

EMPLEO

Herramienta secreta

Además de la selección, la morfopsicología se usa también para valorar a empleados de cara a una posible promoción interna, a veces sin que ellos mismos lo sepan, o incluso para evaluar a los potenciales clientes y socios

MORFOPSILOGÍA Y PSICOMORFOLOGÍA FACIAL

El currículum está escrito en la cara

Algunas empresas utilizan el análisis de los rasgos del candidato como herramienta de selección

Nuria Peláez

El tradicional currículum vitae siempre ha sido la principal tarjeta de presentación de un profesional. Sin embargo, la frecuente presencia de mentiras –según Randstad, el 21% de los candidatos reconoce haber exagerado en su historial profesional– obliga a las empresas a buscar métodos cada vez más sofisticados para analizar a los aspirantes, desde test psicotécnicos hasta el análisis grafológico. Menos conocidas son las disciplinas de la morfopsicología o la psicomorfología facial, que analizan las habilidades innatas de una persona a partir de sus rasgos: factores como el tamaño de una mandíbula o la forma de la frente pueden ayudar a la empresa a escoger.

Aunque se dice que Aristóteles fue el primero en observar semejanzas en el comportamiento de personas físicamente parecidas, el concepto de morfopsicología fue acuñado en 1937 por el psiquiatra francés Louis Corman, según el cual las estructuras fisiológicas tienden a expandirse cuando las condiciones le son favorables. Es decir, los rasgos varían en función de la personalidad de sus dueños. En España hay pocos ex-

Esta técnica permite escoger a distancia al profesional, usando fotografías de los distintos candidatos

pertos en la materia, pero cada vez más empresas recurren a sus servicios. “El 75% de las compañías que lo usan en sus procesos de selección son multinacionales –explica Esther Mellado, experta en psicomorfología facial y directora de SicoGRAF–. Una ventaja es que puedes valorar a la persona a distancia, con una fotografía, y eso te permite por ejemplo seleccionar desde aquí a profesionales para plantas de otros países”.

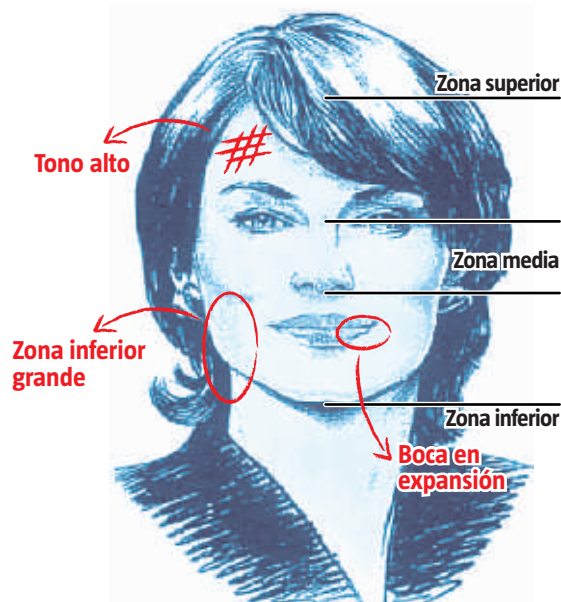
Las empresas suelen utilizar esta técnica para decidir entre los últimos tres o cuatro candidatos finalistas, generalmente para perfiles de mandos intermedios y directivos. “Nos pasan las fotos de los seleccionados y nos piden que analicemos cuál encaja más con el puesto y si el carácter de ese candidato va a



La belleza del candidato no influye en el análisis, pero sí la forma de sus rasgos y la relación entre ellos

