



# Destapando nuestros gustos

## El Sociograph es un medidor de emociones nacido en la Usal que a partir de la electricidad que desprendemos conoce nuestras inquietudes

:: S. F. S.-ICAL

**SALAMANCA.** El detector de emociones ya existe y se llama Sociograph y, además, es castellano y leonés cien por cien, nacido en la Universidad de Salamanca en su Campus de Ávila, es comercializado por Sociograph Neuromarketing S.L., empresa palentina con sede en Valladolid. Cuatro provincias coordinadas para desvelar qué es lo que nos gusta y qué no, en definitiva, medir nuestros sentimientos a través de la electricidad que desprendemos.

El catedrático de Psicología Evolutiva de la Escuela Universitaria de Educación de Ávila José Luis Martínez Herrador creo este mecanismo «en una especie de trabajo conjunto» con el profesor de Psicología Social de la Universidad de Salamanca Eugenio Garrido, que le retransmitió la inquietud de investigar como un jurado podía reaccionar ante las declaraciones de un testigo. Tomando esa idea como punto de partida, Martínez Herrador desarrolló un detector que mide las reacciones conjuntas de grupos de personas.

El profesor universitario describió esta iniciativa como una «técnica inédita ya que no se había hecho nada para medir las reacciones conjuntas». Esta práctica, tal y como explica la cofundadora de Sociograph Neuromarketing S.L., Elena Martín Guerra, son estudios y «no simplemente por el gusto, que con un simple cuestionario podríamos conocer, sino que cogemos una actividad fisiológica, como es la actividad eléctrica de nuestro cuerpo» para conocer el nivel de atención y emoción que experimenta un grupo de personas.

Ambos destacaron que los grupos de trabajo pueden superar el cenar de personas y como matizó Martínez Herrador, lo más importante es que se pueden trabajar estas variables de manera conjunta y sincronizada y en tiempo real y además argumentó que «muchas veces lo que la gente dice que siente no se corresponde con la realidad». Por su parte, Martín Guerra, aseguró que mide la comunicación «de una forma objetiva» y podemos saber «de forma científica lo que está pasando y lo que cada estímulo provoca». De esta manera, alegó la cofundadora de Sociograph Neuromarketing S.L., se puede hacer que una comunicación sea «por un lado, más eficaz y, por otro, hacerla más eficiente porque podemos recotar segundos que a lo mejor no están diciendo nada», así mismo, destapó que sólo el 20 por ciento de nuestros actos están libres de emociones.

Las áreas de trabajo son variadas aunque como valoró Martín Guerra, todas son afines a la comunicación,

y una de ellas «muy importante pero todavía en una fase muy experimental» son los tratamientos socio-sanitarios. En concreto, subrayó, en enfermos que no pueden expresar lo que quieren «pero esto no quiere decir que no estén sintiendo algo», un campo «amplio que informaría no sólo del impacto del estímulo sino hacer que ese estímulo sea más efectivo», inclusive para valorar el grado de afección de personas con Alzheimer o Autismo, por ejemplo, y si conocen o no a sus familiares.

### Dos vías de comunicación

Martínez Herrador, explicó que para este tipo de enfermos hay dos vías de utilización, una de ellas sería como instrumento para que enfermos y familiares se pudieran comunicar y, por otro lado, se podría trabajar en grupo para ver cómo responden a distintos estímulos «y poder «acceder, de alguna manera, al mundo interior de estos enfermos» de una forma psicofisiológica que me permita saber las reacciones emocionales que están teniendo esas personas».

Otro campo muy interesante, destacó el profesor, sería el tratamiento grupal, «es decir, desde grupo de alcohólicos, drogadicción, lo que se llama interacción psicocomunitaria», de esta manera se podría valorar cuál es la reacción del grupo y además lo puedo registrar en video, sincronizado con la señal y luego posteriormente ver cómo ha reaccionado el grupo y conocer que impactos son positivos para el tratamiento y cuáles no. «Hay que echarle imaginación», resaltó Martínez Herrador.

Un área a tener en cuenta, recalcó el investigador, son los actos sociales, porque «hay que entender que las reacciones de un grupo de perso-



Elena Martín, cofundadora y directora de Sociograph Neuromarketing, muestra el medidor de emociones. :: ICAL

nas no es una especie de suma estadística del grupo porque hay interacciones entre las personas», y eso, «que es más complejo», es lo que puede medir el aparato. «El grupo es un sistema complejo de interacciones, no es una suma de las reacciones», resaltó, y explicó que no es lo mismo ver un partido de fútbol en soledad que cuando estamos con un grupo

**«Muchas veces lo que la gente dice que siente no se corresponde con la realidad», aseguró su creador**

de amigos. En ese sentido, aseguró que las reacciones emocionales están influidas por el grupo, por «como creo que los demás me perciben a mí y como percibo yo a los demás, esas mutuas influencias están afectando a tu propia respuesta», por tanto, el grupo genera reacciones y emociones, algo que se puede medir por primera vez con el Sociograph «y el poder medir eso en tiempo real es un campo muy novedoso», aseveró.

Actualmente se está trabajando, sobretodo, en comunicación audiovisual para «testar series de televisión», como por ejemplo, 'El Príncipe' o 'B&B' y con la ficción ya emitida 'Alatriste'. También se auditó festivales como la Seminci, El festival de cine de Gijón o con agencias de publicidad a la hora de seleccionar la música más impactante en anuncios publicitarios. Así mismo, en la pasada edición de Fitur, sus Altezas Reales los Príncipes de Asturias, lo probaron en el stand de Turespaña como medidor de destinos turísticos.

También es una herramienta muy útil, destacaron ambos, para probar la eficacia de los discursos políticos y su efectividad a la hora de hacer llegar el mensaje. La cata de alimentos o el impacto de sus envoltorios y etiquetas son otros de los campos para trabajar.

## «Es muy parecido al detector de mentiras»

Para conseguir estos parámetros de detección de nuestra emoción lo que hacen, en palabras del profesor Martínez, «lo que medimos realmente es la respuesta electrodérmica de nuestro cuerpo». Es una actividad muy compleja, definió porque la piel es un «órgano amplio» y manifiesta respuestas psicológicas, «cuando nos pillan en una situación complicada, nos ponemos rojos», explica.

Debido a esta complejidad, lo que se registra es esa actividad

de la piel, que está controlada por impulsos nerviosos que hacen que las células modifiquen sus propiedades bioquímicas y «eso es lo que medimos», destacó. Martín Guerra, siguiendo la argumentación de su colega, aseguró que «el nivel de resistencia eléctrica de la piel es inversamente proporcional al nivel de atención que nosotros tenemos», a partir de ahí se pueden sacar esos valores. «Es muy parecido al detector de mentiras», pero tiene otros fines, argumentó. Martínez Herrador aseguró que «lo más novedoso es poder trabajar en campos abiertos», ya

que además del trabajo en laboratorio con los sujetos conectados mediante cables, el «gran activo es poder trabajar mediante conexión inalámbrica», explicó. Para ellos es necesario un brazalete con dos sensores que se colocan en los dedos índice y corazón, que recogen la actividad de la piel y envían los datos en tiempo real a una unidad central» lo que consigue que este sistema «sea ilimitado en el número de sujetos y tendríamos la ventaja de que se puede utilizar en mítines, partidos de fútbol, películas o en un centro de día para enfermos».



Martínez Herrador