

Breve explicación del Video-Análisis aplicado al estudio de las emociones y su relevancia en la Investigación de mercados

¿Qué es el Video-Análisis?

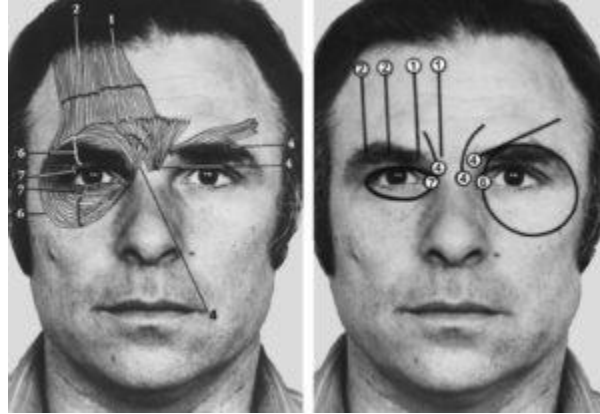
Los investigadores del comportamiento han estudiado e intentado plantear diversos métodos de medición, durante algo más de cien años. Los avances tecnológicos en el desarrollo de nuevos softwares también han hecho su aporte, pero todavía no hay consenso en cual o cuales mediciones son las mejores y con menores sesgos o errores en dichas métricas. Sin embargo, la observación de la conducta con un resultado científico debe asegurarse. Requiere un método bien pensado basado en hipótesis y conocimientos científicos. Además, requiere herramientas de software apropiadas para crear datos confiables y nuevos hallazgos con una validez significativa en un tiempo razonable. En tal sentido el **Video-Análisis** emerge como una solución imprescindible dado que permite al investigador centrarse en aquellos **insights** relevantes para el estudio.

¿Qué es el análisis de emociones?

En este breve resumen no entraremos en la profundización del concepto de emoción y sentimiento, ni cuál es la mejor perspectiva para su clara comprensión. Vamos a plantear que los seres humanos venimos al mundo con algunas emociones pre-establecidas y son aquellas concebidas por nuestra naturaleza, las que nos permiten existir dentro de una ecuación de minimizar riesgos. Y transcurriendo nuestro desarrollo vamos aprendiendo e imitando otras emociones, que en su mayoría provienen de nuestros padres y del entorno más cercano. En la misma ruta, los sentimientos ya serán aquellos “marcadores” que continúan en el tiempo y se pueden reconocer a través de sensaciones disparadas interna o externamente. Y en su conjunto, el objetivo de las emociones y sentimientos, no es más que mantener una óptima Homeostasis.

¿Cómo se pueden analizar las emociones?

Primero hay que aprender a reconocerlas, después registrarlas y por último analizarlas. Basados en el papel fundamental del contexto en el que se “presenta o registra” la emoción. Por este motivo y en cabeza de Microsoft, varios “vendedores” del reconocimiento automático de las mismas, están empezando abandonar el desarrollo de dichas aplicaciones o como mínimo replantearlas y advertir a quienes deciden adquirirlas, que los resultados no son fiables. Con esta aclaración, podemos aplicar las Unidades de Acción (AUs en inglés), planteadas por Paul Ekman y otros autores que han venido aportando al desarrollo de las mismas. Y no caer en la trampa de categorizar únicamente en 6 o 7 emociones “Universales”. Cada estudio tiene su particularidad y contexto, y se debe contemplar todas las variables que intervienen en el mismo más allá de las 56 AUs planteadas por Paul Ekman.



Otros autores como Durán, J. I., & Fernández-Dols, J.-M. (2021), Cordaro et al (2020) y Witkower, Z., & Tracy, J. L. (2020), realizaron varios metas análisis con el propósito de encontrar la co-ocurrencia o la correlación entre las seis emociones más generalizadas por Ekman (Felicidad, Ira, Desprecio, Sorpresa, Tristeza, Miedo) y sus señales representadas en el rostro del ser humano, concluyendo que estas señales varían muchísimo en su representación y deben seguir estudiándose. Adicionalmente presentan los resultados de un estudio en nueve diferentes culturas, en donde a los participantes se le presentaron fotografías de posibles estados emocionales, los hallazgos desde mi punto de vista no son concluyentes, pero dan una luz del tipo de estudios que se pueden ir efectuando para ir descubriendo correctamente las señales emocionales. También Hallaron en su estudio que los movimientos de la cabeza inciden en las señales emocionales representadas en el rostro humano, con mayor intensidad en la emoción del enfado o ira.

Por todo lo expuesto anteriormente, el análisis de las emociones va más allá de las seis más generalizadas y hay que incluir todas la variables y factores internos y externos de los sujetos objetos de estudio.

Beneficios del Video-Análisis de las Emociones

- Incorporar la Observación Científica.
- Objetividad (como independencia del investigador y resultado)
- Fiabilidad (Método de recopilación de datos)
- Validez (Prueba de que se ha capturado lo que quería capturar).
- Mejora continua del procedimiento de observación (qué y cómo observar).
- Los métodos para adquirir conocimientos (cómo transformar los datos recopilados mediante la observación en resultados significativos).

Otras aplicaciones del Video-Análisis

- Análisis del comportamiento de niños/niñas.
- Trabajo en equipo.
- Trabajo colaborativo.

- Comportamiento del consumidor en retail.
- Cliente oculto.
- Servicio al cliente.
- Experiencia del cliente.
- Sesiones de grupo virtuales.
- Sesiones de grupo presenciales.
- Entrevista a profundidad virtual.
- Entrevista a profundidad presencial.
- Teaching (Comportamiento de profesores y alumnos en el aula).
- Learning (Capacitación empresarial y detectar liderazgos).
- Presentaciones efectivas de ventas.

Resumen

El Video-Análisis puede tener múltiples usos, pero el más relevante es hacer la vida fácil para los investigadores. Desde la sencilla y correcta grabación de los vídeos hasta su aporte y rigor científico. Viene creciendo su aplicación en las grandes marcas y firmas de investigación de mercados en el mundo, resaltando su importancia en todos los estudios cualitativos y lo mejor aún, con tamaños de muestra pequeños, pero no por ello no significativos.

El Autor

César Salazar Olarte, PhD. Es un investigador y escritor de artículos y libros con 30 años de experiencia en la Investigación del Comportamiento Humano y el análisis de datos no estructurados. neurotmi@gmail.com