GETTY IMAGES

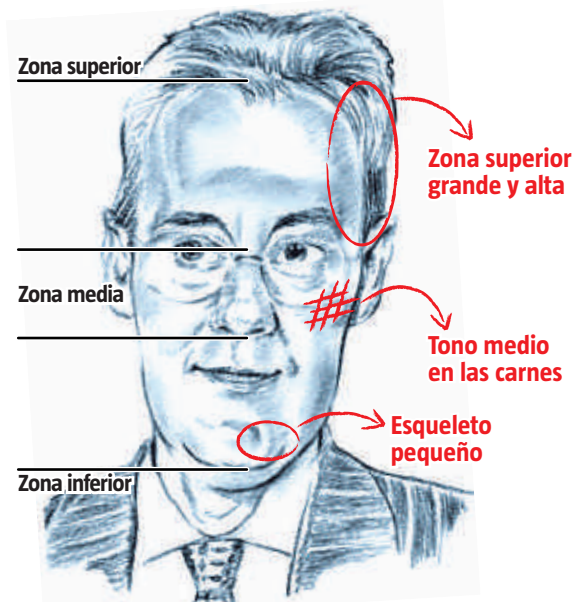
Dos ejemplos de psicomorfología facial



LA COMUNICADORA AMBICIOSA

“La mandíbula grande y la boca en expansión indican que se trata de una profesional con un elevado nivel de energía y actividad –explica Esther Mellado, directora de SicoGRAF–. Tiene gran capacidad de gestión y autoridad, es una persona con gran instinto y orientación comercial, y en su actividad vital y profesional mostrará un gran interés por progresar”. Las tres regiones de la cara tienen un tamaño comparativamente similar, lo que demuestra “confianza en sí misma y equilibrio personal”. Además, el tono alto en sus carnes denota que esta persona “buscará satisfacer sus necesidades de superación y prestigio”. Su puesto ideal sería el de un perfil de “cara visible de la empresa”, por ejemplo en puestos de marketing, “donde podría sacar partido de sus dotes de comunicación y su interés por brillar ante los demás”.

Fuente: SicoGRAF y elaboración propia



EL INTELLECTUAL RACIONAL

La estructura ósea de este profesional es muy diferente al de la mujer de la izquierda: a diferencia de ésta, se trata de un esqueleto pequeño y retraído. Además, las tres regiones de la cara no son equilibradas, sino que la zona superior –por encima de la mirada– es con diferencia la más desarrollada, lo que denota una mayor expansión de la actividad mental. “Dado que la frente es alta y de perfil vertical, mientras que la zona inferior es pequeña y sin tono, lo que predomina en este profesional es la inteligencia abstracta”, explica Mellado. Además, el surco en su frente indica “racionalidad y pensamiento analítico”. Este profesional “no se rige por la intuición sino que trabaja en un nivel más teórico y de desarrollo de ideas”, lo que le sitúa como un candidato perfecto para puestos de ingeniería o finanzas, por ejemplo.

encajar con la empresa”, explica Mellado. Julián Gabarre, que lleva décadas aplicando esta técnica en procesos de selección, analiza además la cara del futuro jefe del candidato para seleccionar al aspirante que mejor se complementa con él. “De esta manera la empresa se asegura de tener equipos bien cohesionados”, explica.

Gabarre asegura que la fiabilidad de este tipo de análisis “está científicamente probada”: él mismo ha hecho una tesis doctoral donde analiza a más de 1.000 profesionales con un determinado rasgo facial, y demuestra que todos comparten el mismo patrón de comportamiento. En su opinión, en el futuro todos los procesos de selección usarán el análisis facial porque “en una entrevista puedes mentir y los test psicotécnicos se pueden falsear, pero la cara no la puedes modificar”.

En un análisis psicomorfológico no importa que la persona sea más o menos agraciada, sino las relaciones entre sus rasgos. Así, uno de los elementos a analizar es el esqueleto facial, donde los expertos aseguran analizar las potencialidades del candidato. La cara se divide en tres zonas: “La superior (frente y ojos) es la de la actividad mental, la zona media la de la actividad emocional y la zona inferior la zona instintiva y el sentido práctico”, indica Es-

Los expertos aseguran que es más fiable que los tests psicotécnicos porque en el rostro es imposible mentir

ther Mellado. También se analiza el “triángulo de los sentidos” formado por los ojos, nariz y boca, y su relación con el resto del rostro: por ejemplo, un triángulo grande muestra un gran potencial comunicativo. El tono o firmeza de las carnes que recubren el hueso facial es otro de los elementos que analizan los expertos: “Un tono elevado indica una personalidad activa, mientras que las carnes más caídas corresponden a profesionales emocionalmente contenidos y sosegados”, explica Mellado. Además, la relación entre todos estos elementos tiene sus propias connotaciones: “Por ejemplo, una persona con unos pómulos grandes indica gran potencial comunicativo, pero si están cubiertos por carnes flojas este potencial estará inhibido”, señala la experta.

LA VANGUARDIA