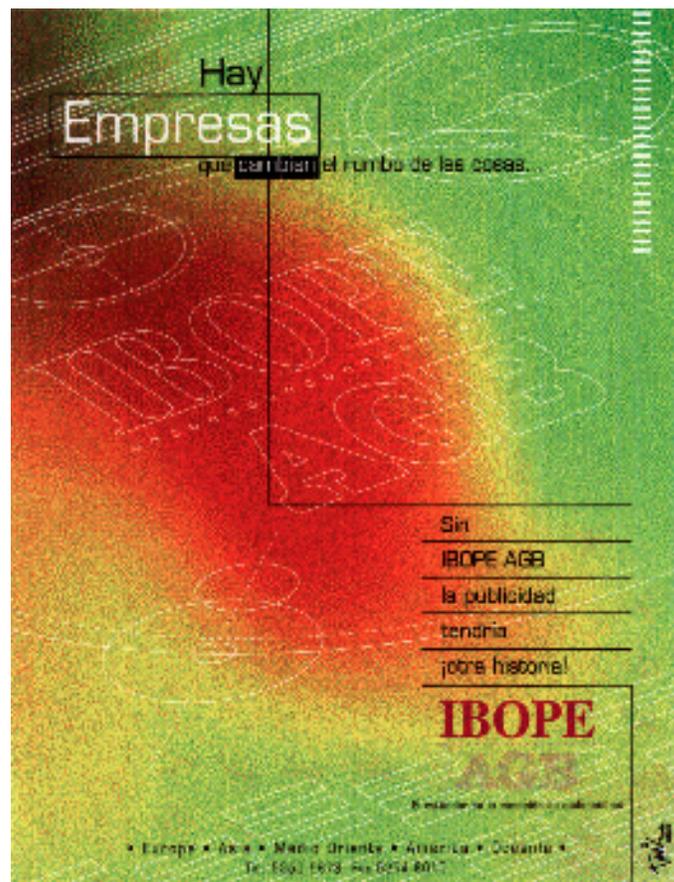


son irracionales. Si las personas no las hicieran les iría mucho mejor, y lo saben.”⁵ ¿Fumas? ¿No haces ejercicio regularmente? ¿No llamas a tus seres queridos? ¿Gritaste a tus hijos, pareja o jefe? ¿Preferiste no asistir a ese curso? ¿Compraste esa marca en lugar de aquella?

¿Estás seguro que eres un animal racional? ¿Estás seguro que los consumidores de tu marca son animales racionales? Entonces ¿por qué utilizas argumentos meramente racionales en tu comunicación? ¿Por qué no además generas empatía / conectas / emocionas a tus consumidores?

Notas

- ¹ LeDoux, J. (1996) *The emotional brain*, Touchstone, NY.
- ² Carter, R. (1999) *Mapping the mind*, University of California Press, Berkeley.
- ³ Damasio, A. R. (1995) *Descartes Error: Emotion, Reason and the Human Brain*, Picador, Londres.
- ⁴ Nisbett, R. E. & Wilson, T. D. (1977), “Telling more than we can know: verbal reports on mental processes”, *Psychological Review* 84.
- ⁵ Frank, R. (1988) *Passions without reason: the strategic role of the emotions*, Norton, NY.



¡Anúnciese!

en



**Datos
Diagnósticos
Tendencias**

un medio dirigido a gente como **USTED**

Ventas: 5545-1465